



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

**Apreciaciones de los Ciudadanos sobre la Gestión de Reclamos  
de Consumo en un Organismo Regulador, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestro en Gestión Pública**

**AUTOR:**

Ojeda Vargas, Joseph Rally ([orcid.org/0009-0000-6794-9315](https://orcid.org/0009-0000-6794-9315))

**ASESORES:**

Mg. Flores Ledesma, Katia Ninozca ([orcid.org/0000-0002-9088-5820](https://orcid.org/0000-0002-9088-5820))

Mg. Lenin Enrique, Fabian Rojas ([orcid.org/0000-0003-1949-6352](https://orcid.org/0000-0003-1949-6352))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y Modernización del Estado

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ  
2023

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor a mis padres, como reconocimiento a su apoyo firme, esfuerzo constante y motivación para seguir avanzando en esta travesía de la vida.

A mi familia, amistades, jefes y compañeros de labores por esos lazos de afecto, confianza, valoración y respeto.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en este sendero de formación profesional.

A mis padres, por su soporte moral, emocional y de ánimos constantes.

A mis asesores, Mg. Katia Ninozca Flores Ledezma y Mg. Fabian Rojas Lenin Enrique, por el intelecto compartido, las pautas brindadas y la paciencia constante.

A los actores sociales, que fueron parte de la investigación, por esa confianza, disposición y apoyo relevante.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	01
II. MARCO TEÓRICO .....	04
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2 Categoría, Subcategoría y matriz de categorización.....	12
3.3 Escenario de estudio.....	13
3.4 Participantes .....	13
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.6 Procedimiento .....	16
3.7 Rigor científico .....	18
3.8 Método de análisis de datos.....	19
3.9 Aspectos éticos .....	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	20
V. CONCLUSIONES .....	31
VI. RECOMENDACIONES .....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS .....	40

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categoría y subcategorías.....	13
Tabla 2: Información de los participantes .....	14
Tabla 3: Códigos registrados y nivel de densidad .....	20

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1: Subcategoría motivación .....	21
Figura 2: Subcategoría procedimiento.....	24
Figura 3: Triangulación de datos – Diagrama de Sankey .....	26

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo conocer, comprender e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de los reclamos de consumo ante el organismo regulador de protección al consumidor. Se empleó una metodología de estudio de tipo básica, con enfoque cualitativo y diseño fenomenológico, sobre un escenario físico del organismo regulador situado en el distrito de San Borja (Lima Sur), teniéndose como técnicas: la entrevista y la observación participante, sustentados en los instrumentos de la guía de entrevista semiestructurada y el diario de campo, aplicados a 09 participantes, donde se respetó el rigor científico y los aspectos éticos de la investigación.

De conformidad a lo señalado, se obtuvo como resultado percepciones alentadoras, en ese sentido, se concluyó que las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de los reclamos de consumo, concuerdan en aprobar el servicio brindado, resaltando la gratuidad del procedimiento, celeridad, practicidad en la gestión, profesionalismo de los gestores y eficiencia en la búsqueda de soluciones a los casos, a través de los mecanismos alternativos de resolución de conflictos: mediación y conciliación, con resultados de nivel satisfactorio, encontrándose motivados por las razones expuestas.

**Palabras clave:** Gestión, protección al consumidor, proceso legal

## **ABSTRACT**

The objective of this investigation was to know, understand and interpret the opinions of citizens on the management of consumer claims before the regulatory body for consumer protection. A basic study methodology was used, with a qualitative approach and phenomenological design, on a physical setting of the regulatory agency located in the district of San Borja (South Lima), taking as techniques: interview and participant observation, supported by the instruments of the semi-structured interview guide and the field diary, applied to 09 participants, where scientific rigor and ethical aspects of the research were respected.

In accordance with what has been indicated, encouraging perceptions were obtained as a result, in this sense, it was concluded that the citizens' appreciations about the management of consumer claims, agree to approve the service provided, highlighting the gratuity of the procedure, speed, practicality in management, professionalism of managers and efficiency in the search for solutions to cases, through alternative conflict resolution mechanisms: mediation and conciliation, with satisfactory results, being motivated by the reasons stated.

**Keywords:** Management, consumer protection, legal process

## I. INTRODUCCIÓN

En una coyuntura internacional, se advirtió que distintos países de América Latina albergan un cúmulo de contratos de consumo, a raíz de una creciente adhesión económica y un insostenible progreso de la tecnológica; sin embargo, se evidenció un índice elevado de resquebrajamiento en los tratos comerciales, por ende, una prominente nómina de reclamos o quejas carentes de atención. Es el caso de Chile, durante el año 2022 mediante una publicación estadística del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac, 2022) se alertó un ingreso total de 628,645 reclamos, representados por el mercado retail (30,40%), financiero (18,00%) y telecomunicaciones (14,50%), de los cuales sólo el 52% se resolvieron de manera favorable, existiendo un 48% de reclamos desatendidos por falta de respuesta de la empresa. En Brasil, por medio de la Secretaría Nacional del Consumidor (Senacon, 2020) se registraron un total de 2 663,626 reclamos, de los cuales el sector más reclamado fue el financiero (31,92%), seguido de telecomunicaciones (27,70%), y otros rubros (40,38%), con una atención mínima del 28,77%, casos no resueltos de 13,53% y 57,70% de reclamos cerrados sin conocimiento de la satisfacción del usuario. En esa línea, para el caso de México, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco,2020) informó un ingreso total de 31,111 reclamos de consumo, siendo atendidos de manera positiva sólo el 28,98% y un total de 18,09% de casos sin atención favorable.

En el ámbito nacional, considerando que el desarrollo concatenado de las relaciones de consumo no siempre marcará escenarios con experiencias positivas, en el año 2021, conforme lo publicado por el ente regulador de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi,2021) se observó que la demanda de reclamos de consumo ascendió a 112,560 reclamos, de los cuales 77,675 (69%) se registraron en Lima (incluye el Callao) y el 31% restante en sede regionales, teniendo como mercados prominentes al sector financiero, telecomunicaciones y tiendas por departamento, bazares y similares, con una tasa de conciliación del 81,8%.

En el ámbito local, y considerando el libro que publica anualmente la entidad rectora con información estadística institucional (Indecopi,2021), se percibió que

sólo a Lima (sede central) ingresaron un total 59,814 reclamos, a través de las siguientes modalidades: reclama virtual: 39,508 (66,05%), correo electrónico: 19,376 (32,39%), llamadas telefónicas: 7,072 (11,82%), presencial: 1,700 (2,84%), otros: 19 (0,03%) a fin de ser gestionados en la Subdirección de Atención al Ciudadano (SBC). De ello, se advirtió que el rubro con mayor demanda de reclamos esta acentuado en la banca financiera, con un total de 20,287 (34,65%), seguido de telecomunicaciones con 4,503 (7,69%), tiendas por departamento con 3,341 (5,71%), entre otras actividades comerciales. De este cúmulo de reclamos gestionados en la sede central, se alertó que un total de 20,728 (18,42%) reclamos fueron concluidos mediante conciliación, 17,675 (15,70%) por desistimiento, 16,149 (14,35%) a causa de abandono, 2,375 (2,11%) a través de inasistencia del proveedor a las audiencias de conciliación, 1,689 (1,48%) no conciliados, 708 (0,63%) por inasistencia de ambas partes, 479 (0,44) mediante inasistencia del reclamante y 11 (0,01) por derivación, tramitados en un plazo promedio de 16 a 20 días hábiles.

Actualmente, el organismo regulador en materia de protección al consumidor cuenta con unas herramientas o plataformas didácticas e interactivas al servicio de los ciudadanos direccionadas a la gestión de los reclamos de consumo, denominadas: “PISAC” y “Reclama Virtual Audiencias”, las mismas que permiten tramitarlos en tiempo real a través de interacciones entre las partes y realizar audiencias de conciliación de manera virtual, cuyas herramientas obtuvieron una aprobación del 96.96% por parte de los consumidores en una encuesta de satisfacción, lo que refleja que en los últimos tiempos dicha entidad ha sido uno de los entes reguladores del estado con mayor aprobación por la ciudadanía peruana.

Sobre lo antes mencionado, se vislumbró que las acciones de reclamo en el mercado de consumo son un indicativo contundente sobre las insatisfacciones de los agentes activos de transacciones en relación a los diversos bienes y servicios que se ofertan, sumado a ello que, muchos de los reclamos no son atendidos de manera satisfactoria.

Frente a la problemática expuesta, se formuló como problema general: ¿Cuáles son las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de los reclamos de consumo ante el organismo regulador?, y como problemas específicos: ¿Cuáles

son las apreciaciones de los ciudadanos respecto de la motivación para la presentación y solución de los reclamos de consumo ante el ente regulador?, ¿Cuáles son las apreciaciones de los ciudadanos sobre el procedimiento de atención en la conducción de los reclamos de consumo ante el organismo regulador?.

Por consiguiente, la investigación se justificó de manera social, porque teniendo en consideración las estadísticas de los reclamos ingresados por los usuarios en atención a los parámetros de la Ley 29571, permitió conocer como se abordó esta realidad de gestión de reclamos de consumo protegiendo los derechos del consumidor. De igual forma, se justificó de manera teórica, en el análisis del campo de los estudios en asuntos de protección al consumidor y la resolución de los reclamos, aportando al conocimiento existente nuevas teorías que refuerzan y evolucionan dicha materia, cuyo resultado se está sistematizando como propuesta para mejorar los distintos modelos, procedimientos y enfoques al amparo de los derechos del usuario. Asimismo, tuvo una justificación práctica, dado que a partir de los resultados de las apreciaciones de los ciudadanos permitió al organismo regulador y su área específica en la gestión de reclamos mejorar sus procedimientos, sistemas y mecanismos de resolución de conflictos de consumo, además que, los consumidores al conocer las percepciones de otros usuarios les permitió tomar decisiones más asertivas a la hora de presentar sus reclamos. Finalmente, tuvo una justificación metodológica, toda vez que a través de la metodología cualitativa permitió conocer en profundidad las perspectivas, sentimientos y opiniones de los ciudadanos, respecto de la gestión de los reclamos de consumo ante el organismo regulador en protección al consumidor.

En consecuencia, se propuso como objetivo general de la investigación conocer las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de los reclamos de consumo ante el organismo regulador, y como objetivos específicos: concebir las apreciaciones de los usuarios sobre la motivación para la presentación y resolución de los reclamos de consumo ante el organismo regulador, asimismo, alcanzar en interpretar las estimaciones de los ciudadanos que versen sobre el procedimiento de atención en la tramitación de los reclamos de consumo examinados en el organismo regulador de protección al consumidor.

## **I. MARCO TEÓRICO**

A fin de fundamentar la presente investigación se procedió a revisar algunos trabajos previos a nivel nacional, entre los cuales se citó a Muñoz (2021) quien concluyó que el tratamiento de las acciones del mecanismo de conciliación en los reclamos de los usuarios en amparo de sus derechos ante la Sede Junín del Indecopi durante el segundo semestre del año 2019, son eficaces y que la participación de los agentes de consumo como de los reclamados a las diligencias de conciliación en la Subdirección de Atención al Ciudadano (SBC) es el factor principal para las atenciones. Asimismo, Reyes (2021) concluyó que la tramitación de los reclamos ante la SBC del Indecopi resulta beneficiosa y facilita la complacencia del usuario en el esmero de las controversias de consumo con los proveedores en las distintas correlaciones contractuales, dado que les permite recibir una respuesta inmediata para soslayar su malestar, además, de sentirse cómodos con el trato y profesionalismo del personal de la entidad. Del mismo modo, Álvarez (2020) concluyó que la gestión del libro de reclamaciones busca beneficiar tanto a los reclamantes como a los reclamados, proporcionando una opción rápida y directa para la solución de quejas y reclamos sin necesidad de acudir al Indecopi, asimismo, motiva a los proveedores a trabajar en la mejora de su negocio a través de la información registrada por los usuarios. Por otro lado, Huaita (2018) concluyó que la percepción de los trámites de reclamos en la complacencia del agente en la Dirección del Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), es inadecuado, toda vez que los procesos y el enfoque en el cliente denota una carencia en la capacidad de atención, respuesta y empatía profesional. Por último, Borbor y Goicochea (2017) con su investigación concluyeron que antes de la instauración de la institución defensora del cliente financiero (DFC), los clientes de las entidades financieras en el mercado peruano tenían que apersonarse a la entidad rectora administrativa competente para resolver sus reclamos de consumo, lo que implicaba una demora para obtener un pronunciamiento que soslaye el punto controvertido, en cambio a través de la DFC se capta una celeridad en la resolución de conflictos financieros sustentados en un mandato con cimientos de principios en derecho equitativo y criterios de razonabilidad, lo que genera una aceptación y satisfacción del usuario.

Con respecto a los trabajos preliminares en el ámbito internacional vinculados a la apreciación ciudadana sobre la gestión de reclamos de consumo, se revisó a Szymielewicz (2022) cuyo artículo concluyó que en Polonia aún hay muchos problemas y desafíos en la determinación de atención en los casos de defensa al consumidor, y se requiere una cooperación más estrecha entre los tribunales y las autoridades de protección del consumidor, asimismo, destacan las posibles soluciones para optimizar la eficiencia y eficacia en el resguardo de casuísticas vinculadas a la defensa de los usuarios consumidores. Asimismo, Roper y Bourke (2019) en su investigación concluyó que en Irlanda la innovación y el manejo efectivo de las quejas de los clientes son esenciales para el éxito empresarial a largo plazo, y que las empresas deben trabajar para comprender y abordar las preocupaciones de los clientes al introducir nuevos productos o servicios. De la misma manera, Sukhawatthanakun (2022) en su artículo que se centra en investigar acerca de la ética de marketing en los productos de consumo desde la perspectiva de los consumidores, concluyó que en Tailandia las empresas deben implementar estrategias de marketing éticas y adecuada atención de reclamos para evitar descontentos en la población, además se demuestra que la ética empresarial es un factor crucial que impulsa el éxito y los beneficios de una empresa y el papel de la ética empresarial en la era actual. Por otro lado, Del Águila (2022) en su argumento doctoral concluyó que en España el sistema de determinación oficioso especialista en controversias de consumo mercantil necesita mejoras para garantizar una mayor eficacia y satisfacción de los consumidores, tales como, la promoción de los divergentes mecanismos de solución, entre ellos la mediación y la conciliación, toda vez, que conllevará a soluciones ágiles en un contexto salomónico, asimismo, el incentivo de una cultura de soluciones pacíficas que garanticen una calidad de sanear los conflictos en el mercado de bienes o servicios. Finalmente, Ghodoosi y Sharif (2021) buscan establecer en el estado de California el por qué los consumidores creen que la corte es más justa que el arbitraje, independientemente del resultado, quienes concluyeron que los consumidores valoran la justicia percibida en una autoridad especialista y asertiva con amplio conocimiento en la atención de casos de consumo, por ende, inclinan su confianza en la corte en lugar del arbitraje como mecanismo para resolver sus disputas. Esta preferencia no está motivada por la posibilidad de obtener un

resultado favorable, sino por la percepción de que la corte es un entorno más legítimo y familiarizado.

Por otro lado, considerando un enfoque conceptual respecto de la gestión de reclamos, se tiene lo descrito en el Decreto Supremo N° 007-2020-PCM, precisándose que, es un paradigma de calidad en el servicio dentro las entidades o dependencias públicas, permitiendo de una u otra forma delimitar e implementar mejoras de atención, solución y calidad en la prestación de los bienes y servicios que se conjugan en el mercado, coadyuvando de esta manera a los procesos de modernización y administración en la gestión estatal (Presidencia del Consejo de Ministros, 2020).

La gestión de reclamos establecidas en los entes de la administración pública de nuestro territorio peruano, busca promover el conocimiento y el desarrollo de habilidades, a fin de que los profesionales especialistas puedan analizar la vivencia real y pura del mercado nacional e internalicen el verdadero impacto de la atención de los reclamos; anteponiendo la generación de valor público en ayuda de los ciudadanos, y bajo esa premisa sea un componente orientador para el Estado, ya que, a través de una oportuna e idónea gestión de reclamos, se pueden detectar soluciones a una gama de problemas como consecuencia de las interacciones desarrolladas entre los agentes (Servir, 2021).

La gestión implica la utilización adecuada de los recursos de una organización (humanos, financieros, profesionales, logísticos, etc.) para alcanzar los objetivos fijados de forma eficiente y eficaz (Howart y Greenwood, 2017). Asimismo, la gestión involucra la toma de un cúmulo de acciones tácticas y estratégicas, determinación de responsabilidades y cometidos, concertación de actividades y seguimientos vigilantes rutinarios del proceso para garantizar el éxito de la organización (Ingrams y et al., 2020). Una gestión exitosa puede dar lugar al rendimiento y la productividad deseados (Andrews y et al., 2017).

Un sólido sistema de gestión de reclamos permite posibilitar y habilitar a las empresas proveedoras comprender desde una óptica más real las necesidades o carencias, llevando a determinar puntualmente las expectativas de los usuarios a fin de que se tomen medidas efectivas para abordar sus inquietudes, además, de

constituirse como una herramienta valiosa para fortalecer la imagen y reputación de la empresa, ya que demuestra un compromiso con las condiciones de calidad y su relación intrínseca con la complacencia del cliente (Stauss y Seidel, 2019).

Los agentes económicos, desde sus distintas bancadas están enmarcados a los consumidores y proveedores productores de bienes y servicios, quienes interactuando a través de la institución calificada como mercado (Jaramillo-De Los Ríos y Villa Orrego, 2015), son los que buscan la satisfacción de sus necesidades en toda amplitud determinando la relación contractual (Deyalage, et al., 2019).

Respecto a las teorías que determinen la subcategoría de la motivación, tenemos a Batista y et al. (2010), quienes refirieron que es un proceso auto energético del individuo que acciona una atracción hacia un interés que implica un esfuerzo valorable para conseguirlo, asimismo, precisaron que está compuesta de expectativas, ideales, necesidades, sentimientos las que desencadenan las fuerzas internas del sujeto. Por su parte, Prieto de Alizo (1998), expresó que la motivación de un agente asciende en la medida que se valora en demasía un resultado privado y cuando siente esa probabilidad razonable de alcanzar un beneficio dentro de un proyecto o una meta aspirada, en ese orden de ideas, señaló que las personas están motivadas a comportarse de una determinada forma que sientan que le producirán recompensas. Por otro lado, Snyder y et al., (1991) abordaron este tema bajo la teoría de la esperanza, siendo una perspectiva psicológica que sugiere que los individuos se sienten motivados cuando creen que sus acciones pueden tener un impacto positivo en el futuro, en esa línea, Di Crosta, et al., (2021), indica que esta teoría es relevante para comprender cómo los consumidores se motivan para presentar un reclamo y esperan obtener una solución satisfactoria, es así que a nivel de una gestión de reclamos consumo constituiría un factor preponderante al momento de incoar su reclamo, al considerar que la entidad gubernamental puede tomar medidas contra el proveedor para mejorar sus prácticas o políticas en respuesta a sus desavenencias de acuerdo a la ley que los ampara.

Ahora, respecto de la subcategoría de procedimiento, tenemos lo señalado por Gómez (1993) quien afirmó que unos de los primordiales objetivos del procedimiento es el de lograr la más óptima forma de realizar una actividad, teniendo presente factores relevantes como el plazo, costo, tiempo y esfuerzo.

Siguiendo esa idea, resulta importante contar con un manual de procedimientos que generé una directriz a la entidad o unidad administrativa y a los empleados con objetivos claros para mejorar la utilización de los medios, a fin de coadyuvar a los objetivos institucionales (Vivanco, 2017), en ese sentido, se busca lograr el alineamiento de los mismos con la misión por medio de la estrategia, es decir, como un sistema interconectado aplicado a acrecentar la beatitud del cliente, la contribución de valor y la idoneidad de respuesta (Medina y et al.,2019).

Dentro del diligenciamiento o atención de reclamos, indiscutiblemente resulta relevante considerar el plazo de respuesta, entendido como aquel período de tiempo que transcurre desde que un consumidor presenta un reclamo hasta que la empresa responde y toma medidas para resolver su insatisfacción (Zheithaml, 2000). Es un factor crucial en la gestión de reclamos, ya que tiene un efecto relevante y directo en la aceptación del cliente, develando su comodidad y satisfacción, como en la percepción de la empresa (Stauss y Seidel, 2019). Un plazo razonable, es fundamental para una gestión efectiva que responda la satisfacción del cliente, y de igual forma, de los reclamos de consumo (Alam y et al., 2020), lo que conduce a una atención loable y afortunada (Abney, et al., 2017)

Cuando un cliente presenta un reclamo, espera una respuesta en un plazo oportuno por parte de la empresa, lo que demuestra su compromiso y atención hacia los problemas del consumidor, es por eso que la demora excesiva en la respuesta puede aumentar la insatisfacción del cliente, empeorar la percepción de la empresa y dañar la relación con el consumidor (Zheithaml, 2000). La duración del plazo para una respuesta puede presentar variaciones según particularidades inmersas en la complejidad del caso a tratar y la capacidad de la empresa para investigar y abordar la situación (Shahhosseini y Hajarolasvadi, 2018). Sin embargo, es importante establecer metas y plazos realistas para responder a los reclamos (Howart y Greenwood, 2017). Establecer un sistema eficiente de seguimiento y gestión de reclamos, asignar recursos adecuados y capacitar al personal en la resolución rápida de problemas, son estrategias claves para simplificar el plazo o lapso de respuesta (Stauss y Seidel, 2019).

La satisfacción es el resultado de lo que se anhela lograr, y busca estar estrictamente vinculado al servicio prestado, como de las convicciones y

perspectivas del propio ciudadano, porque está enmarcado hacia sus percepciones y actitudes, además, vincula considerar otros componentes, tales como el periodo invertido, el peculio, de ser el caso, el ahínco o la inmolación (Rey, 2000). Sobre el particular, Kotler y Armstrong (2012) manifestaron que nace en función de las expectativas del usuario, es decir, a nivel más alto de satisfacción de dichas expectativas, acarreará una mayor satisfacción global, por lo tanto, es un eslabón inseparable de la cadena de calidad, coincidiendo con Azman (2016).

Por su parte, Purwanto, et al. (2020) la satisfacción deviene en una medición real del usuario o cliente vinculado a un bien o servicio en función que si cumplió o no sus propósitos en un corto o mediano tiempo, conllevando a una aprobación automática de sus expectativas reales. De acuerdo con Zárrago, et al. (2018), la satisfacción del cliente está íntimamente vinculada de manera relevante por el examen que se realiza del producto o servicio a contratar. En esa línea, la complacencia del cliente es una vertiente crucial para alcanzar ese resultado idóneo en la gestión de reclamos, donde la empresa debe mostrar comprensión y empatía hacia el consumidor, demostrando que se preocupa por sus inquietudes y problemas (Flores, 2019). Al abordar los reclamos de manera comprensiva y satisfactoria, la empresa puede lograr la satisfacción del cliente y fortalecer su relación con él.

Ahora, respecto de la atención en la gestión de reclamos de consumo, implica un enfoque de mejora continua en el cual la empresa debe analizar los reclamos recibidos, aprender de ellos, buscar oportunidades de mejora en sus productos, servicios o procesos internos y brindar respuestas fructíferas bajo un criterio de razonabilidad (Flores, 2019). Esta retroalimentación constante permitirá identificar áreas de oportunidad e implementar mejoras para evitar futuros reclamos y brindar una experiencia de consumo más satisfactoria (Mainwaring, 2018).

En el marco del procedimiento direccionado a la gestión de reclamos de consumo en asuntos de protección al consumidor, es preciso considerar lo señalado por el Código de Defensa del Consumidor, respecto de la gratuidad del reclamo, es decir, que el amparo de los derechos de los usuarios será tramitada bajo procedimientos céleres, eficaces, con mínimos requisitos de admisibilidad, gratuitos sin costo alguno, en tanto amerite el caso en particular (Congreso de la

República, 2010) Sobre el particular, el Órgano Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel,2021) señaló la gratuidad de sus procedimientos de reclamos, quejas y recursos presentados en el ámbito de su reglamento, precisándose que la gestión de atenciones no está sujeto al pago de derechos de ningún tipo, desprendiéndose de estas ideas que, los organismos reguladores que velan por la protección del consumidor cada quien dentro de sus competencias, optimizan su procedimiento con cero costo en la ayuda al ciudadano por concepto de trámites, lo que coincide con Cierco (2002) quien afirmó que la función de la gratuidad en los procesos juega un rol relevante toda vez que juega en la estructuración del procedimiento concerniente a los derechos de defensa como a la exigencias de sencillez y simplificación administrativa, no mermando de esta manera los derechos de los usuarios que claman por una justicia transparente y oportuna.

La eficiencia en la gestión de reclamos se refiere a la habilidad de una empresa para enfrentar y resolver de manera satisfactoria los reclamos presentados con una implicancia de recursos mínimos y en corto tiempo. Es un factor fundamental para lograr resultados positivos y satisfactorios tanto para los clientes como para la propia empresa (Capgemini, 2011). Para alcanzar esta eficiencia, se deben considerar varios aspectos cruciales en la gestión de los reclamos, concibiendo contar con personas especialistas en la materia y mecanismos logísticos que adecuen dicha labor. En esa línea, al ser fundamental lograr una resolución satisfactoria, la empresa se somete a un reto de capacidad para una solución óptima que aborde el problema planteado por el consumidor y cumpla con sus expectativas razonables; esto implica brindar respuestas y acciones concretas que solucionen el conflicto y restauren la satisfacción del cliente (Zheithaml, 2000). Además, la rapidez en la respuesta es esencial para la eficiencia; una empresa eficiente responde de manera oportuna a los reclamos, evitando demoras innecesarias (Shahhosseini y Hajarolasvadi, 2018), y esto implica actuar de manera inmediata para abordar y zanjar el punto problemático en el más sumario tiempo posible, denotando de esta manera el empeño del proveedor con la satisfacción palpable e indubitable del cliente (Suchanek, et al.,2018).

Por otro lado, la comunicación clara, transparente y homogénea también juegan un papel vital en una gestión de reclamos eficiente, en ese sentido, la empresa debe mantener al consumidor informado sobre el progreso de la resolución del reclamo, los plazos involucrados y cualquier información relevante para el cliente, dado que esto genera confianza y transparencia en la gestión del reclamo, mejorando la percepción del cliente sobre la empresa (Castillo, 2012).

La calidad del servicio, se distingue de manera divergente según el cliente, dado que no se puede estandarizar sus expectativas (Horovitz, 1991). En esa línea, Berry (1991) señaló que la optimización de un buen servicio de calidad, reincide genéricamente sobre todos los actores que intervienen en la cadena; consumidores, gerentes, empleados, generando un beneficio y en consecuencia un bienestar general de la ciudadanía. Dicho estas ideas, en la gestión de reclamos de consumo, juega un rol importante el servicio que se brinda, puesto que el ciudadano, busca que soslayar su controversia a partir un procedimiento que le permita cubrir sus expectativas. Además, las empresas pueden aprovechar algunas de las tecnologías y herramientas disponibles, como sistemas de gestión de reclamos, software de seguimiento y automatización de procesos, entre otros para agilizar y abonanzar la calidad de servicio en la atención o gestión de los altercados de sus consumidores (Shahhosseini y Hajarolasvadi, 2018).

Finalmente, indicar que como parte del procedimiento de una gestión de reclamos de consumo, se tiene la audiencia de conciliación, aquella que busca encontrar una posible solución a la desavenencia surgida entre un reclamante y un reclamado, la misma que se desarrollará mediante la conducción de un sujeto imparcial titulado conciliador, precisando que se llega a esta etapa cuando no se arribó a una resolución directamente con el proveedor respecto al requerimiento planteado (Indecopi, 2021). Esta idea concuerda con lo señalado en la norma legal de Protección y Defensa del Consumidor, donde se advirtió que el servidor especialista encargado de dirigir la diligencia, puede intentar aproximar los puntos de vista de las partes para facilitar un convenio entre ellas, o supletoriamente puede procurar propuestas conciliatorias sujetas a evaluación de las partes para así alcanzar una transacción definitiva (Congreso de la República, 2010).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

La presente investigación fue de tipo básica, teniendo en cuenta que se enfocó en la búsqueda de conocimientos y la comprensión de los fenómenos naturales o sociales. En este estudio, se buscó explicar el fenómeno de las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de los reclamos de consumo en el organismo regulador, debido a que tuvo como fin una construcción teórica. Al respecto, Vasilachis (2019) señaló que este tipo de investigación no tiene una finalidad práctica inmediata, sino que se enfoca en el aumento del discernimiento científico y en la exploración de preguntas y teorías fundamentales.

Asimismo, la investigación tuvo un enfoque cualitativo porque buscó describir, explorar y explicar desde la apreciación de los ciudadanos como el organismo regulador realiza la tramitación de los reclamos de consumo en su sede central. Sobre el particular, Vasilachis (2019) señaló que el enfoque de la investigación, entonces, busca la exploración y comprensión profunda de fenómenos sociales, culturales, psicológicos o políticos, entre otros.

##### **3.1.2. Diseño de investigación**

En la investigación se empleó el diseño fenomenológico, porque se fijó el estudio en una realidad concreta, siendo para el caso la gestión de reclamos de consumo tramitados ante el organismo regulador, con idiosincrasias propias, las mismas que se analizaron de forma cercana y con criterios esencialmente humanos, a partir de las apreciaciones de los ciudadanos. Al respecto, Aguiar (2021), señaló que la fenomenología estudia los fenómenos tal y como han sido experimentados, captando las realidades de las vivencias, a los fines de teorizar entorno a ellas.

#### **3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización**

Sobre el particular, Ñaupas et al. (2022) afirmaron que la clasificación de las categorías de investigación se realiza para comprender mejor el fenómeno que se examina, dividiendo las categorías más amplias y examinando las subcategorías y propiedades con mayor detalle, en ese sentido, se determinó como categoría: la

gestión de reclamos de consumo, asimismo, como subcategorías: la motivación y el procedimiento.

**Tabla 1**

*Categorías y Subcategorías*

Categoría	Subcategorías
Gestión de reclamos de consumo	Motivación Procedimiento

Fuente: Realización propia

### **3.3 Escenario de estudio**

En la investigación se enmarcó el escenario de estudio a un espacio físico del organismo regulador situado en el distrito de San Borja (Lima Sur) donde los ciudadanos presentan sus molestias en las relaciones comerciales. La Subdirección del Servicio de Atención al Ciudadano (SBC) de dicho ente, cuenta con un área de 300m<sup>2</sup>, un aforo de 250 personas y donde se atienden aproximadamente a 310 usuarios por día entre sus 03 áreas: orientación al ciudadano de forma presencial y telefónica, mesa de partes y trámite documentario, asimismo, gestión de reclamos en el marco de sus competencias normativas, con un horario de atención de 08h30 a 16h30 ininterrumpidamente, en el rango de lunes a viernes. El área de gestión de reclamos cuenta con un total 25 abogados especialistas en mecanismos de solución de conflictos y que atienden al consumidor respecto a sus reclamos de consumo.

Al respecto, Vasilachis (2019) señala que el escenario de estudio para la investigación se refiere al entorno en el que se proyectará el estudio y donde se recolectarán los datos.

### **3.4 Participantes**

La investigación tuvo tres unidades de análisis, con un total de 09 informantes, los mismos que fueron elegidos conforme los siguientes criterios de inclusión:

**Usuarios consumidores**, se eligió a 04 personas naturales, de los cuales 02 fueron mujeres y 02 varones, todos ellos mayores de edad, asimismo, contaban con experiencia respecto de la presentación de reclamos de consumo ante el organismo regulador, por lo tanto, se les consideró como informantes claves.

**Proveedores**, fueron 02 personas jurídicas, debidamente representadas por personas naturales en calidad de apoderados, perteneciendo uno de ellos al sector bancario y financiero, y el otro al sector de hostelería y restauración, ambos con actividades habituales de comercio y debidamente formalizados. Se escogió al proveedor del sector bancario y financiero, por ser el rubro con mayor demanda de reclamos, cuya apreciación aportó significativamente al estudio realizado.

**Gestor de reclamos**, se trabajó con 03 abogadas especialistas en protección al consumidor, instrumentos de resolución de conflictos, y conciliadoras debidamente acreditadas ante el Ministerio de Justicia, quienes cuentan con una experiencia laboral mínima de 07 años gestionando reclamos de consumo.

**Tabla 2**

*Información de los participantes*

Informantes	Sexo	Edad	Ocupación
Informante consumidor 1	M	32	Independiente
Informante consumidor 2	F	36	Contadora
Informante consumidor 3	F	42	Ama de casa
Informante consumidor 4	M	38	Ingeniero
Informante proveedor 1	F	30	Abogada
Informante proveedor 2	F	42	Administradora
Informante gestor 1	F	35	Abogada
Informante gestor 2	F	29	Abogada
Informante gestor 3	F	37	Abogada

Fuente: Elaboración propia

Los participantes son considerados fuentes de información y desempeñan un papel fundamental en la generación de datos y el discernimiento de los fenómenos que se están examinando (Hernández y Mendoza, 2019).

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Al respecto Hernández y Mendoza (2019) señalaron que la entrevista es un método a través del cual se transmiten directamente conocimientos para avanzar en la investigación, por lo que estos datos deben documentarse utilizando la herramienta adecuada para respaldar la nueva información que se discute, en ese sentido, para la realización del estudio se utilizó como técnica, la entrevista, la misma que permitió recabar información a profundidad, recogiendo e identificando las apreciaciones de los informantes respecto de la gestión de los reclamos de consumo, a partir de ese contacto y diálogo directo con ellos, bajo un ambiente de confianza, lo que resultó importante para el enriquecimiento del estudio. También se utilizó la observación participante, la misma que buscó obtener información relevante a partir de la participación y observación directa del fenómeno estudiado, siendo la gestión de los reclamos de consumo ante el organismo regulador, lográndose observar y registrar los comportamientos variopintos de los consumidores, advirtiéndose una gama de sentimientos, ideales e intenciones. Al respecto, Hernández y Mendoza (2019) afirmaron que la observación se entiende como el acto de analizar y registrar de manera sistemática los comportamientos, interacciones y eventos que ocurren en el entorno de estudio, y es por ello que es un componente esencial y constante en cualquier investigación cualitativa.

Considerando lo expuesto, el primer instrumento que se empleó para el compendio de datos fue la guía de entrevista semiestructurada, la misma que guardó la peculiaridad de contener interrogantes preestablecidas vinculadas a la gestión de reclamos de consumo, asimismo, estuvo configurada considerando 02 subcategorías: i) la motivación y ii) el procedimiento, permitiendo conocer las apreciaciones de los informantes: consumidores, proveedores y gestores de reclamos. Al respecto, Vasilachis (2019) afirmó que las entrevistas semiestructuradas permiten a los investigadores explorar en profundidad las perspectivas y experiencias de los participantes sobre un tema específico.

Luego, como segundo instrumento se utilizó el registro diario de campo, el mismo que permitió recoger información oportuna y relevante a partir de esa anotación, donde se registró del comportamiento, emociones, estados de ánimo, comentarios a modo de catarsis, ideales de los consumidores en torno a la gestión de reclamos de consumo tramitados en el organismo regulador. Al respecto, Luna et al. (2022), señalaron que un diario de campo es una herramienta empleada en la investigación cualitativa para documentar de forma sistemática y completa las observaciones, reflexiones y comentarios del investigador mientras recoge datos sobre el terreno. Sobre el particular, Ñaupas et al. (2022) destacaron que las técnicas son procedimientos empleados por el investigador para adquirir datos que contribuyan a la comprensión científica de la cuestión; señalaron además que hay muchas técnicas de investigación que pueden emplearse en un estudio, pero que debe tenerse en cuenta el centro de la investigación para utilizar las adecuadas.

### **3.6 Procedimiento**

Sobre el particular Hernández y Mendoza (2019), afirmaron que el procedimiento se refiere al conjunto de pasos y acciones sistemáticas que se siguen para recopilar, analizar e interpretar los datos de manera coherente y rigurosa, y en atención a ello, en un primer momento, se estimó relevante contar con experticia previa vinculado al objeto materia de estudio. Seguido a ello, se estructuró la matriz de categorización a priori identificándose la categoría que orientaría el estudio y las respectivas subcategorías. Luego, se diseñó la guía de entrevista semiestructurada conteniendo preguntas orientadas a la categoría y subcategorías, asimismo, el asentimiento informado, donde se detalló el objetivo de la investigación y las pautas de la entrevista.

Después, se comenzó a buscar e identificar a los participantes claves que aportarían a la investigación, y una vez detectados, se procedió a contactarlos en algunos casos vía telefónica y en otros de forma presencial a fin de brindarles la exposición de motivos de la investigación, el rol que desempeñarían, el contenido del asentimiento informado y la forma (grabación) de la entrevista, obteniendo en todos los casos una respuesta favorable de participación, en ese sentido, de manera inmediata se inició la coordinación de fechas y horarios disponibles para la realización de las entrevistas.

Las entrevistas se realizaron a través de 02 tipos de canales: presencial y virtual, para este último a través del aplicativo "Microsoft Teams". En el caso de las entrevistas presenciales, llegada la hora y fecha pactada con cada uno de los participantes, se les entregó de forma impresa el asentimiento informado, quienes detenidamente leyeron teniendo en cuenta la información que previamente se les había indicado, y una vez, suscrito el asentimiento informado, se procedió a la grabación de la entrevista. Para el caso, de las entrevistas virtuales, a los informantes previamente se les compartió pantalla mostrando el asentimiento informado para que procedan a dar lectura, luego de su conformidad se les envió a su correo personal para la suscripción respectiva, y de esa manera se dio inicio a la entrevista.

Culminadas las entrevistas tanto presenciales como virtuales, se procedió a realizar la transcripción de la mismas, es decir, de audio a texto mediante el empleo de la herramienta: Speech Texter, la que fue de mucha utilidad. Teniendo las entrevistas registradas en los documentos de Word se convirtieron en formato PDF, las mismas que fueron insertadas a la herramienta tecnológica: Atlas.ti 9.

Luego, con el soporte del Atlas.ti 9 se realizó la codificación automática mediante la nube de palabras, y a continuación, se efectuó la codificación axial, la misma que se determinó a raíz de la revisión y análisis exhaustivo de las entrevistas obtenidas de los participantes. Posteriormente, se armó los grupos de códigos considerando las subcategorías, seguido a ello, se establecieron las respectivas redes configurándose en distintos gráficos vinculados a cada subcategoría, asimismo, se estructuró el diagrama de Sankey.

Posteriormente, contando con la información sistematizada, se procedió a realizar la respectiva discusión sobre la gestión de los reclamos de consumo ante el organismo regulador, teniendo mucho énfasis en lo señalado por los entrevistados, los autores indicados en el marco teórico del estudio y en conjugación con la experticia.

Finalmente, se indicó las conclusiones a las que se arribó a fin de brindar ideas necesarias que permitan dirimir la problemática planteada en la investigación.

### **3.7 Rigor científico**

Según Vasilachis (2019), el rigor científico se refiere a la asiduidad inflexible y sistemática del método científico para garantizar que los desenlaces de la investigación sean válidos y fiables, asimismo, en atención a lo señalado por Araneda (2006) se aplicó los siguientes criterios:

Criterio de credibilidad: estuvo sustentado en aquellas interpretaciones de las apreciaciones y afecciones de los informantes: consumidores, proveedores y gestores de reclamos de consumo, quienes transmitieron sus distintos puntos de vista, los mismos que fueron respetados como tal, es decir, se retrató sus expresiones particulares sin alteración o modificación alguna. Asimismo, se amparó en ese proceso de observación constante y persistente a los consumidores dentro de la jornada completa de labores, a fin de registrar los comportamientos explícitos al momento que acudían a las instalaciones del organismo regulador. Luego se concretó mediante la triangulación de datos obtenidos.

Criterio de transferibilidad: se sustentó en la línea que, a partir de los hallazgos, resultados y conclusiones advertidas en el presente fenómeno social de estudio referido a la gestión de los reclamos de consumo, se puedan realizar inferencias lógicas y válidas, aplicables a otras investigaciones en contextos de iguales o similares características, es decir, en otros organismos reguladores, con el condicionamiento de respetar siempre cada particularidad que pueda acontecer.

Criterio de confirmabilidad: se logró en la verificación minuciosa de los datos recopilados por medio de las guías de entrevistas realizadas a profundidad conjugadas con el diario de campo, generando supresión de sesgos, es decir, se ahondó significativamente en la información brindada por los informantes.

Criterio de consistencia: se trabajó a través de la corroboración estructural, es decir, el empleo de variopintas fuentes de datos a fin de refrendar con la interpretación realizada a partir de los resultados obtenidos, develando de esta manera el fenómeno social materia del estudio.

### **3.8 Método de análisis de datos**

Según Vasilachis (2019) el análisis de datos es un proceso interactivo y sistemático que implica la organización y examen cuidadoso de los datos recolectados para identificar patrones, temas, categorías y relaciones el marco de la vigente investigación científica, se describen los pasos necesarios que se realizarán con el fin de analizar los datos, en ese sentido, para el estudio el análisis de datos se desarrolló de forma inductiva, a través de la codificación realizada en la herramienta tecnológica del Atlas.ti 9. Por lo tanto, se empleó la técnica de codificación libre, que involucra una exhaustiva disección de los datos por medio de la nube de palabras. Por otro lado, se revisó cada una de las entrevistas de los informantes para etiquetar fragmentos de información con palabras claves o códigos, es decir, se realizó una codificación axial, que representen los temas patrones de la investigación. Una vez codificados, se procedió a estructurar las redes teniendo en cuenta cada subcategoría, lográndose visualizar el enraizamiento entre los distintos códigos. Luego de esta etapa, se efectuó la triangulación de las respuestas obtenidas de los informantes considerando sus distintas apreciaciones, respondiendo a la categoría. Por último, se llevó a cabo la interpretación de los resultados, donde se identificaron los hallazgos claves y se elaboraron explicaciones y conclusiones que respondan a los propósitos e intereses de la investigación.

### **3.9 Aspectos éticos**

Sobre el particular, Gagñay y et al., (2020) señalaron que la ética involucra respetar y aplicar los estilos normativos de citación y referenciación, en ese sentido, se utilizó y respetó las normas APA séptima edición. Asimismo, López (2013) señaló que existen principios éticos en la investigación, es así que en el asentimiento informado entregado a los participantes se detalló los principios de: no maleficencia, al no existir riesgos con su participación, el de beneficencia, cuyos resultados de estudios aportarán a la sociedad, el de autonomía, recaído en la confianza y decisión de retirarse en cualquier momento, asimismo, el de confidencialidad, al preponderar la confidencialidad de sus datos. Finalmente, se garantizó la honestidad, la transparencia y la responsabilidad social, todo ello en concordancia con el Código de Ética y los Estatutos de la Universidad César Vallejo.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de la disección de la información obtenida de los informantes: consumidores, proveedores y gestores de reclamos de consumo, se advirtió los siguientes códigos y su respectiva densidad, tal cual se visualiza en la siguiente tabla:

**Tabla 3**

*Códigos registrados y nivel de densidad*

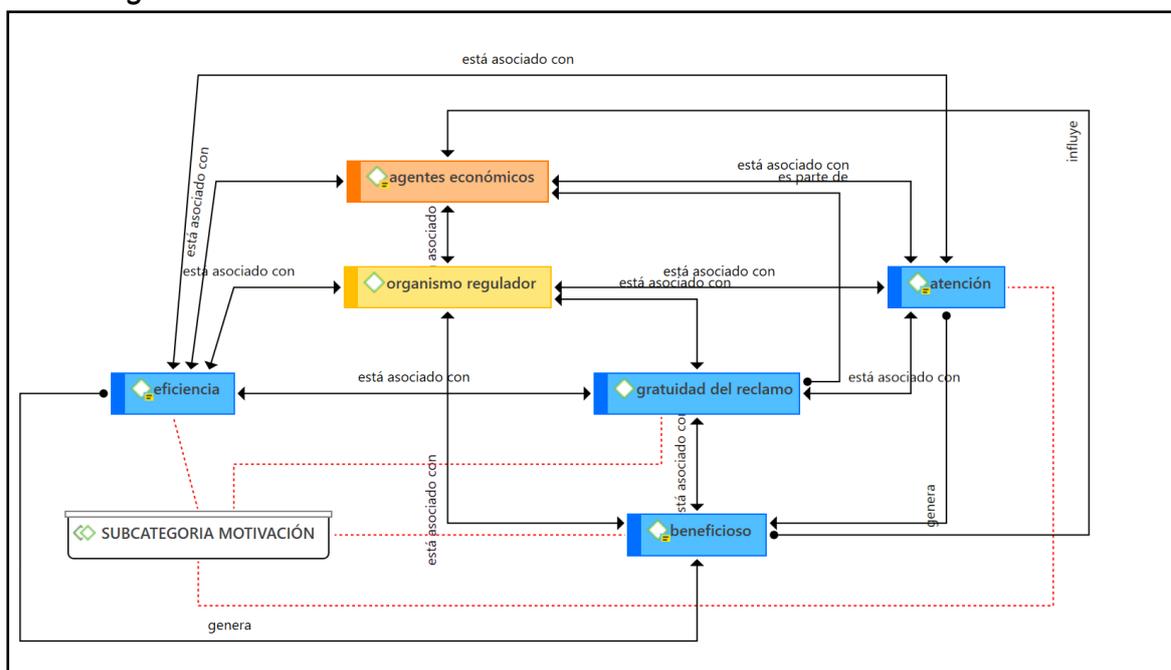
Número	Códigos	Densidad
1	Atención	8
2	Beneficioso	8
3	Eficiencia	7
4	Gratuidad del reclamo	8
5	Satisfacción	7
6	Profesionalismo de los gestores	8
7	Solución	7
8	Agentes económicos	9
9	Audiencia de conciliación	9
10	Cantidad de gestores	8
11	Gestión de reclamos	9
12	Plazo	9
13	Practicidad en la gestión	8
14	Servicio	9
	Total	114

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se muestra los resultados obtenidos de cada uno de los interrogatorios efectuados a los informantes que responden a cada una de las subcategorías, donde se visualizó los códigos y el enraizamiento entre ellos, conforme la siguiente figura:

**Figura 1:**

*Subcategoría: Motivación*



Fuente: Elaboración propia

Del análisis de la presente subcategoría, y considerando lo señalado por los informantes, se percibió que la motivación que tienen los agentes económicos, específicamente los consumidores para la presentación de sus reclamos y la respectiva gestión de los mismos ante el organismo regulador en temas de protección al consumidor dentro del marco de sus competencias normativas y administrativas, esta asociada a la gratuidad del reclamo, es decir, una gestión que nos les genera ningún tipo de pago de principio a fin, asimismo, se encuentra estrechamente vinculada al profesionalismo de los gestores, referido a los abogados especialistas encargados de la tramitación de sus reclamos, quienes desde su apreciación denotaron una eficiencia en la laborar que desempeñan, brindando una atención oportuna a sus requerimientos con solución efectiva a su casos, lo que genera ser beneficioso, en ese sentido, para los ciudadanos la gestión de reclamos de consumo les conduce a una satisfacción pertinente y esperada.

La teoría de la esperanza es una perspectiva psicológica que sugiere que los individuos se sienten motivados cuando creen que sus acciones pueden tener un impacto positivo en el futuro (Snyder y et al., 1991).

En esa línea, y refiriéndose a la gratuidad del reclamo, se tuvo al informante consumidor 2 (2023), quien señaló: “También pensé mucho en lo relevante que es la gratuidad de la gestión del reclamo, porque se ajusta a nuestra economía que vive nuestro país, pienso que eso particularmente a mí me motiva mucho”, cuya idea coincide con el informante consumidor 3 (2023), al afirmar lo siguiente: “Se me olvidaba decir que para la presentación de mi reclamo no se me generó ningún cobro ni costo ni pago de abogado ni nada, y dudaba que sea así, porque como acá todo cobran, y por eso debo felicitar a la entidad”. Por su parte, el informante proveedor 1 (2023), sostuvo que: “La motivación que tienen los ciudadanos es porque no les genera un costo adicional a los consumidores, es decir, es totalmente gratuito”. Sobre lo señalado, está en concordancia con el precepto legal de Protección y Defensa del Consumidor (2010), donde refiere que la atención de los reclamos o denuncias que versen en protección de los derechos de los usuarios deben canalizarse bajo procedimientos celeres, con requisitos mínimos indispensables, gratuitos o no costosos, según demande el caso en particular.

Seguido a ello, se evidenció que otros de los factores relevantes que motiva a los ciudadanos para presentar sus reclamos de consumo es la eficiencia y el profesionalismo de los gestores de reclamos, tal como lo señaló el consumidor informante 4 (2023), al expresar que: “Sí existe eficiencia y profesionalismo de los abogados en el servicio que brinda la entidad que nos protege”. En esa misma línea, el entrevistado informante proveedor 1 (2023), señaló lo siguiente: “Por el lado del profesionalismo de los gestores de reclamos, es oportuno mencionar que existe una proactividad de soporte y asistencia oportuna ante panoramas no claros, por lo tanto, una clara eficiencia”. La eficiencia en la gestión de reclamos se refiere a la habilidad de una empresa para enfrentar y resolver de manera satisfactoria los reclamos presentados (Capegmini, 2011). Asimismo, respecto del beneficio, se tuvo lo dicho por el informante consumidor 2, quien señaló: “Pienso que el beneficio del reclamo ante el organismo regulador está en la solución oportuna que brindaron a mi caso, justo cuando más lo necesitaba”, cuya idea coincide con el informante consumidor 4 (2023), quien indicó: “Desde mi experiencia y por el resultado que pude obtener en mi reclamo, si es beneficioso porque logre que mi caso se solucione y la empresa responda por los daños que me había ocasionado, de esta manera se logró en mí una satisfacción plena”, asimismo, para el informante gestor

1 (2023): “La gestión de reclamos deviene en beneficioso, porque los consumidores nos señalan que para ellos es distinto hablar con la persona de atención al usuario de la empresa que con un representante legal o gerente del proveedor, entonces sienten que han escalado su reclamo”.

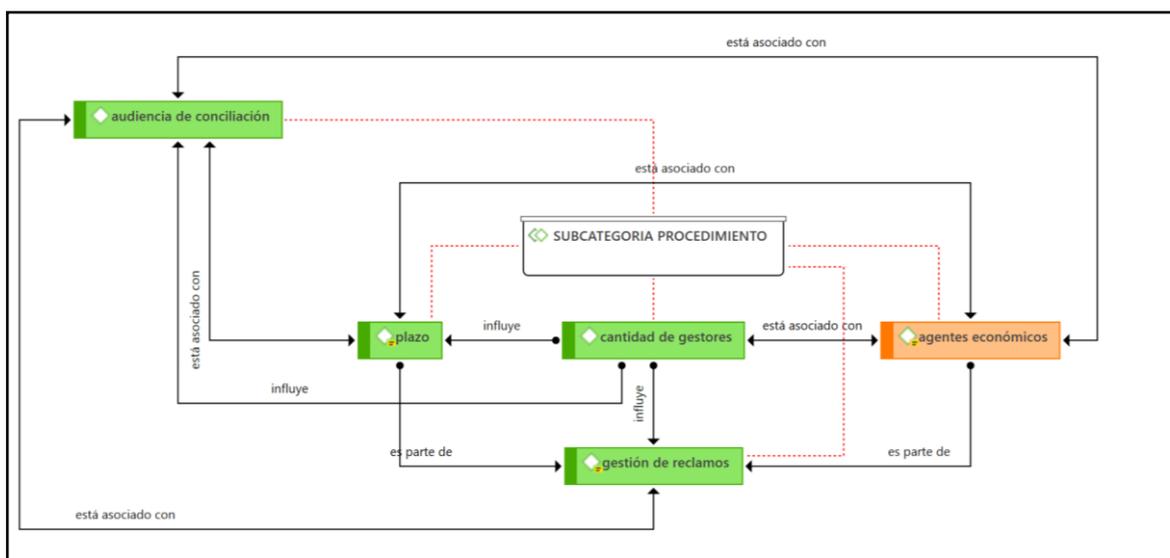
Asimismo, se advirtió que el factor de satisfacción ha sido predominante en las apreciaciones de los ciudadanos, tal es así que, el informante gestor 3 (2023), precisó que: “El reclamo resulta satisfactorio para el ciudadano cuando el resultado del reclamo ha concluido de manera positiva, rápida, sencilla y gratuita, es ahí donde denota su felicidad, y es lo que hoy en día venimos logrando y haciendo los máximos esfuerzos”, asimismo, el informante gestor 2 (2023), expresó lo siguiente: “Mi punto de vista se enfoca en la satisfacción del ciudadano, ya que actualmente pese a la gran carga de reclamos ingresados para su tramitación, estamos obteniendo resultados favorables en cuanto al logro de los requerimientos de los usuarios, y eso hace que el consumidor se sienta a gusto y satisfecho”, por su parte el informante gestor 1 (2023), expresó: “vincularía con la satisfacción que se logra con la atención que brindamos a los distintos reclamos de los ciudadanos en tanto se logró una solución pacífica con el proveedor”. Estas apreciaciones, coincidieron con lo señalado por Flores (2019), quien indicó que la empatía y la satisfacción del cliente son aspectos cruciales para lograr ese resultado idóneo en la gestión de reclamos donde la empresa debe mostrar comprensión y empatía hacia el consumidor, demostrando que se preocupa por sus inquietudes y problemas.

Respecto a la atención y solución de sus reclamos, se tuvo lo señalado por el informante gestor 1 (2023), al precisar lo siguiente: “Con la gestión de reclamos buscamos brindar un servicio de calidad al ciudadano con efectos de atención oportuna y solución al problema, para que de esa manera el usuario se sienta respaldado y tenga conocimiento que existe un organismo regulador que defiende sus intereses particulares y derechos vulnerados en una relación de consumo frente a un proveedor”, además, se tuvo al informante proveedor 1 (2023), quien especificó: “Por el lado de nosotros como proveedores, el reclamo nos brinda esa apertura de un dialogo armonioso y pacifico con el consumidor para encontrar solución y atención acompañados de un ente imparcial, y eso se logra gracias a la existencia de las audiencias de conciliación, y que hoy en día en su mayoría son

virtuales”, y por su parte, el informante consumidor 4, expresó: “Puedo precisar que la atención que recibí de la abogada que estuvo a cargo de mi caso fue óptima, porque estaba en constante comunicación por teléfono y correo conmigo, además se logró obtener una respuesta de la empresa en un corto tiempo que atienda mi pretensión”.

**Figura 2:**

*Subcategoría: Procedimiento*



Fuente: Elaboración propia

Al analizar esta subcategoría, se logró percibir que para los entrevistados, el procedimiento está íntimamente relacionado a una gestión de reclamos de consumo donde los protagonistas principales son los agentes económicos, siendo estrictamente los consumidores y proveedores, a fin de que se les brinde un servicio de solución a sus casos, teniendo en cuenta un plazo razonable de atención y para tal efecto deberá de existir una practicidad en la gestión, la misma que incluiría la realización de las audiencias de conciliación; sin embargo, se advirtió que existe una cantidad mínima de gestores en proporción a la demanda de reclamos que ingresan diariamente, y una información heterogénea vinculada a la explicación de las competencias del organismo regulador y el procedimiento de reclamo en un estado inicial, es decir, al momento de ingresar sus reclamos.

En virtud a ello, se tuvo al informante consumidor 1 (2023) , quien señaló: “La gestión de reclamos que ofrece el organismo regulador, es un procedimiento

legal muy bueno y accesible para todos los consumidores porque es un momento donde expongo mi caso frente al proveedor y estamos vinculados frente a un abogado, con la única finalidad que se brinde atención a mi caso en un tiempo no tan largo”, asimismo, se tuvo lo indicado por el informante consumidor 2 (2023) , al indicar que: “la tramitación de mi reclamo en el organismo regulador está referido a ese servicio de solución oportuna, ya que si yo acudo directamente al proveedor a través de un reclamo en su página web o el libro de reclamaciones no me brindan una solución rápida, por el contrario tengo que esperar en demasía”, cuyas apreciaciones coincidieron con lo que indicó el informante consumidor 3 (2023): “La gestión de reclamos de consumo, considero que es un mecanismo muy alternativo, con plazo corto y que brinda flexibilidad en cuanto a la atención a diferencia de otros procedimientos que tiene establecidos la institución para la solución de conflictos, donde los agentes económicos, es decir, tanto el consumidor como el proveedor interactúan con el propósito de dar una solución a la molestias que se dieron”. También se tuvo lo indicado por el consumidor informante 4 (2023): “La gestión de reclamos tiene un procedimiento rápido porque los abogados realizan su trabajo dentro un plazo que me pareció razonable, donde las comunicaciones que recibo son inmediatas, me escriben por correo y otras veces me llaman por teléfono y cuando no respondo los correos el abogado que está a cargo de mi caso insiste en comunicarse”, cuya idea concordó con el informante gestor 1, que señaló: “La gestión de reclamos es un procedimiento que busca un acercamiento de los consumidores con los proveedores a fin de encontrar posibles alternativas de solución a la controversia en un corto plazo”.

Por otro lado, los ciudadanos consideraron la realización de las audiencias de conciliación como parte del procedimiento de reclamo a fin de arribar a soluciones efectivas, es así que el informante consumidor 2 (2023) indicó que: “Como parte del procedimiento de mi reclamo, una vez me citaron para una audiencia de conciliación para conversar con el proveedor lo que me dejó sorprendida porque sentí que tenía esa facilidad de estar presente desde mi centro de trabajo y sin gastar en movilidad”, la misma que coincidió con el informante proveedor 2 (2023) al señalar: “El reclamo nos brinda esa apertura de un dialogo armonioso y pacifico con el consumidor para encontrar solución y atención

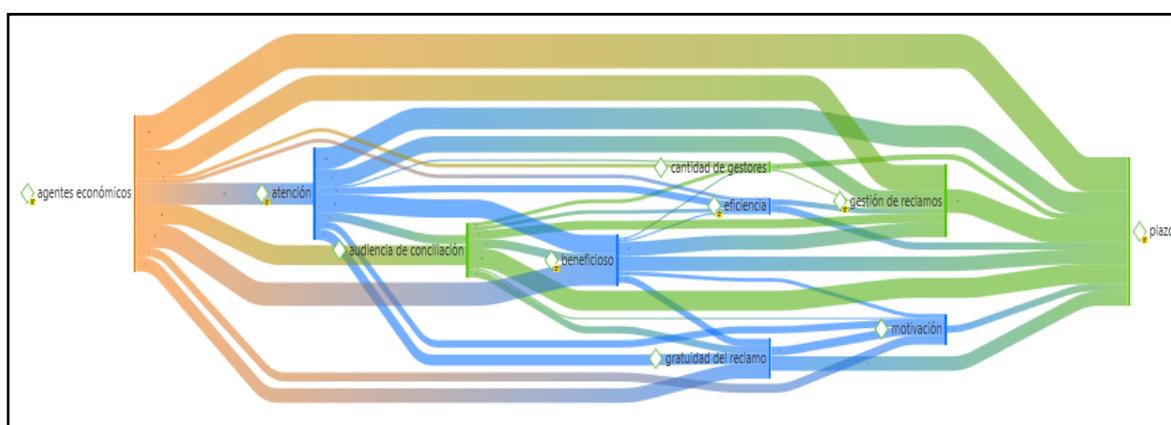
acompañados de un ente imparcial, y eso se logra gracias a la existencia de las audiencias de conciliación”.

Teniendo en consideración las apreciaciones de los ciudadanos, efectivamente se tiene clara la idea que el procedimiento de gestión de reclamos, busca una solución a cada caso concreto en un corto tiempo y bajo distintos mecanismos de solución de conflictos, tal como lo afirmó Servir (2021), que a través de una oportuna e idónea gestión de reclamos, se pueden detectar soluciones a una gama de problemas como consecuencia de las interacciones desarrolladas entre los agentes, respetando criterios, plazos y mecanismos diversos.

Por otro lado, también se detectó que existe un número reducido de gestores de reclamos de consumo, refiriéndonos a los abogados especialistas que atienden los casos, lo que repercutiría en una adecuada gestión con atención oportuna, y sobre el particular, se tuvo al informante gestor 2 (2023), quien expresó lo siguiente: “Es importante precisar que actualmente contamos con pocos gestores de reclamos y que por la alta demanda de reclamos nuestros plazos se pueden alargando un poco, pero estamos haciendo el máximo de los esfuerzos para que siempre logremos atender a la brevedad posible”, coincidiendo con el informante gestor 3 (2023) al señalar que: “Debemos de contar con mayor número de colaboradores en nuestro equipo de gestión de reclamos para continuar brindando una atención de calidad y eficiente”.

**Figura 3:**

*Triangulación de datos (Diagrama de Sankey)*



Fuente: Elaboración propia

Al efectuarse la triangulación de los datos contrastando con las subcategorías halladas, se obtuvo como resultado que los informantes percibieron a la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador competente en materia de protección al consumidor, como un servicio que se presta a la ciudadanía regido bajo procedimientos de calidad y que se caracteriza por ser gratuito, célere y confiable, el mismo que promueve un acercamiento entre los agentes económicos, llámese consumidor y proveedor al suscitarse conflictos de intereses a partir de una relación de consumo, con apoyo de herramientas alternativas de solución de conflictos, entre ellos: la mediación y conciliación, conducidos por abogados especialistas en protección al consumidor y conciliadores denominados gestores de reclamo, y lo que formaría parte de este servicio son las audiencias de conciliación. Sobre esta idea, se tuvo lo señalado por el informante consumidor 2 (2023), quien dijo: “La gestión de reclamos que ofrece el organismo regulador, es un procedimiento legal muy bueno y accesible para todos los ciudadanos porque es un momento en la exponemos nuestro caso frente al proveedor y estamos vinculados frente a un abogado, con la única finalidad que se brinde atención a nuestro caso en un tiempo no tan largo, también no genera mayor costo ya que es gratuito”, cuya idea coincidió con el informante proveedor 2 (2023), al indicar que: “La gestión de reclamos de consumo tramitados en el organismo regulador competente en materia de protección al consumidor tiene un objetivo claro de buscar soluciones entre el consumidor y el proveedor muchas veces por malas interpretaciones, informaciones no claras o precisas o quizás comportamientos involuntarios en breve tiempo y cargo de abogados especialistas”, y a su vez con el informante gestor 1 (2023), al afirmar que: “La gestión de reclamos es un procedimiento que busca un acercamiento de los consumidores con los proveedores a fin de encontrar posibles alternativas de solución a la controversia en un corto plazo, precisando que la gestión de reclamos se encuentra establecido en un procedimiento específico concordante con la normativa en protección al consumidor, y éste debe guardar criterios de calidad”. También se tuvo lo mencionado por el informante gestor 3 (2023), quien afirmó que: “La gestión de reclamos de consumo, es un servicio muy bueno con lineamientos establecidos, cuya finalidad es poder llegar a los consumidores y que se pueda solucionar las

controversias de consumo de manera sencilla y gratuita, ya sea través de la mediación o las audiencias de conciliación”.

Entonces, considerando los casos indicados, coincidieron con lo señalado en el Decreto Supremo N° 007-2020-PCM, quien precisó que la gestión de reclamos es un paradigma de calidad en el servicio dentro las entidades públicas, que permite implementar mejoras de atención, solución y calidad, ayudando a los ciudadanos a encontrar soluciones firmes (Presidencia del Consejo de Ministros, 2020), compartiendo la idea con Servir (2021), al indicar que la gestión de reclamos en la administración pública de nuestro territorio peruano, busca promover soluciones que generen impacto de la atención de los reclamos; anteponiendo la generación de valor público en ayuda de los ciudadanos.

En esa línea, a partir de nuestra experiencia, se expresa que efectivamente la gestión de reclamos de consumo que pone a disposición el ente regulador, surge como una alternativa supletoria de resolución de conflictos, para satisfacer una necesidad del consumidor que no habría sido atendida o comprendida por el proveedor en una relación de consumo, respetando un procedimiento de calidad, asimismo, se evidenció que hoy en día los ciudadanos sienten motivación por accionar en defensa de sus derechos cuando el servicio que le brinda una entidad estatal es totalmente gratuito, y sobre que sus derechos presuntamente vulnerados reciban una protección con un servicio eficiente a cargo de profesionales con experiencia a fin de que puedan ayudarlos a solucionar su problemas obteniendo beneficios y por ende una plena satisfacción, hechos que se advirtieron cuando el informante consumidor 3 (2023), señaló que: “Con la gestión de reclamos he podido obtener resultados positivos ciertamente, y porque el proveedor cuando ve que un consumidor acude a un organismo regulador, se nota la intención de uno de poder agotar todos los mecanismos o vías posibles para que nuestro reclamo o requerimiento sea atendido, además, porque existe profesionalismo y eficiencia”, cuyas ideas son contrastadas con lo señalado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor, al precisar que la protección de los consumidores se realizará bajo tramites céleres, gratuitos y sin muchos requisitos de admisibilidad (Congreso de la República, 2010), y al comprender que la satisfacción es el resultado de lo que se anhela lograr, y busca estar estrictamente vinculado al

servicio prestado, como de los valores y expectativas del propio usuario porque está enmarcado hacia sus percepciones y actitudes, además, vincula considerar otros componentes, tales como el tiempo invertido, el peculio, de ser el caso, el ahínco o la inmolación (Rey, 2000).

Asimismo, la gestión de reclamos de consumo obedece a un procedimiento que resalta un respeto a los plazos establecidos, los mismos que conllevan a una practicidad en la gestión a través del ingenio de los gestores para poder contactarse con los proveedores a fin de lograr una atención al reclamo del usuario, tal como se evidenció con el informante gestor 1 (2023), al decir: “En lo que respecta a practicidad para entablar contacto directo con los proveedores, se tiene las opciones de comunicarnos vía telefónica, whatsapp, correo electrónico y se considere como válido dicha interacción, con la finalidad de trasladar de manera más rápida el reclamo”, lo que concordó con lo estipulado por Howart y Greenwood (2017), quienes mencionaron que establecer metas y plazos realistas para responder a dichos reclamos es de suma importancia, además, se debe ser efectivo en los reclamos y ser trabajada como una habilidad, tanto de los proveedores y el organismo regulador, porque con esto se logra resultados positivos y satisfactorios para los clientes (Capegmini, 2011), por otro lado, actuar de manera inmediata para abordar y zanjar el punto problemático en el más sumario tiempo posible, denotando de esta manera el empeño del proveedor con la satisfacción palpable e indubitable del cliente (Shahhosseini y Hajarolasvadi, 2018), asimismo, los gestores de reclamo reconocieron la importancia de atender los requerimientos de los ciudadanos, así como la necesidad de establecer diálogos directos con los proveedores, destacando la realización de audiencias de conciliación para facilitar este objetivo, tal como se observó en el diario de campo, cuando el orientador le ofrece al consumidor evaluado una audiencia de conciliación presencial

Sin embargo, los gestores también reconocieron una situación particular al momento que brindan la información, ya que el consumidor al estar con mucha prepotencia o colera, no logra captar la idea del servicio de reclamo, desde su finalidad y la gestión que se realiza, hecho que también se logró evidenciar en el diario de campo, y cuya situación coincidió con el informante gestor 1 (2023), al decir: “Existe un pequeño quiebre de nuestra parte en lo que respecta a la

información o comunicaciones que se brinda a los ciudadanos cuando vienen molestos, porque muchas veces no captan lo que involucra el servicio de reclamo, es decir, que es voluntario sin opinión legal o normativa de la entidad”, a pesar de ello, resaltan los resultados favorables obtenidos y el logro del objetivo común de conocer lo que sucede en el mercado para tomar medidas necesarias. Sobre el particular Castillo (2012) resaltó la importancia de la comunicación y la transparencia en la gestión de reclamos, además mencionó que se debe mantener al consumidor informado sobre el progreso de la resolución del reclamo, los plazos involucrados y cualquier información relevante para el cliente. Por último, desde la perspectiva de las empresas proveedoras, consideraron que las comunicaciones con los consumidores son claras, pero debería ahondarse una explicación más detallada sobre el servicio y el procedimiento del reclamo más aún cuando los usuarios están impotentes; pese a ello, valorizan el diálogo pacífico con el consumidor y destacan la importancia de la imparcialidad del organismo regulador para encontrar soluciones, aunque a la fecha con algunos desafíos por superar, pero no difíciles, y desde la perspectiva de los consumidores, identificaron la posibilidad de que el organismo regulador continúe con la difusión respecto de su competencias a fin de que cuando tengan casos en búsqueda de ayuda identifiquen claramente cuál es el organismo regulador competente para su casos, teniendo en cuenta que existen otras entidades similares, situación advertida del informante consumidor 4 (2023), cuando señaló: “Exista mayor difusión de la que ya existe respecto de las atribuciones y competencias que tiene la entidad, es decir, deben ser difundidas a la población para que conozcan sus derechos”, finalmente desde la perspectiva de los gestores de reclamo, identificaron que existará mayor protección a los derechos de los consumidores , cuando se cuente con profesional expertos en lenguaje de señas y lenguas aborígenes, lo que permitiría estar enfocándonos en un criterio de inclusión y pluriculturalidad.

Ahora, considerando las apreciaciones de los ciudadanos: consumidores, proveedores y gestores de reclamos, y desde nuestra experiencia es menester señalar que pese a los constantes escenarios políticos y económicos que cambian día a día, la gestión de reclamo que viene ofreciendo el organismo regulador, muestra aceptación por la ciudadanía y ello debido los logros en las atenciones brindadas; teniendo presente todo posible cambio para mejorar aún más.

## V. CONCLUSIONES

**Primera:** Las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de los reclamos de consumo en un organismo regulador en materia de protección al consumidor, concuerdan en aprobar el servicio brindado, resaltando su gratuidad, celeridad, practicidad, profesionalismo de los gestores y eficiencia en la búsqueda de soluciones a los casos, a través de los mecanismos alternativos de resolución de conflictos: mediación y conciliación, con resultados de nivel satisfactorio.

**Segunda:** Las apreciaciones de los ciudadanos respecto de la motivación para la presentación y solución de los reclamos de consumo ante el organismo regulador, concurren en enfatizar a la gratuidad del servicio, el profesionalismo de los abogados conciliadores especialistas en la gestión, el plazo de atención, la eficiencia, el beneficio y satisfacción que obtienen como resultado de sus pretensiones.

**Tercera:** Las apreciaciones de los ciudadanos respecto del procedimiento de atención en la conducción de los reclamos de consumo ante el organismo regulador, coinciden que tiene un plazo de tramitación mucho más sucinto en comparación con otros procedimientos de nivel administrativo en temas de protección al consumidor que ofrece el ente regulador, destacando su practicidad, eficacia y la apertura de un diálogo directo con el proveedor a través de las audiencias de conciliación, con el soporte de un abogado especialista.

## **VI. RECOMENDACIONES**

**Primera:** Se recomienda a la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) del Estado peruano, quien tiene adscrito al organismo regulador de protección al consumidor, la ejecución de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública con temporalidad al año 2023 refrendada mediante Decreto Supremo N° 103-2022-PCM a fin de modernizar los organismos reguladores para mejorar la gestión pública en favor del ciudadano y sus derechos como consumidor, promoviéndose un adecuado manejo del mercado y de los servicios públicos.

**Segunda:** Se recomienda la Contraloría General de la República (CGR), en atención al Decreto Supremo N° 007-2020-PCM, estar en constante monitoreo vigilante a través de su Órgano de Control Institucional, respecto de la disponibilidad del libro de reclamaciones y su respectiva atención de los reclamos contra los funcionarios del área encargada de la gestión de reclamos de consumo del organismo regulador, a fin de garantizar la conducción de un procedimiento de calidad libre de corrupción y sesgos.

**Tercera:** Se recomienda al organismo regulador de protección al consumidor, a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs (SBS), a la Defensoría del cliente financiero (DCF) y a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC), consolidar estrategias para pronto diálogo con los proveedores a fin de encontrar soluciones inmediatas a los reclamos de los ciudadanos, y éstos encuentren resultados satisfactorios.

**Cuarta:** Se recomienda a la Subdirección de Atención al Ciudadano (SBC) del organismo regulador de protección al consumidor, a realizar contantes actualizaciones a sus procedimientos de calidad respecto de la gestión de reclamos de consumo, capacitaciones a los gestores de reclamos y realización de campañas de sensibilización a los consumidores y proveedores para conozcan sus derechos y obligaciones, asimismo, dotar de equipamiento logístico al personal respectivo.

**Quinta:** Se recomienda a los investigadores, ahondar en el tema de atención con enfoque inclusivo para los consumidores con discapacidades motrices, auditivas, visuales y afasia; habilidades diferentes y aquellos que empleen lenguas nativas, en los organismos reguladores estatales.

## REFERENCIAS

- Abney, A., Pelletier, M., Ford, T., y Horky, A. (2017). I hate your brand: adaptive service recovery strategies on Twitter. *Journal of Services Marketing*, 31(3), 281-294.
- Aguiar, J. (2021). Metodología de la investigación cualitativa reflexiones epistémicas. *Caribeña de Ciencias Sociales*, 57–71. <https://doi.org/10.51896/caribe/mevg5476>
- Alam, S. S., Ali, M. H., Omar, N. A., & Hussain, W. M. (2020). Customer Satisfaction in Online Shopping in Growing Markets: An Empirical Study. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 11(1), 78-91. <http://doi.org/10.4018/IJABIM.2020010105>
- Álvarez Suárez, P. (2020). Alternativas para la implementación del Libro de Reclamaciones en los establecimientos comerciales abiertos al público sin recurrir al procedimiento administrativo sancionador. [Repositorio.pucp.edu.pe](https://repositorio.pucp.edu.pe). <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/170781>
- Andrews, R., Beynon, M., & Genc, E. (2017). Strategy implementation style and public service effectiveness, efficiency, and equity. *Administrative Sciences*, 7(4), 1-19. doi: 10.3390/admsci7010004
- Araneda, A. (2006). La triangulación como técnica de científicidad en investigación cualitativa pedagógica y educacional. *REXE- Revista de Estudios y Experiencias En Educación*, 5(10), 11–38. <https://revistas.ucsc.cl/index.php/rexe/article/view/289>
- Autoridad Nacional del Servicio Civil (Servir). Perú 2021. Recuperado de <https://www.gob.pe/servir>
- Azman, I. & Yusrizal, S. (2016). Service quality as a predictor of satisfaction and customer loyalty. *Scientific Journal of Logistics*. 12(4): 269-283.

- Batista Silva A., Gálvez Espinos M, Hinojosa Cueto I. Bosquejo histórico sobre las principales teorías de la motivación y su influencia en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Rev Cubana Med Gen Integr.* 2010. Disponible en [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21252010000200017&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252010000200017&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Berry, Leonard (1996). *Un buen servicio ya no basta. Cuatro principios del servicio excepcional cliente.* Editorial Norma.
- Borbor Chávez, P. del R., & Goicochea Alor, N. (2017). Estudio de caso de resolución de conflictos de consumo: la Defensoría del Cliente Financiero. *Repositorio.esan.edu.pe.*  
<https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1148>
- Capgemini. (2011). *US metro wealth index 2011 findings.*
- Castillo Becerra E. (2012). *Los procesos de participación ciudadana y control ciudadano para la gestión pública de los servicios públicos en México entre dos entidades federativas (Doctoral dissertation).*
- Cierco Seira, César (2002), *La reducción de la carga de presentación de documentos ante la Administración Pública. (Reflexiones a propósito de la experiencia italiana).*
- Congreso de la Republica. (2010). *Ley N° 29571 Código de protección y defensa del consumidor. Normas Legales.* Lima, Lima, Perú: Editora Perú. Obtenido de [https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/codigo\\_deproteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-538113-1/](https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/codigo_deproteccion-y-defensa-del-consumidor-ley-n-29571-538113-1/)
- Del Águila Martínez, J. (2022, April). *Solución extrajudicial de conflictos en materia de consumo (R. D. Bonachera Villegas, Ed.) [Review of Solución extrajudicial de conflictos en materia de consumo].* Repositorio Universidad de Almería; Tesis Universidad de Almería. <http://repositorio.ual.es/handle/10835/13388>
- Deyalage, P., & Kulathunga, D. (25 de January de 2019). *Factors affecting online customer satisfaction: the Sri Lanka perspective.* *International Journal of Business and Management*, 14(2). [doi.org/10.5539/ijbm.v14n2p99](https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n2p99)

- Di Crosta A, Ceccato I, Marchetti D, La Malva P, Maiella R, Cannito L, et al. (2021) Psychological factors and consumer behavior during the COVID-19 pandemic. PLoS ONE 16(8): e0256095. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256095>
- Flores Pérez C. C. (2019). La comunicación social en México y la lucha fallida por la transparencia: Del Imperio Azteca a la Ley Chayote. Universidad Autónoma de Zacatecas.
- Gagñay Inguillay, L. K., Tercero Chicaiza, S. L., Lopez Aguirre, J. (2020). Ética en la investigación científica. Revista Imaginario Social, 3(1). doi: <https://doi.org/10.31876/is.v3i1.10>  
<https://www.revistaimaginario-social.com/index.php/es/article/view/10>
- Ghodoosi, F. & Sharif, M.M. (2021), "Justice in arbitration: the consumer perspective", International Journal of Conflict Management, Vol. 32 No. 4, pp. 626-647. <https://doi.org/10.1108/IJCMA-10-2019-0203>
- Gómez, F. (1993). Sistema y Procedimiento Administrativo. Caracas: Frigor.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza Torres, C.P. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Distrito Federal, México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Horovitz, Jacques (1991). La calidad del servicio. McGraw-Hill, España.
- Howart, T., & Greenwood, D. (2017). An overview of theorists and quality philosophy. En T. Howart, & D. Greenwood, Construction quality management (págs. 1-41). London: Routledge. [doi.org/10.4324/9781315563657](https://doi.org/10.4324/9781315563657)
- Huaita Rocha, Christofer Patrick Abraham (2018). Relación de la gestión de quejas o reclamos y mejora de la satisfacción del usuario en la Dirección del trabajo y promoción del empleo, Tarapoto 2018. Repositorio.ucv.edu.pe <https://repositorio.ucv.edu.pe>
- Ingrams, A., Piotrowski, S., & Berliner, D. (2020). Learning from our mistakes: public management reform and the hope of open government. Perspectives on public

management and governance, 20(20), 1-16. doi:10.1093/ppmgov/gvaa001  
Isoraité, M. (september de 2017). Complaints management as an effective customer management tool. Saudi Journal of business and management studies, 2(9), 842-847. doi:10.21276/sjbms.2017.2.9.4

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi. (n.d.). <https://www.gob.pe/indecopi>

Jaramillo-de los Ríos, L.F. y Villa-Orrego, H.A. (2015). La integridad del mercado como mecanismo de protección de los derechos colectivos. Revista Jurídicas, 12 (2), 9-25. DOI: 10.17151/jurid.2015.12.2.2.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing. México: Pearson educación

López Calva, Martín. Ética profesional y complejidad: Los principios y la religación. Perfiles educativos 2013. Disponible en: <[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982013000400020&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982013000400020&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0185-2698.

Luna-Gijón, G., Nava Cuahutle, A. A., & Martínez-Cantero, D. A. (2022). El diario de campo como herramienta formativa durante el proceso de aprendizaje en el diseño de información. Zincografía. <https://doi.org/10.32870/zcr.v6i11.131>

Mainwaring, S. (2018). We First: How Brands and Consumers Use Social Media to Build a Better World. St. Martin's mainPress.

Medina León, Alberto; Nogueira Rivera, Dianelys; Hernandez-Narino, Arialys y Comas Rodriguez, Raúl. Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Rev. chil. ing.* 2019. Disponible en: <[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-33052019000200328&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000200328&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0718-3305. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000200328>.

Muñoz Arauzo, P. Y. (2021). La eficacia de los procedimientos de conciliación por reclamos realizados por parte de los consumidores para la protección de sus derechos de consumo, en la Oficina Regional de Indecopi de Junín, segundo

semestre del año 2019. Universidad Continental.  
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/10098>

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2022). Metodología de la investigación: Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U.

Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel). Perú 2021. Recuperado de <https://www.gob.pe/osiptel>

Presidencia del Consejo de Ministros (2020). Decreto Supremo N° 007-2020-PCM que establece disposiciones para la gestión de reclamos en las entidades de la Administración Pública. Normas Legales. Lima, Lima, Perú: Editora Perú. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-establece-disposiciones-para-la-gestion-decreto-supremo-n-007-2020-pcm-1846653-1/>

Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco). México 2020. Recuperado de <https://www.gob.mx/profeco>

Prieto de Alizo, Leticia. (1998). "Perfil de las motivaciones sociales y clima organizacional como Personal administrativo de la Universidad". *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. IV. N° 1.

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, P. (2020). Effect of Integrated Management System of ISO 9001:2015 and ISO 22000:2018 Implementation to Packaging Industries Quality Performance at Banten Indonesia. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekpnomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 17-31. doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp17-31

Rey Martín, C. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales de Documentación*, 3, 139–153. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451>

Reyes Olzon, S. M. (2021). Gestión de reclamos y satisfacción del usuario en el servicio de atención al ciudadano del INDECOPI, 2020. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56991>

- Roper, S., & Bourke, J. (2019). UK consumer dispute resolution: An analysis of mediation and arbitration schemes. Enterprise Research Centre. <https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2019/04/ERC-ResPap76-RoperBourke.pdf>
- Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon). Brasil 2020. Recuperado de <https://www.gov.br/mj/pt-br/aceso-a-informacao/agenda-de-autoridades/senacon>
- Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Chile 2022. Recuperado en [https://www.sernac.cl/portal/604/articles-71808\\_recurso\\_1.pdf](https://www.sernac.cl/portal/604/articles-71808_recurso_1.pdf)
- Shahhosseini, V., & Hajarolasvadi, H. (2018). A conceptual framework for developing a BIM-enabled claim management system. *International Journal of Construction Management*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/15623599.2018.1512182>
- Snyder C. R., Harris C., Anderson J. R., Holleran S. A., Irving L. M., Sigmon S. T., et al. (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual-differences measure of hope. *J. Pers. Soc. Psychol.* 60 570–585. [10.1037//0022-3514.60.4.570](https://doi.org/10.1037//0022-3514.60.4.570)
- Stauss, B., & Seidel, W. (2019). *Effective Complaint Management*. In *Management for Professionals*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-98705-7>
- Suchanek, P., & Kralova, M. (2018). Customer satisfaction and different evaluation of in by companies. *Economic Research - Ekonomska Istrazivanja*, 31(1), 1330-1350. doi:10.1080/1331677X.2018.1484786
- Sukhawattanakun, K. (2022). Thai Consumer Perspective On Marketing Ethics Of Consumer Products. *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(2), 213-222. doi:10.18488/73.v10i2.3012
- Szymielewicz Katarzyna, A.W. (2022). Problems And Challenges In Consumer Defense. *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(2), 218-223.

- Vasilachis, I. G. (2019). Estrategias de Investigación Cualitativa. Volumen II. Gedisa Editorial.
- Vivanco Vergara, María Eugenia. Los Manuales de Procedimientos como Herramientas de Control Interno de una Organización. Universidad y Sociedad, Cienfuegos, 2023. Disponible en <[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000300038&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038&lng=es&nrm=iso)>.
- Zárrago, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La Satisfacción de la cliente basada en la calidad del Servicio a través de la eficiencia del personal y Eficiencia del Servicio: Un estudio Empírico de la Industria Restaurantera. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 7, 20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Zheithaml, V. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn. Journal of the Academy of Marketing Science, 28(1), 67-85.

## **ANEXOS**



## Anexo 2

### Instrumentos de recolección de datos

#### Guía de entrevista al consumidor

<b>MOMENTO DE INTERACCIÓN INICIAL:</b> El presente acercamiento es con la finalidad de interactuar, conocer su experiencia y recabar ideas u opiniones sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador de protección al consumidor, 2023		
<b>Saludos al entrevistado:</b> Estimado (a) consumidor (a), buen día. ¿Cómo me le va?		
<b>Propósito de la entrevista:</b> El propósito de la entrevista es obtener información sobre de la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador.		
<b>MOMENTO DE DESARROLLO:</b> Inicio de la entrevista		
Quiero conversar con usted sobre la gestión de reclamos de consumo tramitados en un organismo regulador de protección al consumidor.		
Categoría	Subcategorías	Ítems
<b>Gestión de reclamos de consumo</b>	<b>Motivación</b>	1.- Desde su experiencia ¿Qué apreciación tiene respecto de la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor? Coméntanos.  2.- ¿Cuáles son sus motivaciones para presentar un reclamo ante el organismo regulador?
	<b>Procedimiento</b>	3.- ¿Qué conocimiento tienen respecto del beneficio de presentar reclamos de consumo en el organismo regulador?  4.- ¿Cuál es su apreciación respecto al resultado del reclamo (en función al tiempo de atención, eficacia, satisfacción, comunicaciones que recibió) ante el organismo regulador? Coméntanos.
<b>MOMENTO DE CIERRE:</b> Reflexiones y consideraciones finales acerca de la entrevista. Consideraciones: ¿Qué debería mejorarse en la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor?		

## Guía de entrevista al proveedor

<b>MOMENTO DE INTERACCIÓN INICIAL:</b>		
El presente acercamiento es con la finalidad de interactuar, conocer su experiencia y recabar ideas u opiniones sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador de protección al consumidor, 2023		
<b>Saludos al entrevistado:</b> Estimado proveedor, buen día. ¿Cómo me le va?		
<b>Propósito de la entrevista:</b> El propósito de la entrevista es obtener información sobre de la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador.		
<b>MOMENTO DE DESARROLLO:</b> Inicio de la entrevista		
Quiero conversar con usted sobre la gestión de reclamos de consumo tramitados en un organismo regulador de protección al consumidor		
Categoría	Subcategorías	Ítems
<b>Gestión de reclamos de consumo</b>	<b>Motivación</b>	1.- Desde su experiencia ¿Qué apreciación tiene respecto de la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor? Coméntanos.
	<b>Procedimiento</b>	2.- Desde su perspectiva como proveedor ¿Qué motiva a los consumidores a presentar reclamos ante el organismo regulador?  3.- ¿Qué conocimiento tiene su representada respecto del beneficio de la presentación de reclamos por parte de los consumidores ante el organismo regulador?  4.- ¿Cuál es su apreciación respecto al trámite de respuesta de su representada ante el organismo regulador en atención a los reclamos de consumo presentados por los consumidores? Coméntanos.
<b>MOMENTO DE CIERRE:</b> Reflexiones y consideraciones finales acerca de la entrevista. Consideraciones ¿Qué debería mejorarse en la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor?		

## Guía de entrevista al gestor de reclamos

<b>MOMENTO DE INTERACCIÓN INICIAL:</b>		
El presente acercamiento es con la finalidad de interactuar, conocer su experiencia y recabar ideas u opiniones sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador de protección al consumidor, 2023		
<b>Saludos al entrevistado:</b> Estimado (a) gestor (a), buen día. ¿Cómo me le va?		
<b>Propósito de la entrevista:</b> El propósito de la entrevista es obtener información sobre de la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador.		
<b>MOMENTO DE DESARROLLO:</b> Inicio de la entrevista		
Quiero conversar con usted sobre la gestión de reclamos de consumo tramitados en un organismo regulador de protección al consumidor		
Categoría	Subcategorías	Ítems
<b>Gestión de reclamos de consumo</b>	<b>Motivación</b>	1.- Desde su experiencia ¿Qué apreciación tiene respecto de la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor?  2.- ¿Qué motivaciones tienen los consumidores para presentar reclamos ante el organismo regulador?
	<b>Procedimiento</b>	3.- ¿Qué conocimiento tienen respecto del beneficio de la presentación de reclamos por parte de los consumidores ante el organismo regulador?  4.- ¿Cuál es su apreciación respecto al resultado del reclamo (en relación al tiempo de atención, eficacia, satisfacción) en el organismo regulador de protección al consumidor? Coméntanos.
<b>MOMENTO DE CIERRE:</b> Reflexiones y consideraciones finales acerca de la entrevista. Consideraciones ¿Qué debería mejorarse en la gestión de reclamos de consumo en el Indecopi Lima Sur?		

## Diario de campo

DIARIO DE CAMPO	
Ubicación	Sede Central del Organismo Regulador
Persona observada	Consumidor
Fecha	19 de junio de 2023
Observaciones en el área de atención al ciudadano por la gestión de un reclamo	
<p>El tema abordado es la atención y explicación de la gestión de reclamos de consumo.</p> <p>El consumidor se encontraba en sala de espera de la sede Central del Organismo Regulador, para ser atendido por un asesor de la Subdirección de Atención al Ciudadano, registrando un tiempo de espera de 10 minutos aproximadamente.</p> <p>Luego, a través del “sistema de colas”, el consumidor fue llamado para que se le brinde la respectiva atención, tomó asiento en el módulo y comenzó a dialogar y realizar preguntas diversas al asesor de atención al ciudadano respecto del trámite de un reclamo que tenía vigente contra una entidad bancaria, donde el asesor le comenzó a explicar en qué consistía el servicio de reclamo, la gratuidad del mismo, resaltando la idea que en dicho servicio la entidad reguladora no emitirá ningún tipo de pronunciamiento al caso en concreto, situación que no fue del agrado del consumidor porque tenía la idea que el organismo regulador al conocer su caso y saber que la entidad bancaria había brindado una respuesta negativa a su requerimiento, iban actuar de oficio para que le devuelvan el dinero por unas “operaciones no reconocidas” de su tarjeta de crédito. El consumidor, comenzó a subir su tono de voz, y ante esa situación el asesor trató de calmarlo, reiterando una explicación más detallada, momento en que se le ofrece al consumidor la idea una audiencia de conciliación a fin de que el proveedor pueda reevaluar el caso en concreto y de ser factible mejore la respuesta inicialmente brindada. Dicha idea fue aceptada por el consumidor, y el asesor le explicó en qué consistía dicha reunión y al ser adulto mayor le brindó la posibilidad que sea presencial, quedando el consumidor conforme y agradecido con la explicación. La atención, registró un tiempo de 30 minutos aproximadamente.</p>	
Hallazgos:	
<p>Se logró observar que el consumidor desde un inicio lo que buscaba era una pronta solución a su caso, considerando que la entidad financiera no habría atendido a su requerimiento conforme lo solicitado. Después, el consumidor tomó conocimiento de la gestión del reclamo cuando el banco no brindaba respuesta favorable.</p> <p>Por otro lado, observe que se le ofreció una herramienta de reunión denominada: Audiencia de conciliación, a fin que el usuario tenga la oportunidad de conversar con la empresa reclamada sobre el caso en particular.</p> <p>Luego converse con el asesor de atención al ciudadano respecto de lo señalado por el consumidor, indicando que muchas veces los usuarios al estar molestos con el fin de buscar una solución a su caso no logran comprender la finalidad del reclamo y su gestión pese a los esfuerzos que se realizan día a día para que el ciudadano tenga clara y toda la información completa. Pude observar que al ciudadano por ser una persona mayor le ofrecieron una audiencia de conciliación presencial al ser más complejo una audiencia virtual desde el punto de vista de manejo de la tecnología.</p>	

## Anexo 3

### Asentimientos informados de los participantes



#### ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

#### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

#### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
2. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
3. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:  
**Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.  
**Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.  
**Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.

**Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa ( ✓ ) en el cuadrito que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Sí quiero participar

- Nombre completo: Ingrid Patricio Rivera
- Edad: 30
- Sexo: Femenino



INGRID PATRICIO

---

Firma

Lima, 19 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

4. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
5. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
6. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadrado que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Sí quiero participar

- Nombre completo : Miloska Palomino Qunto
- Edad: 36
- Sexo: F

  
Firma

Lima, 19 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
2. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
3. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:  
**Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.  
**Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.  
**Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.  
**Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jrova\\_64@hotmail.com](mailto:jrova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadrado que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Si quiero participar

- Nombre completo : Yohana Anqwo Villacorta
- Edad: 32
- Sexo: M

Yohana

Firma

Lima, 19 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

4. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
5. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
6. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadrado que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Si quiero participar

- Nombre completo
- Edad: 42
- Sexo: F

Guadalupe Vanessa Murrero

[Firma]  
Firma

Lima, 20 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

7. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
8. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
9. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

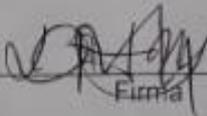
esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadrado que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Sí quiero participar

- Nombre completo : Diego Alvaro Tafur Morillas
- Edad : 38
- Sexo : M

  
Firma

Lima, 20 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

10. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
11. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
12. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

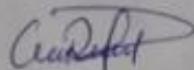
esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadrado que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Si quiero participar

- Nombre completo : Crisula Lourdes de Fátima Rincón Rial
- Edad: 29
- Sexo: Femenino



Firma

Lima, 16 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

13. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
14. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
15. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadro que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Si quiero participar

- Nombre completo :
- Edad: 35
- Sexo: Femenino

Libette Yaret Bravo Cusso

[Firma]  
Firma

Lima, 19 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

16. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
17. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
18. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

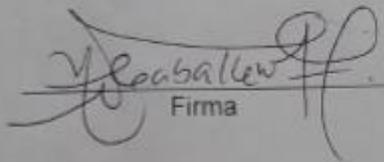
esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [jorova\\_64@hotmail.com](mailto:jorova_64@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadro que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Si quiero participar

- Nombre completo : Noelia Melissa Caballero Feneva
- Edad: 37
- Sexo: F

  
Firma

Lima, 21 de junio de 2023

## ASENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023  
Investigador : Joseph Rally Ojeda Vargas

### Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”, cuyo objetivo es es conocer e interpretar las apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de posgrado del programa de Gestión Pública, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Los Olivos, autorizado por la autoridad correspondiente de la Universidad. El impacto de la problemática de la investigación radica analizar la gestión de reclamos de consumo que se viene realizando en el organismo regulador para beneficio o no de la ciudadanía en protección a sus derechos como consumidores.

### Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

19. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Apreciaciones de los ciudadanos sobre la gestión de reclamos de consumo en un organismo regulador, 2023”.
20. Esta entrevista será grabada y tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos en un solo momento de principio a fin y se realizará de forma presencial en un ambiente idóneo de su comodidad. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.
21. Asimismo, se respetará y tendrá en cuenta principios éticos:
  - Participación voluntaria** (principio de autonomía): puede realizar todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. En caso, posteriormente a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.
  - Riesgo** (principio de No maleficencia): precisarte que tu participación en este estudio no genera la existencia de riesgo o daño; sin embargo, en el caso que determine que algunas preguntas le puedan generar incomodidad, usted tiene la libertad de responderlas o no.
  - Confidencialidad** (principio de justicia): comentarle que sus datos y la información que nos brinde serán totalmente confidenciales.
  - Beneficios** (principio de beneficencia): sobre el particular precisarte que

esta actividad no involucra pago o beneficios en dinero o cosas materiales. Además, te contamos que se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar tu salud e integridad mientras participas de la actividad.

Si consideras que se ha realizado alguna acción incorrecta durante la actividad o tienes alguna duda sobre el particular, te puedes contactar al correo: [prova\\_542@hotmail.com](mailto:prova_542@hotmail.com) o al teléfono 963218895.

En ese sentido, si aceptas participar, te pido que coloques un aspa (✓) en el cuadrado que se indica abajo, asimismo, completes los datos solicitados.

Si quiero participar

• Nombre completo :

• Edad: 42

• Sexo: F

*[Firma manuscrita]*  
Firma

Lima, 23 de junio de 2023

## **Anexo 4**

Transcripción de algunas de las entrevistas realizadas.

### **ENTREVISTA**

Al Consumidor

**1.- Desde su experiencia ¿Qué apreciación tiene respecto de la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor? Coméntanos.**

Desde mi experiencia puedo comentarte que la gestión de reclamos que ofrece el organismo regulador, es un procedimiento legal muy bueno y accesible para todos los ciudadanos porque es un momento en la exponemos nuestro caso frente al proveedor y estamos vinculados frente a un abogado, con la única finalidad que se brinde atención a mi caso en un tiempo no tan largo, también no genera mayor costo ya que es gratuito a diferencia de otros procedimientos donde debemos de pagar un derecho de tramitación, además que el tiempo para encontrar una solución es rápido, al menos a mí me ayudaron porque conseguí que el Banco me devuelve mi dinero a la brevedad y gracias a la intervención de esta entidad.

**2.- ¿Cuáles son sus motivaciones para presentar un reclamo ante el organismo regulador?**

Mi mayor motivación en las veces que he presentado mis reclamos es la mediatez y el profesionalismo de los abogados que atienden los casos, porque me explican que debo hacer con cada empresa que vulnera mis derechos, también ahora es más fácil presentar un reclamo porque cuenta con una plataforma virtual que no tengo que venir necesariamente al local porque desde mi casa puedo presentarlo y una vez también lo hice llamando por teléfono, y esas cosas hacen que me motive y me sienta satisfecha. Finalmente, también pensé mucho en lo relevante que es la gratuidad de la gestión del reclamo, porque se ajusta a nuestra economía que vive nuestro país, pienso que eso particularmente a mí me motiva mucho.

**3.- ¿Qué conocimiento tienen respecto del beneficio de presentar reclamos de consumo en el organismo regulador?**

Como ciudadana de a pie, pienso que el beneficio de la tramitación de mi reclamo en el organismo regulador está referido a ese servicio de solución oportuna, ya que si yo acudo directamente al proveedor a través de un reclamo en su página web o el libro de reclamaciones no me brindan una solución, por el contrario, tengo que esperar en demasía, pero en cambio si voy al Indecopi la empresa rápidamente me atiende, por eso pienso que el beneficio del reclamo ante el organismo regulador

está en la solución oportuna que brindaron a mi caso, justo cuando más lo necesitaba.

**4.- ¿Cuál es su apreciación respecto al resultado del reclamo (en función al tiempo de atención, eficacia, satisfacción, comunicaciones que recibió) ante el organismo regulador? Coméntanos.**

Desde mi experiencia como consumidora, opino que los reclamos que se tramitan en esta entidad son de manera eficiente y oportuna porque tienen un procedimiento rápido dentro de un plazo, donde las comunicaciones que recibo son inmediatas, me escriben por correo y otras veces me llaman por teléfono y cuando no respondo los correos el abogado que está a cargo de mi caso insiste en comunicarse. Incluso una vez como parte del procedimiento de mi reclamo, una vez me citaron para una audiencia de conciliación para conversar con el proveedor lo que me dejó sorprendida porque sentí que tenía esa facilidad de estar presente desde mi centro de trabajo y sin gastar en movilidad. Para mí el resultado del reclamo es bueno y felicito a esta entidad del estado por eso.

**4.- ¿Qué debería mejorarse en la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor?**

Desde mi punto de vista la gestión de los reclamos en el Indecopi se desarrolla de manera correcta; sin embargo, existen algunas cosas por mejorar, pero mínimas. Considero que la autoridad debería de tener una directiva interna o procedimientos como lo llaman ustedes con lineamientos más precisos respecto de las competencias de la entidad, porque una vez me sucedió que tuve un problema con una empresa teleoperadora y me dijeron que esos casos lo ven en Osiptel, entonces esas cosas confunden a los ciudadanos. Asimismo, la entidad debe continuar con sus capacitaciones a su personal para que sigan mejorando, también deben brindar charlas a los proveedores para conozcan más sus obligaciones y así ya no nos perjudiquen mucho cuando compramos los productos o pagamos por un servicio, también que brinden cursos a los consumidores que tenemos ganas de aprender, así como yo.

Muchas gracias por tu atención.

## **ENTREVISTA**

Al Proveedor

**1.- Desde su experiencia ¿Qué apreciación tiene respecto de la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor? Coméntanos.**

Considero que la gestión de reclamos, es muy asertiva toda vez que permite que los proveedores podamos tomar conocimiento de manera detallada del reclamo interpuesto por los consumidores, y así tener un nuevo panorama del reclamo, el mismo que sea un poco más específico y quizás puedan surgir nuevas consultas, siendo que en base a ello podemos realizar un nuevo análisis y que las partes podamos llegar a un acuerdo conciliatorio o en caso contrario como proveedor darle un nuevo análisis al reclamo interpuesto y poder de pronto llegar al consumidor de una manera más proactiva. También considero oportuno señalar que la gestión de reclamos de consumo tramitados en el organismo regulador competente en materia de protección al consumidor tiene un objetivo claro de buscar soluciones entre el consumidor y el proveedor muchas veces por malas interpretaciones, informaciones no claras o precisas o quizás comportamientos involuntarios en breve tiempo y cargo de abogados especialistas

**2.- Desde su perspectiva como proveedor ¿Qué motiva a los consumidores a presentar reclamos ante el organismo regulador?**

Bueno es un medio que se ha generado y de hecho es mucho más frecuente. La motivación que tenemos los ciudadanos es porque no nos genera un costo adicional a los consumidores, es decir, es totalmente gratuito y uno de los puntos más importante es la existencia de una audiencia de conciliación, como tal los ciudadanos pueden expresar de manera detallada sus inquietudes, lo que permite que las partes tengan una conversación o puntos de vista o pueden fijar los hechos de manera más detallada a fin de que lograr una satisfacción al consumidor.

**3.- ¿Qué conocimiento tiene su representada respecto del beneficio de la presentación de reclamos por parte de los consumidores ante el organismo regulador?**

Considero que es muy beneficioso en la medida que les permite a los consumidores que su reclamo sea tramitado sin algún costo adicional y de manera mucho más rápida, es decir, en un breve tiempo, asimismo, el reclamo nos brinda esa apertura de un dialogo armonioso y pacifico con el consumidor para encontrar solución y atención acompañados de un ente imparcial, y eso se logra gracias a la existencia de las audiencias de conciliación

**4.- ¿Cuál es su apreciación respecto al trámite de respuesta de su representada ante el organismo regulador en atención a los reclamos de consumo presentados por los consumidores? Coméntanos.**

A lo largo del tiempo y por la experiencia que tenemos en la gestión de reclamos y la realización de las audiencias de conciliación, considero que las interacciones con el organismo regulador son buenas y gracias a su plataforma virtual porque nos permite conocer el reclamo en tiempo real; sin embargo, existe una situación muy particular respecto al plazo de respuesta que nos brinda el ente regulador para responder el reclamo, ya que al ser nosotros una entidad bancaria amerita múltiples coordinaciones con áreas internas lo que nos dificulta poder atender el pedido del consumidor en el plazo que nos estipula el ente regulador. Asimismo, por el lado del profesionalismo de los gestores de reclamo, es oportuno mencionar que existe una proactividad de soporte y asistencia oportuna.

**5.- ¿Qué debería mejorarse en la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor?**

Respondiendo esta pregunta y siendo sincera, veo que la atención y la proactividad de los gestores de los reclamos es muy buena porque actúan con profesionalismo al preocuparse que los proveedores respondan a tiempo los requerimientos de los ciudadanos; sin embargo, creo necesario recomendar que los plazos que nos otorgan sean mucho más flexibles, en la medida que existen casos complejos que nos demanda mayor análisis, por lo demás, me parece que es un servicio muy óptimo en términos generales.

Estimado Joseph muchas gracias por la consideración y espero sean de utilidad mis respuestas.

## **ENTREVISTA**

Al Gestor de Reclamos de Consumo

### **1.- Desde su experiencia ¿Qué apreciación tiene respecto de la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador de protección al consumidor?**

Mi apreciación respecto de la gestión de reclamos, va direccionado en señalar que es un servicio puesto a disposición de la ciudadanía, y lo que se busca es lograr un contacto entre los agentes económicos, es decir, los consumidores y proveedores para obtener en la medida de lo posible respuestas favorables o alternativas de soluciones al malestar ocasionado por la presunta vulneración a los derechos del consumidor, por lo tanto es de gran ayuda y en la actualidad es el servicio más demandado por la población en el organismo regulador, por tanto, para mi es una buen alternativa para solucionar problemas.

### **2.- ¿Qué motivaciones tienen los consumidores para presentar reclamos ante el organismo regulador?**

Considero que la motivación puntal del ciudadano en un servicio de reclamo es hacernos conocer su molestia y el maltrato que podría haber recibido del proveedor, y de esa manera nosotros como entidad le ayudemos a solucionar su caso, asimismo, otra motivación que tienen es que existe un porcentaje bueno de atenciones favorables que se brindan a los reclamos, entonces el ciudadano al conocer ello, siente esa confianza en la entidad. Por otro lado, existe el tema de la gratuidad del servicio de reclamo, donde el ciudadano no paga y no es necesario contar con un abogado externo, finalmente porque la tramitación del reclamo es célere en comparación de otros procedimientos que tenemos en la entidad, donde tienen que pagar una tasa administrativa y el plazo de resolución es mucho mayor. Em conclusión, creo que las motivaciones están centradas en lo gratuito del reclamo, los resultados favorables y nuestro buen trato como profesionales.

### **3.- ¿Qué conocimiento tienen respecto del beneficio de la presentación de reclamos por parte de los consumidores ante el organismo regulador?**

Puedo señalar que si es beneficioso, porque a través de la gestión de reclamos se logra el objetivo común de los ciudadanos, es decir, que nuestra entidad conozca lo que viene sucediendo en el mercado de bienes y servicios a fin de tomar las medidas necesarias a través de nuestras áreas especializadas y que los hechos en vulneración a los derechos de los consumidores no vuelvan a suceder, además, porque a través del reclamo se esta brinda una atención célere, oportuna dentro de los plazos previstos a los requerimientos de los ciudadanos, lográndose respuestas favorables que los satisfacen y calma su molestia.

**4.- ¿Cuál es su apreciación respecto al resultado del reclamo (en relación al tiempo de atención, eficacia, satisfacción) en el organismo regulador? Coméntanos.**

Respecto al resultado del reclamo, mi punto de vista se enfoca en la satisfacción del ciudadano, ya que actualmente pese a la gran carga de reclamos ingresados para su tramitación, estamos obteniendo resultados favorables en cuanto al logro de los requerimientos de los usuarios, y eso hace que el consumidor se sienta a gusto y satisfecho. Por otro lado, respecto a nuestras comunicaciones está siendo buenas, porque con la ayuda de la plataforma virtual el consumidor tiene mayor interacción con nosotros y está al tanto de toda información, además, que nosotros como abogados nos sentimos comprometidos en brindar un buen servicio. Actualmente, los resultados que se ven reflejados con alentadores porque se está logrando la eficacia del servicio, y gracias al empleo de la mediación y conciliación, claro está que también se tiene la famosa audiencia de conciliación, con lo estoy mencionando considero que si estamos dando la talla para una buena atención.

**5.- ¿Qué debería mejorarse en la gestión de reclamos de consumo en el organismo regulador?**

Siguiendo la línea de lo anteriormente mencionado, debería mejorarse nuestro equipo de gestores de reclamos, ya que es importante precisar que actualmente contamos con pocos gestores de reclamos y que por la alta demanda de reclamos nuestros plazos se pueden alargando un poco, pero estamos haciendo el máximo de los esfuerzos para que siempre logremos atender a la brevedad posible, por lo tanto, tiene mucha relevancia que tengamos más personal porque nuevamente reitero hay una gran demanda en el servicio por el beneficio que obtienen los mismos y se evita llegar a procedimientos sancionadores administrativos que conllevarían la inversión de tiempo y también de repente el hecho del pago que se hace el de la tasa administrativa entonces lo que podríamos mejorar tal vez sería añadir más personal contar con más colaboradores, más apoyo que nos permita también a su vez atender una mayor cantidad de reclamos que ingresan diariamente.

Muchas gracias por escogerme para tu entrevista y aportar con mi opinión.

## Anexo 5

Evidencias fotográficas de las entrevistas realizadas



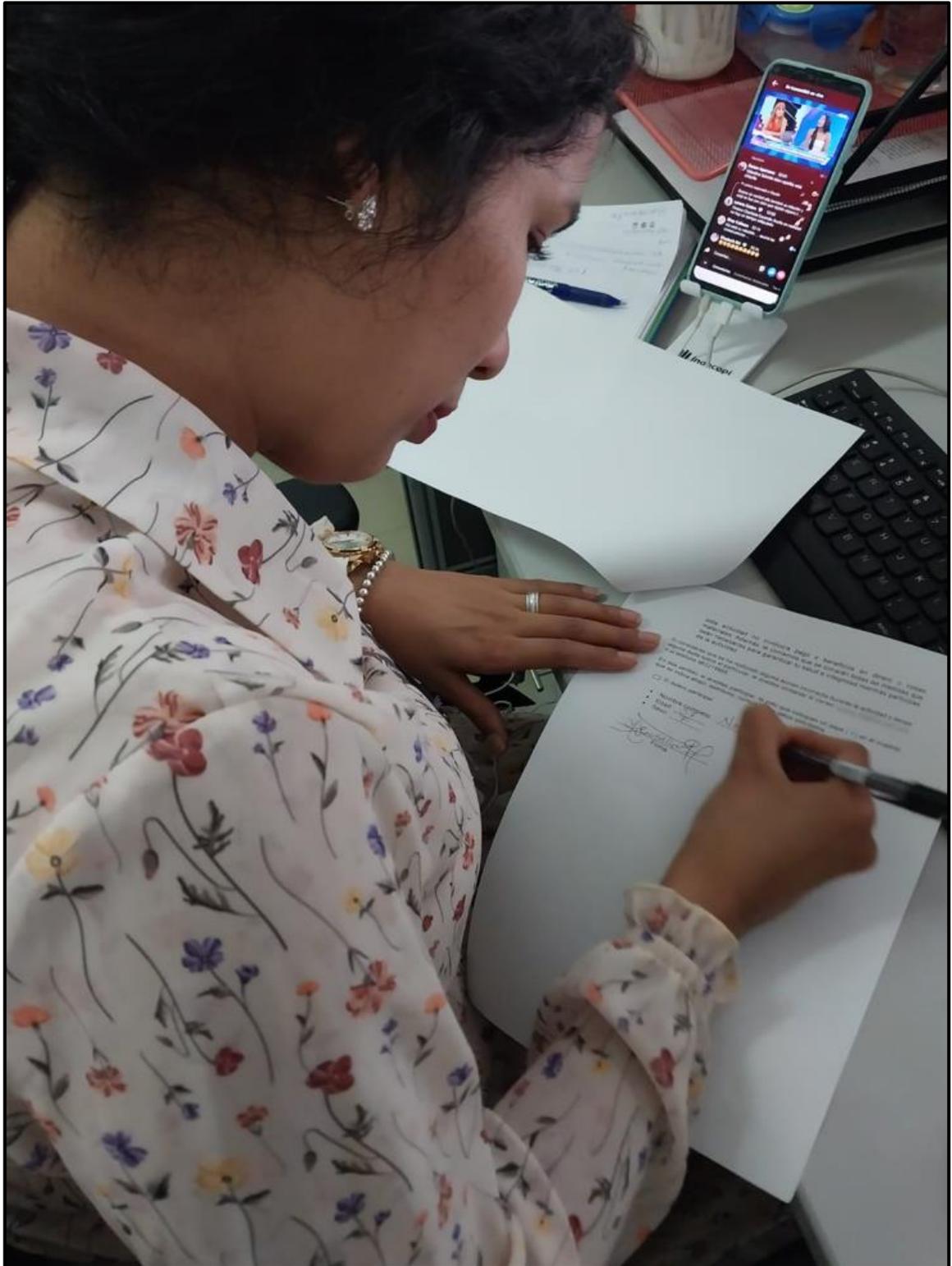
**Leyenda:** Entrevista realizada a una abogada especialista en gestión de reclamos de consumo del organismo regulador.



**Leyenda:** Entrevista realizada a una consumidora con experiencia en la presentación de reclamos de consumo ante el organismo regulador.



**Leyenda:** Entrevista realizada a una abogada especialista en gestión de reclamos de consumo del organismo regulador.



**Leyenda:** Entrevista realizada a una abogada especialista en gestión de reclamos de consumo del organismo regulador, con 10 años de experiencia.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, FLORES LEDESMA KATIA NINOZCA, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Apreciaciones de los Ciudadanos sobre la Gestión de Reclamos de Consumo en un Organismo Regulador,2023", cuyo autor es OJEDA VARGAS JOSEPH RALLY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 5.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado 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 César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 19 de Setiembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
FLORES LEDESMA KATIA NINOZCA <b>DNI:</b> 20022551 <b>ORCID:</b> 0000-0002-9088-5820	Firmado electrónicamente por: KFLORESL1 el 19- 09-2023 11:51:54

Código documento Trilce: TRI - 0651271