

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

*ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE DERECHO
Y CIENCIAS POLÍTICAS*



TESIS

“INCLUSIÓN EN LA LEY N° 29571 COMO CONSUMIDORES A
LOS MICROEMPRESARIOS, QUE ADQUIEREN PRODUCTOS
O SERVICIOS DESTINADOS A SU GIRO DE NEGOCIO PARA
DEFENDERSE ANTE UNA MALA ATENCION DE LOS
PROVEEDORES, HUANUCO 2018.”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

ABOGADA

TESISTA

TALIA SOLEDAD GONZALES AVILA

ASESOR

PONCE E INGUNZA, Félix

**Huánuco – Perú
2018**



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
Ciclo de Asesoramiento para la Tesis Profesional



RESOLUCIÓN N° 1056-2019-DFD-UDH
Huánuco, 02 de setiembre de 2019.

Visto la Resolución N° 606-2018-DFD-UDH de fecha 27 de setiembre de 2018 que declara **APROBAR** el Proyecto de Investigación intitulado **“INCLUSIÓN EN LA LEY N° 29571 COMO CONSUMIDORES A LOS MICROEMPRESARIOS, QUE ADQUIEREN PRODUCTOS O SERVICIOS DESTINADOS A SU GIRO DE NEGOCIO PARA DEFENDERSE ANTE UNA MALA ATENCIÓN DE LOS PROVEEDORES, HUÁNUCO 2018”**, presentado por la Bachiller **“Talía Soledad GONZALES AVILA”**;

CONSIDERANDO:

Que, el Art. 14° numeral 1 del Reglamento de Grados y Títulos del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas vigente para el caso determina las diversas modalidades al cual el Graduando puede acogerse para obtener el Título Profesional de Abogado.

Que, mediante Resolución N° 1206-2015-R-CU-UDH de fecha 28 de setiembre de año 2015 se aprobó el ciclo de Asesoramiento para la tesis profesional- CATP/DERECHO del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas, en atención al Art. 31 del Reglamento General de Grados y Títulos de la UDH;

Que, mediante Informe N° 001-2019-UDH/FD-CATP/FPel de fecha 09 de enero de 2019, el Dr. Félix Ponce e Ingunza Asesor del Proyecto de Investigación **“INCLUSIÓN EN LA LEY N° 29571 COMO CONSUMIDORES A LOS MICROEMPRESARIOS, QUE ADQUIEREN PRODUCTOS O SERVICIOS DESTINADOS A SU GIRO DE NEGOCIO PARA DEFENDERSE ANTE UNA MALA ATENCIÓN DE LOS PROVEEDORES, HUÁNUCO 2018”**, aprueba el informe final de la Investigación;

Que, en cumplimiento al Art. 31 del Reglamento de Grados y Títulos del Programa Académico de Derecho y CC.PP vigente para el caso y a mérito del documento de visto y habiendo el Bachiller previamente presentado los tres ejemplares de la referida Tesis debidamente espiralados, es pertinente emitir la Resolución de Jurado y señalar fecha y hora para su Sustentación;

Estando a lo dispuesto en el Art. 44° de la Nueva Ley Universitaria N° 30220; Inc. n) del Art. 44° del Estatuto de la Universidad de Huánuco; Reglamento de Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 466-2016-R-CU-UDH del 23 de mayo de 2016 y la facultad que indique;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- **DESIGNAR** al Jurado Calificador para examinar a la Bachiller en Derecho y Ciencias Políticas, doña **Talía Soledad GONZALES AVILA**, para obtener el Título Profesional de **ABOGADA** por la modalidad de Trabajo de Investigación Científica (Tesis), llevado a cabo en el Ciclo de Asesoramiento para la Tesis profesional; a los siguientes docentes:

Abg. Hugo B. Peralta Baca	: Presidente
Abg. Wilder S. Leandro Hermosilla	: Secretario
Abg. Hugo O. Vidal Romero	: Vocal



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
Ciclo de Asesoramiento para la Tesis Profesional



RESOLUCIÓN N° 1056-2019-DFD-UDH
Huánuco, 02 de setiembre de 2019.

Artículo Segundo.- Señalar el día viernes 06 de setiembre de 2019 a horas 10:00 a.m. dicha Sustentación, en la Sala de Simulación de Audiencias Judiciales de la Universidad de Huánuco, sito en el 4to. Edificio 1er. Piso de la ciudad universitaria La Esperanza

Artículo Tercero.- Difúndase publicando e invitando a la comunidad académica para que presencian dicha sustentación.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
Dr. FERNANDO CORCINO BARRUETA
DECANO

**ACTA DEL PROCESO DE CALIFICACIÓN POR LA MODALIDAD DE PRESENTACION
Y SUSTENTACION DE UNA TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las 10:00 AM. horas del día SEIS (06) del mes de SEPTIEMBRE del año dos mil diecinueve se reunieron en el SALA DE SIMULACION DE AUDIENCIAS JUDICIALES -UDH los miembros Ratificados del Jurado Examinador, designados por Resolución N° 1056-2019-DFD-UDH de fecha 02 de setiembre de 2019, al amparo de la nueva Ley Universitaria N° 30220 inc "n" del Art. 44 del Estatuto de la Universidad de Huánuco, Reglamento de Grados y Títulos, para proceder por la modalidad de Presentación y Sustentación de una Tesis de la Graduada **Talía Soledad GONZALES AVILA** la postulante al Título de Abogada, procedió a la exposición de la Tesis, absolviendo las interrogantes que le fueron formuladas por los miembros designados del Jurado, de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias; realizado el exposición, el Jurado procedió a la calificación.

JURADOS CALIFICADORES

PUNTAJE

Abg. Hugo B. Peralta Baca	Presidente	<u>16</u>
Abg. Wilder S. Leandro Hermosilla	Secretario	<u>16</u>
Abg. Hugo O. Vidal Romero	Vocal	<u>16</u>

CALIFICATIVO :

16
En números

DIECISEIS
En letras

RESULTADO :

APROBADO

por

UNANIMIDAD

.....
Abg. Hugo B. Peralta Baca
Presidente

.....
Abg. Wilder S. Leandro Hermosilla
Secretario

.....
Abg. Hugo O. Vidal Romero
Vocal

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico en primer lugar a Dios, quien fue, quien es y quien será el ser que nunca me dejó desmayar ante las adversidades y quien siempre estará guiando mi camino para ser mejor persona y una buena profesional día a día.

A mi bisabuela madre Adelaida Sevillano, quien me educó e inculcó a seguir esta carrera profesional de ser abogada, allá en el cielo donde estás se que estás orgullosa de mi y me cuidas.

A mi madre, a mis hermanos porque gracias a ellos aprendí ser responsable y a valorar las cosas que Dios me dio y las que no me dio tiene una razón de ser.

Talia S. Gonzales Avila

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la dicha de estar viva y estar al lado de mi familia y así poder lograr mis objetivos y metas, quien nunca me abandonó y siempre me dio fe y esperanza en mí.

A mi bisabuela Adelaida Sevillano, quien más que eso fue mi madre la que me crió y educó, por quien aprendí a luchar y lograr mis objetivos, gracias madre mía que desde el cielo siempre me cuidas y por ti hoy culminó una etapa de las muchas que se abrirán en mi vida y sé que estarás ahí en cada paso que dé dándome tu bendición.

A mi mamá Yuri Avila Maylle, más que mi mamá llegó a ser mi mejor amiga quien me dio la confianza para tomar decisiones en mi vida y siempre apoyándome, gracias mamita fortalecidos nuestra relación de madre e hija hace más de 15 años y desde ahí siempre me apoyaste.

A mi hermana Norlit Apolin Avila, mi monita linda gracias por tu comprensión, compañía y apoyo en esta etapa universitaria que de una u otra forma tu apoyo moral siempre estuvo ahí.

Y por último agradezco a toda mi familia por el apoyo y la confianza que me brindan, por la mano que me dieron cuando más los necesité, gracias por estar conmigo.

Talia S. Gonzales Avila

ÍNDICE

Dedicatoria	I
Agradecimiento	II
Resumen	V
Summary	VI
Introducción	VII

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema	9
1.2 Formulación del problema	11
1.3 Objetivo general	11
1.4 Objetivos específicos	12
1.5 Justificación de la investigación	12
1.6 Limitaciones de la investigación	13
1.7 Viabilidad de la investigación	13

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación	14
2.2 Bases teóricas	16
2.3 Definiciones conceptuales	23
2.4 Hipótesis	26
2.5 Variables	27
2.5.1 Variable independiente	27
2.5.2 Variable dependiente	27
2.6 Operacionalización de variables (Dimensiones e indicadores)	27

CAPÍTULO III	
MÉTODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1 Tipo de investigación	29
3.1.1 Enfoque	29
3.1.2 Alcance o nivel	29
3.1.3 Diseño	29
3.2 Población y muestra	29
3.3 Técnicas e instrumentos de investigación	30
3.3.1 Para la recolección de datos	30
3.3.2 Para la presentación de datos	30
3.3.3 Para el análisis e interpretación de los datos	30
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS	
4.1 Procesamiento de datos	31
4.2 Contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis	53
CAPÍTULO V	
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	
5.1 Contrastación de resultados del trabajo de campo con las referencias bibliográficas	61
5.2 Contrastación de la hipótesis general	66
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS (Matriz de consistencia)	74

RESÚMEN

La presente tesis realiza el análisis y evaluación de incluir en la ley N°29571 como consumidores a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio para defenderse ante una mala atención de los proveedores. Así mismo hace énfasis en la necesidad de atender un vacío legal con estrategias como medio para alcanzar el objetivo de esta tesis.

Se divide en cinco capítulos, el primer capítulo Problema de investigación se describe el entorno de los microempresarios, que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, en la actualidad; haciendo énfasis en la necesidad de incluirlos en la ley N° 29571 como consumidores comerciales. En el segundo capítulo se refiere al marco teórico y la importancia que tiene el estudio de evaluar incluir a los microempresarios como consumidores comerciales. El tercer capítulo se expone los materiales y métodos que se aplico para la ejecución y recolección de datos. En el cuarto capítulo se exponen los resultados, procesamiento de datos y contraste de hipótesis y prueba de hipótesis. Y en el quinto capítulo se redactó la discusión del resultado junto con los referentes bibliográficos. Y por último se presentan las conclusiones a las que se llegó con el estudio. Se responde el objetivo general y específico de la tesis ; y se enuncian las recomendaciones para incluir en la ley N°29571 a los microempresarios como consumidores comerciales.

Palabras claves: Consumidores, microempresarios, giro de negocio, asimetría informativa.

SUMMARY

This thesis carries out the analysis and evaluation of including in Law N ° 29571 as consumers the microentrepreneurs who acquire products or services aimed at their business line to defend themselves against poor attention from suppliers. It also emphasizes the need to address a legal vacuum with strategies as a means to achieve the objective of this thesis.

It is divided into five chapters, the first chapter Problem of research describes the environment of microentrepreneurs, who acquire products or services aimed at their business, at present; emphasizing the need to include them in Law No. 29571 as commercial consumers. In the second chapter it refers to the theoretical framework and the importance of the study of evaluating the inclusion of microentrepreneurs as commercial consumers. The third chapter shows the materials and methods that were applied for the execution and data collection. In the fourth chapter the results are exposed, data processing and hypothesis testing and hypothesis testing. And in the fifth chapter the discussion of the result was written together with the bibliographic references. And finally, the conclusions reached with the study are presented. The general and specific objective of the thesis is answered; and the recommendations are enunciated to include microentrepreneurs as commercial consumers in Law N° 29571.

Key Words : consumers, microentrepreneurs, business turn, information asymmetry.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una investigación que conlleva a ser revisada por los legisladores ya que es un problema que tiene solución y se podría mejorar y tener un mayor alcance para quienes con base y razón necesitan una protección respecto a sus derechos como consumidores. El problema es si se debería incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018. La presente tesis es necesaria y útil para llenar los vacíos legales que tiene el código de protección a los consumidores ley 29571, para no dejar de proteger a ningún tipo de consumidor y poder seleccionarlos o darles un tipo de categoría para proteger sus derechos.

Los objetivos que presenta esta investigación es el Promover la inclusión a la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio como consumidores, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, identificar si en nuestra legislación peruana existen órganos administrativos que protegen a ese grupo en específico de microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio.

La investigación cuenta con los siguientes capítulos:

En el capítulo I se presenta la descripción del problema, formulación del problema, objetivos generales y específicos, justificación de investigación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

En el capítulo II se describe el marco teórico, donde se mencionan los antecedentes de la investigación como son: la investigación que se hizo en el año 2017, Alonso Morales Acosta titulado:” La ampliación del ámbito de protección al consumidor del derecho del consumidor, trascendiendo las

fronteras de la relación de consumo, etc. Se detallan las bases teóricas, definiciones conceptuales, hipótesis, variables y la operacionalización de variables.

En el capítulo III se abordan los materiales y métodos utilizados en la investigación, es decir la metodología de dicha investigación.

En el capítulo IV se ofrecen los resultados en cuadros estadísticos con sus respectivos análisis e interpretación junto con la contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis.

En el capítulo V se presentan la discusión de resultados y finalizando las conclusiones y recomendaciones del informe final.

Las fuentes bibliográficas provienen de investigaciones de docentes y especialistas en la materia de la universidad San Martín de Porres, Universidad Ricardo Palma, estudio Torres & Torres Lara. La bibliografía fue contrastada con la realidad de nuestro país en cuanto a la problemática de atraviesan los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio.

Las limitaciones que se encontró fue el tiempo y la distancia para ejecutar el cuestionario ya que cada encuestado se encontraba a distancias separadas de cada una de ellas.

Cómo conclusión general se llegó a que es necesario promover la inclusión a la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores en Huánuco 2018.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

De acuerdo a nuestra Constitución en el artículo 65, todas las personas tenemos derechos como consumidores según el estado de derecho en el que vivimos; pero sin embargo, no a todas las personas les alcanza estos derechos como es el caso de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio ; es visible que hay un vacío legal y una falta de normatividad para este grupo de personas que son los “Microempresarios”, aquellos que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio.

Según la Ley 29571 Código de Protección y Defensa al Consumidor en el Título Preliminar es considerado como consumidores solo a los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que NO formen parte del giro propio del negocio.

Se deja claro que esta norma ha dejado a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio abandonados en la tutela de derecho como consumidores por no estar considerado como tal.

Un hecho que viene siendo un problema en la ciudad de Huánuco, donde los proveedores privados vienen vulnerando y abusando en la calidad de atención que brindan a los microempresarios, valga la redundancia, aquellos que consumen productos o servicios de su propio giro de negocio, dándoles malos tratos en la atención y no resolviéndoles de manera inmediata muchas de las quejas y reclamos que tienen.

Considero que estos vacíos normativos vienen afectando gravemente los derechos de los microempresarios en la ciudad de Huánuco, sintiendo el **malestar y molestia sin saber a qué órgano acudir para presentar un reclamo o queja** ; todo esto se debe a la **falta de una amplia noción de consumidores** en nuestra legislación, específicamente en la Ley 29571, que debería ampliar y considerar como consumidores a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, siendo que la constitución nos da una amplia y diversa interpretación de la ley y como norma constitucional se debería revisar e incluir a este grupo de consumidores porque son consumidores lucrativos, pero al fin son consumidores y la constitución no cierra esa posibilidad.

Si no se resuelve este problema, se estarían vulnerando y desprotegiendo a los microempresarios en la ciudad de Huánuco, causando que los microempresarios desconfíen y se acojan a seguir informales en sus negocios porque saben que, así como la ley les pide formalidad en su negocio; ellos piden protección y defensa de sus derechos.

Huánuco, es una ciudad con muchos microempresarios de los cuales no todos son formales, se debería empezar por legislar esos vacíos que algunas normas tienen como es el caso de la Ley 29571 “Ley de Protección y Defensa de los consumidores” específicamente visible respecto a la consideración de quienes son considerados consumidores.

Se define en la ley 29571 muy bien los derechos que adquieren todos los consumidores; sin embargo, esta ley no tiene el alcance para todos, como es el caso de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su propio giro de negocio, esto se debe de controlar incluyendo en la ley 29571 a este grupo de personas y ampliando la noción de consumidores, así como en el derecho comparado ya se viene realizando. De esta manera los microempresarios tendrán la tutela de sus derechos y como

tal el Estado les podrá exigir con todas las de la ley se formalicen y garanticen un ordenamiento legal de derecho.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Se debería incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Ante una mala atención los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio ante qué órgano administrativo deben acudir para hacer respetar sus derechos en la ciudad de Huánuco, 2018?
- ¿Es legalmente válido que los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio coloquen en el libro de reclamaciones de los proveedores sus quejas y reclamos?
- ¿Cuál es el comportamiento de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio frente al vacío legal de sus derechos?
- ¿Cómo reaccionan los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio cuando son mal tratados por los proveedores?

1.3 Objetivo general

Promover la inclusión a la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio como consumidores,

para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018.

1.4 Objetivos específicos

- Identificar si existe o no órganos administrativos que protegen al microempresario que adquiere productos o servicios destinados a su mismo giro de negocio, Huánuco 2018.
- Viabilizar la dirección correcta para presentar una queja o reclamo por una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018.
- Evaluar el comportamiento de los microempresarios en el rubro de librerías escolares que adquieren productos o servicios distintos al giro de su negocio frente al vacío legal de sus derechos, Huánuco 2018.
- Identificar reacciones de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio en el rubro de librerías escolares ante una mala atención por parte de sus proveedores, Huánuco 2018.

1.5 Justificación de la investigación

El motivo de esta investigación está enfocada en el sector de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, que no son considerados como consumidores según nuestra legislación peruana, desprotegiendo todos sus derechos que tienen según la constitución carta magna de toda norma; por este vacío en la norma se ven afectados todos los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio por parte de los proveedores, brindándoles un mal servicio y calidad de atención.

Ante estas injusticias esta investigación dió a conocer que tan útil y necesario es incluir e incorporar a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio dentro de la ley de

protección y defensa de los consumidores, la utilidad y el beneficio radica en que no se dejarán desprotegidos a ningún grupo de personas que consumen un servicio o producto cual fuera su fin del producto o servicio.

Fue importante realizar esta investigación para que con el resultado la sociedad de microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio sean amparados sus derechos por la ley, protegiéndolos de los abusos de los proveedores.

1.6 Limitaciones de la investigación

- El nivel ejecutivo de los sujetos estudiados, que se tuvo que manejar con cuidado para poder obtener respuestas que permitieron medir los resultados.
- El tiempo disponible de los sujetos observados para reunir la información necesaria para la investigación.
- La búsqueda de información en el órgano INDECOPI para ampliar la información de la cantidad de microempresarios en la ciudad de Huánuco.

1.7 Viabilidad de la investigación

La presente investigación fue viable porque se contó con la información y accesibilidad a la muestra de estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

a) En el año 2011, el profesor Julio Baltazar Durand Carrión, en su trabajo de investigación titulado: "Los vacíos del Nuevo Código de Protección y Defensa del Consumidor y su repercusión en los derechos del consumidor, perspectivas y efectos en el Derecho Civil" de la facultad de Derecho de la Universidad San Martín de Porres; llegó a la conclusión que existe varios vacíos en la ley 29571 Ley de protección y defensa del consumidor, tales como son: la ausencia de un sistema de reparación de daños, la falta de acceso adecuado de los consumidores a los órganos jurisdiccionales, la ausencia de una política pública de promoción, educación y desarrollo que ponga al INDECOPI como un organismo promotor de la cultura de consumo y la falta de promoción de la autorregulación. Señala también en el punto número 3 que los proveedores están creando mecanismos de autorregulación para controlar internamente sus faltas y evitar una acción fiscalizadora y sancionadora por parte del Estado.

Señala también dicho autor que el sistema procesal no es del todo eficiente, pese al desarrollo de la jurisprudencia y la legislación en cuanto a los derechos del consumidor, no existe un desarrollo simultáneo del derecho procesal, lo cual genera un desequilibrio al dificultar la defensa de los consumidores.

b) En el año 2017, Alonso Morales Acosta en su trabajo de investigación titulado: "La ampliación del ámbito de protección al consumidor del derecho del consumidor, trascendiendo las fronteras de la relación de consumo, socio del Estudio Torres y Torres Lara; llegó a

las siguientes conclusiones que la protección del consumidor tiene un eje inicial y es el de la relación de consumo la cual se amplió gracias a la extensión de noción y a la flexibilización del concepto de transacción comercial. La tutela alcanza también a los consumos indirectos en todas sus etapas del consumo, se debe a que la jurisprudencia inició un proceso donde se aclara que no solo los que adquieren de un proveedor para su use y disfrute tenían la tutela, sino que también los que no han adquirido, pero si lo han usado y disfrutado tienen el derecho como consumidores en una relación más cercano social o familiar.

c) En el año 2017 Bryan Anticona Cravero, en su investigación titulado: “Ampliación de la noción de consumidor para el giro de negocio de las microempresas” de la Universidad Ricardo Palma; llegó a la conclusión que se debe de ampliar la noción de consumidor para los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio ya que son el 96,2 % en el sector empresarial peruano. Los microempresarios se encuentran en una asimetría informativa por tener un deficiente conocimiento especializado porque no cuenta con una logística ni recursos necesarios para poder afrontar los gastos y tienen bajo capital debido al límite de 150 UIT que la ley establece para los microempresarios. Si se adquiere un producto o servicio defectuoso para el giro de su negocio los microempresarios caerían en una paralización de la producción, reducción de personal y lo peor en la quiebra de la microempresa afectando los derechos constitucionales como a la vida, a la salud y al trabajo. Cabe resaltar que el estado tiene el deber de promoción que se concreta en la facilitación de mecanismos jurídicos de protección flexible y eficaz.

d) En el 2012 Daniel Echaiz Moreno, en su investigación titulada “El derecho del consumidor a la seguridad” llegó a la conclusión que la importancia del consumidor recae en dos razones: 1) en la superación de la antigua dicotomía “parte fuerte -parte débil” en las contrataciones;

2) y por el otro lado en el reconocimiento de la asimetría informática en la relación consumo. Concluye en su investigación que en la constitución política se tiende a la protección del consumidor, sin embargo, lejos de ser beneficiosa termina por ser contraproducente para todos los que de una u otra manera están involucrados en el mercado.

2.2 Bases teóricas

Microempresa

Son unidades de producción económica que cuentan con menos de 10 trabajadores y generan en ventas menos de 150 UIT anuales. Su producción y administración generalmente sencillas y están orientadas a la subsistencia y a generar empleo. (Aldo Campaña Nuñez, artículo de portal web)

Se destacan por:

- Su empuje por sacar adelante el negocio
- Producir con un gran ingenio a pesar de que cuentan con recursos escasos.
- Tener un bajo nivel de capacitación.
- En la mayoría crean los negocios familiares cuyo objetivo es subsistir.
- No diferenciar entre cuenta del negocio y del hogar.

Según el Art. 2 de la Ley 28015 las micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de

extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Señala el artículo 3 de la Ley 28015 las características que deben reunir los MYPES:

Las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función a sus niveles de ventas anuales.

1.1 Las microempresas máximo el monto de 150 UIT anuales.

1.2 Las pequeñas empresas ventas anuales superiores a 150 UIT hasta el máximo de 1700 UIT anuales.

Importancia de las MYPES

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son de suma importancia para el motor económico a nivel nacional. Las mypes brindan empleo al 80 % de la población económicamente activa y generan el 40 % del producto bruto interno y por ello están entre los mayores impulsores del crecimiento económico del país. No es de menos importancia mencionar que también contribuye en un aspecto importante que es la exportación, donde según PROMPYME en el 2004 fueron 3,516 las micro y pequeñas empresas que exportaron; esto en cifra representa la exportación en \$ 271 millones en el 2004 y significó el 2,4 % de las exportaciones totales de nuestro país. (Sánchez Barraza, 2006, p. 128).

Según cifras del Ministerio de la Producción al término del 2017 en el Perú se crearon 1 millón 270.00 mypes lideradas por mujeres, siendo así muy importante la realización de las mujeres emprendedoras y liberándose de la cabeza de familia que es el hombre, para así como mujer sentirse útil y valiosa económicamente.

Gracias al crecimiento de las mypes, existen los créditos mypes, donde las cajas municipales de ahorro y crédito colocaron S/. 11, 831 millones a los mypes en el mes de enero 2018. El monto representa un crecimiento de 13,7% respecto a los S/.10.406 millones que alcanzaron en el periodo 2017 durante el mismo periodo. (portal PQS la voz de los emprendedores).

Tipos de los consumidores

A través del paso del tiempo se ha ido creando diferentes modelos de consumidores los mismos que han establecidos por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), la cual, en torno a la problemática de consumo, ha realizado un estudio con los consumidores del mercado peruano. (2008, Durand, p. 6)

Según el artículo IV numeral 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor y usuario debe de ser analizada junto con los artículos III y el IV numeral 5 donde establecen lo siguiente:

Artículo III.- Ámbito de aplicación

1. El presente Código protege al consumidor, se encuentre directa o indirectamente expuesto o comprendido por una relación de consumo o en una etapa preliminar a esta.
2. Las disposiciones del presente Código se aplican a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en este.
3. Están también comprendidas en el presente Código las operaciones a título gratuito cuando tengan un propósito comercial dirigido a motivar fomentar el consumo.

“Artículo IV.- Definiciones

4. Relación de consumo. - Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio

de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III”.

Tenemos entonces dos tipos de consumidores:

Consumidor Indirecto. - Aquel que no es el adquiriente de bienes o servicios y por ende no paga la contraprestación, pero si es el que usa o disfruta del bien.

Consumidor Potencial. - Es aquel que de alguna manera se ve afectado por la oferta o la información provista por un proveedor, en una etapa preliminar al contrato de consumo mismo, pese a no haber llegado a concretarse el contrato de consumo ni pagado la contraprestación. (2016, Enrique Cabrera Safra p. 47)

Asimetría Informativa

Para el buen funcionamiento del sistema, evidentemente, es esencial que los consumidores dispongan de la mejor y más información relevante posible para sus decisiones de consumo . Sin embargo, el problema es que la información frecuentemente no está disponible o no es fácilmente accesible para el consumidor. Aquí es donde cobra relevancia el fenómeno conocido como asimetría informativa. El término no alude a otra cosa que al hecho de que la información que ambas partes manejan, en principio, respecto del objeto de la transacción no es la misma (2016 Enrique Caverro Safra p.35).

Por asimetría informativa se entiende que el consumidor debe de tener la información necesaria y entendible para poder adquirir un producto o servicio, se sabe que un proveedor tiene la mejor información sobre el producto o servicio vende, entendiéndose que el consumidor y proveedor no manejan la misma información y por ende no se encuentran en el mismo nivel de conocimiento de información.

2.2.1 Bases legales

a) Protección del consumidor según la Constitución

En la Constitución Política del Perú en su artículo 65° nuestra carta magna expresa claramente la protección al consumidor: “El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentren a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”

Todo ciudadano peruano consumidor o usuario tiene derecho a ser protegido del mercado respecto a los bienes y servicios que los rodea. Así mismo estos bienes y servicios tienen que proporcionarle seguridad y salud al ciudadano. (2012, Campos Tipiani Raul. p. 8) .

Si bien es cierto que la Constitución Política de 1993 del Perú defiende los intereses de los consumidores o usuarios y les brinda todos los derechos para protegerse del mercado respecto de lo que consumen, también es necesario señalar que la Constitución Política del 1993 del Perú es muy amplia en su definición y no restringe a ningún tipo de consumidor.

El Estado defiende a los consumidores porque son muy importantes en la economía del Perú como ultimo eslabón de la cadena productiva, que garantiza y facilita el acceso a sus derechos de las cuales el mas importante es el de recibir información sobre los bienes y servicios que adquieren a su favor. (2010, Hermann A. Quiroz Vigil.p.1)

Como señala Hermann A. que los consumidores son una pieza importante para la economía de nuestro país por tanto la Constitución Política del Perú de 1993 protege a los consumidores en general.

El reconocimiento constitucional de la protección al consumidor consigna tres ámbitos de actuación: a la información, a la salud y a la seguridad.

b) Definición de consumidor según la ley 29571.

Se considera según la Ley 29571 en su título preliminar artículo IV como consumidores o usuarios a los siguientes:

- Las personas naturales o jurídicas que adquieren utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.
- Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.
- En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

Asimismo, la Ley 29571 en su título I, capítulo I, artículo 1° considera los derechos de los consumidores:

- a) *Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgos o peligro para la vida, salud e integridad física.*
- b) *El derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible relevante para tomar una decisión o realizar una*

elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

- c) Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.*
- d) Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.*
- e) Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.*
- f) Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.*
- g) A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.*
- h) Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.*
- i) Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.*
- j) Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.*
- k) Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los*

intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

1.3 Definiciones conceptuales

a) Consumidores.

- Las personas naturales o jurídicas que adquieren utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.
- Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.
- En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

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

1. Distribuidores o comerciantes. - Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.
2. Productores o fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
3. Importadores. - Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
4. Prestadores. - Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

c) Microempresarios. - El microempresario es una persona capaz de levantar una o varias pequeñas microempresas, no es sólo el dueño, sino que además tiene participación directa en su desarrollo, es decir, es un trabajador más. Incluso, existen microempresarios que no tienen empleados.

d) Microempresa. - Es una pequeña organización que produce, comercializa u ofrece algún servicio o bien de una manera ordenada con una pequeña cantidad determinada de trabajadores.

Una microempresa, es toda unidad económica constituida por una persona natural (conocida también como conductor, empresa unipersonal o persona natural con negocio) o jurídica.

Puede adoptar cualquier forma u organización o gestión empresarial (E.I.R.L., S.R.L., S.A.), y está dedicada a la

extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Además, la MICROEMPRESA deberá cumplir con las siguientes características en forma concurrente.

- No superar las 150 UIT en ventas anuales.
- No superar los 10 trabajadores en promedio al año (de 1 a 10), todos en planilla.

e) Asimetría informativa. - Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor, suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores.

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

g) Asociaciones de consumidores. - Son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios, pudiendo interponer ante las autoridades competentes reclamos y denuncias a nombre de sus asociados y de las personas que hayan otorgado poder a su favor, así como en defensa de intereses difusos o colectivos de los consumidores, con sujeción a lo previsto en el presente Código.

h) Calidad en la atención al consumidor. - Se entiende como calidad del producto o servicio el conjunto de cualidades con las que cuenta un producto o un servicio, para ser de utilidad a quien se sirve de él (Cantú, 2003).

Un producto o servicio es de calidad cuando sus características, tangibles o intangibles, satisfacen las necesidades de sus usuarios. Entre estas características podemos mencionar sus funciones operativas (velocidad, capacidad, etc.), precio y economía en su uso, durabilidad, seguridad, facilidad y adecuación de uso, manufactura y mantenimientos sencillos, etc.

i) Servicio al cliente. - El servicio al cliente se refiere a toda la gestión que realiza una empresa o una organización para cubrir las necesidades de las personas que utilizan o compran sus productos o servicios.

Para ofrecer un buen servicio al cliente las empresas primero debe identificar y conocer las características y las necesidades de los clientes para, posteriormente, tomarlas en cuenta durante todo el proceso transaccional, incluyendo la post-compra.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general

El Estado peruano debe incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018.

1.4.2 Hipótesis específicas

- Los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio que sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores deberían acudir al órgano INDECOPI.

- No, es legalmente válido ya que no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.
- Los microempresarios se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento.
- Los microempresarios tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.

1.5 Variables

1.5.1 Variable independiente

Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio como consumidores

1.5.2 Variable dependiente

Atención de los proveedores a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su mismo giro de negocio.

1.6 Operacionalización de variables (Dimensiones e Indicadores)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Vi = V1 Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios como consumidores	1.1 Los Microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio.	1.1.1 Microempresario formal o informal. 1.1.2 Productos del mismo giro de negocio
	1.2 Consumidor empresa	1.2.1 Consumidor indirecto

		1.2.2 Consumidor Potencial
	1.3 Órganos de defensa	1.3.1 Administrativos 1.3.2 Judiciales
	1.4 Leyes de protección al consumidor	1.4.1 Microempresario consumidor. 1.4.2 Procedimiento de defensa
	1.5 Asimetría informativa	1.5.1 Información idónea 1.5.2 Enfoque
Vd = V2 Atención de los proveedores a los microempresarios	2.1 Calidad de atención a los microempresarios	2.1.1 Atención buena 2.1.2 Atención mala
	2.2 Derechos de los consumidores	2.2.1 Acceder a información 2.2.2 Protección a sus intereses 2.2.3 Trato justo y equitativo 2.2.4 Reparación o reposición del producto
	2.3 Proveedores	2.3.1 Tipos de proveedores 2.3.2 Obligaciones
	2.4 Causas de la mala atención	2.4.1 Falta de capacitación para dar un servicio 2.4.2 No escuchar 2.4.3 Falta de organización

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación corresponde al tipo de investigación sustantivo – explicativo.

3.1.1 Enfoque

La investigación se realizó desde el enfoque cuantitativo por la razón que recogió datos de las microempresas de Huánuco en el rubro de librerías y se analizaron sus comportamientos respecto a una mala atención verificando si contaban con derechos como consumidor.

3.1.2 Alcance o nivel

La presente investigación tiene el nivel explicativo por que se conoció las causas y efectos de la falta de norma para proteger a los microempresarios como consumidores, para aquellos que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio.

3.1.3 Diseño

La investigación tiene un diseño no experimental explicativo – causal porque va a determinar y a conocer causas, factores sobre la inclusión en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios de su mismo giro de negocio como consumidores para defender sus derechos. Optó por el diseño descriptivo simple, cuyo es: M O

3.2 Población y muestra

La población para esta investigación son 100 microempresarios dedicados al rubro de librerías escolares de la ciudad de Huánuco 2018.

La muestra es no probabilística – intencionada; siendo 50 microempresarios dedicados al rubro de librerías escolares en la ciudad de Huánuco.

3.3 Técnicas e instrumentos de investigación

3.3.1 Para la recolección de datos

3.3.1.1 Técnicas:

Encuesta: se realizó una encuesta con 25 ítems que permitió conocer el grado de conocimiento que tienen y la opinión de los libreros microempresarios.

3.3.1.2 Instrumentos:

Cuestionario: se realizó preguntas con respuestas cerradas y con el tipo de escala de Likert.

3.3.2 Para la presentación de datos

3.3.2.1 Técnicas: se realizó la técnica de estadística básica.

3.3.2.2 Instrumentos: se realizó cuadros y gráficos para la presentación de los resultados.

3.3.3 Para el análisis e interpretación de los datos

Los resultados fueron analizados e interpretados para demostrar la hipótesis, luego llegar a las conclusiones y sugerencias.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Procesamiento de datos

Concluida la aplicación de la encuesta con su instrumento el cuestionario, para la cual se elaboró 17 preguntas cerradas y 8 preguntas en la escala de Likert; siendo un total de 25 preguntas, se ha analizado cada uno de las respuestas en forma cuantitativa.

Los resultados de cada pregunta se han agrupado en dimensiones y han sido sistematizados en cuadros y gráficos para su fácil interpretación.

El análisis e interpretación de cada una de los resultados emitidos por los libreros microempresarios de la ciudad de Huánuco, han sido procesados, luego interpretados para obtener los resultados correspondientes de cada uno de los ítems y teniendo como resultado los siguientes.

CUADRO N° 1

DIMENSION N° 1: LOS MICROEMPRESARIOS QUE ADQUIEREN PRODUCTOS O SERVICIOS DESTINADOS A SU GIRO DE NEGOCIO.

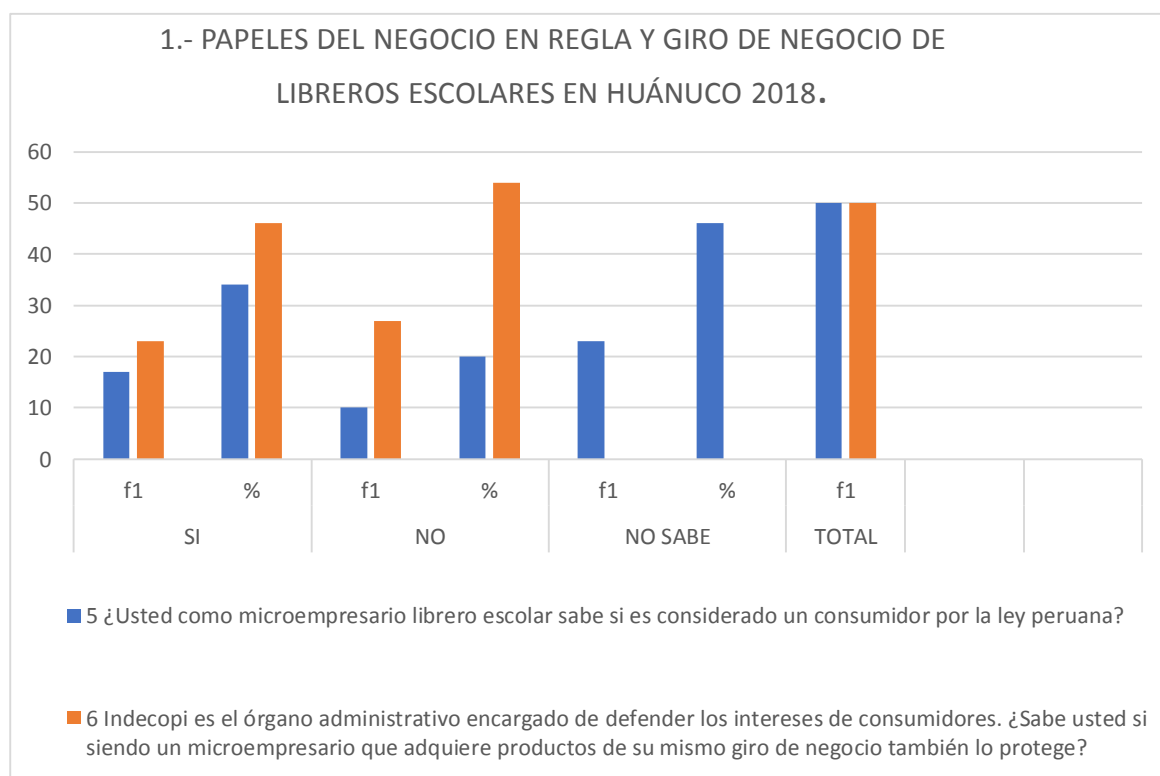
1.- PAPELES DEL NEGOCIO EN REGLA Y GIRO DE NEGOCIO DE LIBREROS ESCOLARES EN HUANUCO 2018.

RESPUESTAS	SI		NO		ALGUNOS		EN TRAMITE		TOTAL
PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1
¿Usted como microempresario librero escolar tiene todos sus papeles en regla de su negocio?	23	46	10	20	7	14	10	20	50
¿Su giro de negocio es el mismo que el de su proveedor Almacenes Copacabana?	49	98	1	2					50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante las preguntas planteadas a los encuestados siendo la primera: ¿Usted como microempresario librero escolar tiene todos sus papeles en regla de su negocio?, el resultado fue que 23 microempresarios respondieron que SI, 10 respondieron que NO, 7 respondieron que solo tienen algunos papeles ALGUNOS y 10 respondieron que se encuentra en TRÁMITE sus papeles. Ante la segunda pregunta ¿Su giro de negocio es el mismo que el de su proveedor Almacenes Copacabana? El resultado fue; 49 microempresarios respondieron que SI y solo 1 respondió que NO.

GRÁFICO N° 1



Análisis e interpretación.- El 46% de microempresarios libreros respondieron que SI tienen todos sus papeles en regla, el 20% dijeron que NO, el 14 % dijeron que tienen ALGUNOS papeles en regla y el 20 % dijeron que están en TRÁMITE sus papeles. Lo que podemos interpretar entre la suma con dos alternativas distractoras en negativo es que el 54 % de microempresarios libreros escolares de la ciudad de Huánuco no cuentan con los papeles en

regla para su negocio siendo esto más de la mitad del total de encuestados que fueron 50, y solo el 46 % respondieron que SI.

El 98% de microempresarios librero escolares respondieron que SI tienen el mismo giro de negocio que el de su proveedor Almacenes Copacabana; lo que se puede interpretar es que casi el 100% de microempresarios adquieren productos o servicios del mismo giro que el proveedor para poder comercializarlos en sus librerías escolares. Y solo el 2% respondió que NO.

CUADRO N° 2

DIMENSION N° 2: CONSUMIDOR EMPRESA

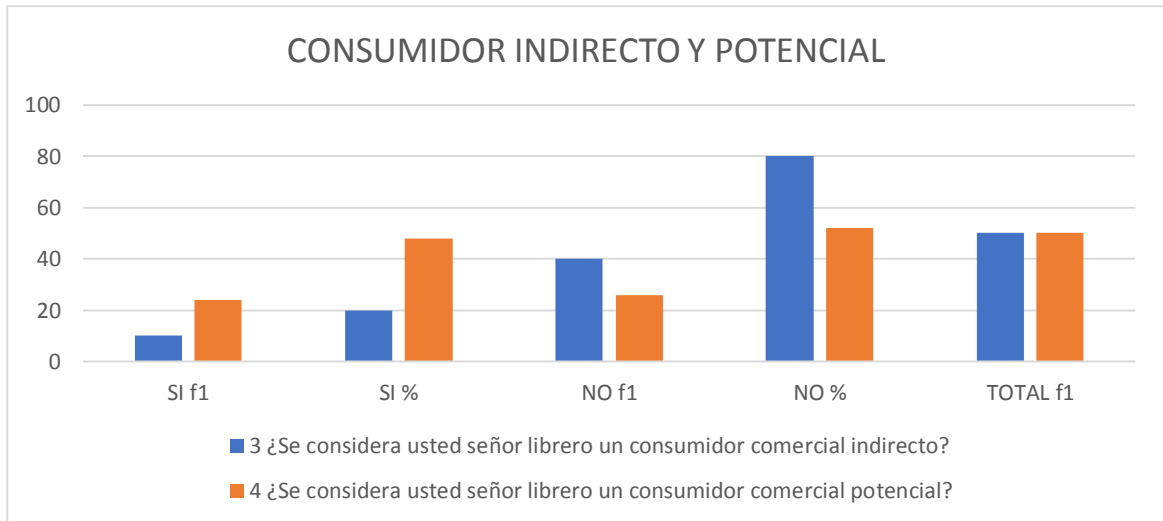
2.- CONSUMIDOR INDIRECTO Y POTENCIAL

ORD	RESPUESTAS	SI		NO		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1
3	¿Se considera usted señor librero un consumidor comercial indirecto?	10	20	40	80	50
4	¿Se considera usted señor librero un consumidor comercial potencial?	24	48	26	52	50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta tres que fue: ¿se considera usted señor librero un consumidor comercial indirecto? El resultado fue que 10 respondieron que SI y 40 respondieron que NO. Y ante la cuarta pregunta: ¿se considera usted señor librero un consumidor comercial potencial? El resultado fue el siguiente: 24 dijeron que SI y 26 dijeron que NO.

GRÁFICO N° 2



Análisis e interpretación.- El 20% de los microempresarios libreros consideran que SI son consumidores comerciales indirectos y el 80% consideran que NO son consumidores comerciales indirectos. Lo que se puede interpretar es que mas de la mitad de encuestados es decir un 80% creen ser consumidores pero no indirectos porque son ellos mismos quienes adquieren sus productos.

El 48% de los microempresarios libreros de Huánuco consideran que SI son consumidores potenciales y el 52% de los microempresarios libreros consideran que NO son consumidores comerciales potenciales.

Interpretando los resultados de estas dos preguntas se llegó a la conclusión que de los 50 encuestados microempresarios libreros más del 50 % saben de lo que se trata y sus respuestas fueron negativas, pero hay que dejar en claro que hay un porcentaje que es menor pero aun no esta informado sobre los consumidores indirectos y potenciales según doctrina.

CUADRO N° 3

DIMENSION N° 3: ÓRGANOS DE DEFENSA

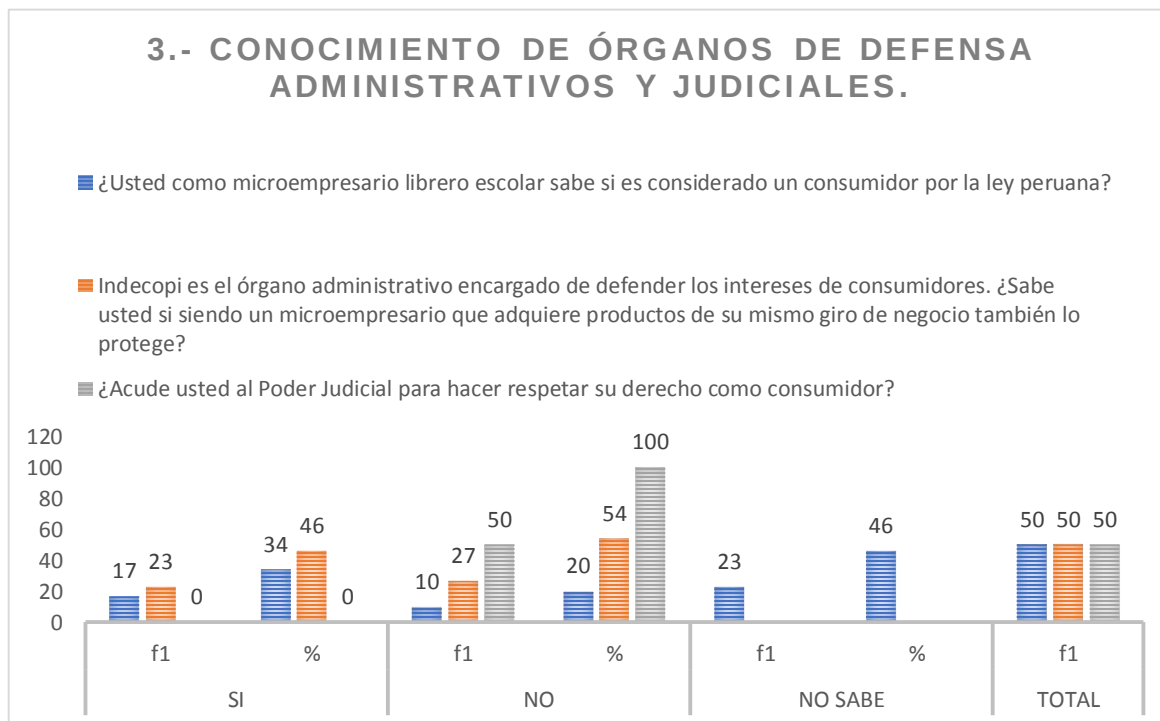
3.- CONOCIMIENTO DE ÓRGANOS DE DEFENSA ADMINISTRATIVOS Y JUDICIALES.

ORD	RESPUESTAS	SI		NO		NO SABE		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	f1
5	¿Usted como microempresario librero escolar sabe si es considerado un consumidor por la ley peruana?	17	34	10	20	23	46	50
6	Indecopi es el órgano administrativo encargado de defender los intereses de consumidores. ¿Sabe usted si siendo un microempresario que adquiere productos de su mismo giro de negocio también lo protege?	23	46	27	54			50
7	¿Acude usted al Poder Judicial para hacer respetar su derecho como consumidor?	0	0	50	100			50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta cinco que fue: ¿usted como microempresario librero escolar sabe si es considerado por la ley peruana? El resultado fue que 17 respondieron que SI, 10 respondieron que NO y 23 respondieron que NO SABEN. Ante la sexta pregunta que fue: Indecopi es el órgano administrativo encargado de defender los intereses de consumidores. ¿Sabe usted si siendo un microempresario que adquiere productos de su mismo giro de negocio también lo protege? El resultado dio que 23 respondieron que SI y 27 respondieron que NO. Y ante la pregunta séptima ¿Acude usted al Poder Judicial para hacer respetar su derecho como consumidor? El resultado fue que 0 dijeron que SI Y 50 dijeron que NO.

GRÁFICO N° 3



Análisis e interpretación.- El 34% de los libreros microempresarios de Huánuco respondieron que SI son considerados como consumidores por la ley peruana, el 20% respondió que NO y el 46% respondió que NO SABEN del tema. Lo que pude interpretar es que el 34 % de libreros microempresarios están desinformados y no saben de las leyes que protegen a los consumidores y en especiales el de su caso de microempresarios que adquieren productos de su mismo giro de negocio. Y es sorprendente que el 46% de libreros microempresarios no sepan del tema, esto advierte la falta de información a los microempresarios por parte de INDECOPI quien debería dar charlas respecto hasta donde y porque tiene una limitación el código de protección a los consumidores. Y si hacemos la suma de la alternativa NO mas la NO SABEN da un igual de 66% de libreros microempresarios que nos saben nada de que si son o no protegidos por la ley peruana.

El 46 % de microempresarios librerías respondieron que SI, que Indecopi protegen sus intereses como consumidores; interpretando esto de que los librerías no saben del tema y ellos en su creer respondieron que si. Pero el 54% de librerías microempresarios respondieron que Indecopi NO les protege sus intereses como consumidores comerciales que son ellos.

El 50% de librerías microempresarios respondieron que nunca acudieron al Poder Judicial por temas de hacer respetar sus derechos como consumidor.

CUADRO N° 4

DIMENSION N° 4 LEYES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

4.- CONOCIMIENTO DE PROCEDIMIENTO DE DEFENSA Y LA EXISTENCIA DE LEYES DE PROTECCION A LOS CONSUMIDORES QUE ADQUIEREN PRODUCTOS O SERVICIOS DESTINADOS A SU GIRO DE NEGOCIO HUÁNUCO 2018.

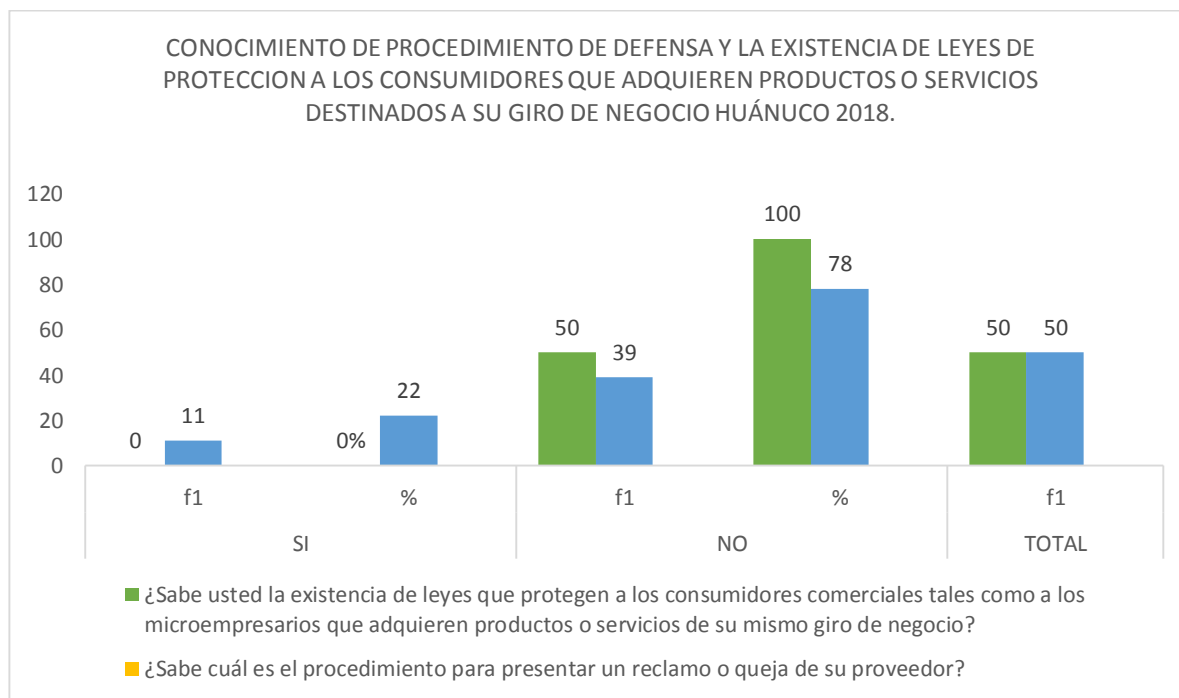
ORD	RESPUESTAS	SI		NO		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1
8	¿Sabe usted la existencia de leyes que protegen a los consumidores comerciales tales como a los microempresarios que adquieren productos o servicios de su mismo giro de negocio?	0	0%	50	100	50
9	9.- ¿Sabe cuál es el procedimiento para presentar un reclamo o queja de su proveedor?	11	22	39	78	50

Fuente: encuesta a microempresarios librerías escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta octava del cuestionario: ¿sabe usted la existencia de leyes que protegen a los consumidores comerciales tales como a los microempresarios que adquieren productos o servicios de su mismo giro de negocio? De los 50 encuestados 50 respondieron que NO saben si existe o no alguna ley que los protege como consumidores comerciales que adquieren productos de su mismo giro de negocio. Y ante la novena pregunta ¿sabe cuál

es el procedimiento para presentar un reclamo o queja de su proveedor? 11 encuestados respondieron que SI saben pero 39 respondieron que NO saben.

GRÁFICO N° 4



Análisis e interpretación.- El 100 % de librerías microempresarios respondieron que No saben si existen leyes que los protejan como microempresarios que adquieren productos de su mismo giro. Interpretando este resultado de la siguiente manera; que de los 50 encuestados ninguno tiene idea si en nuestra legislación hay leyes especiales en su caso que los protegen, advirtiendo una vez más la poca importancia que da nuestro gobierno a informar a la población en general respecto de sus derechos como consumidores y en el caso específico de los consumidores comerciales definidos así por la doctrina, de hasta donde tiene el alcance dicha ley 29571.

El 22% de encuestados librerías afirman que si saben cual es el procedimiento para presentar un reclamo de su proveedor y el 78% no saben como es el procedimiento. Interpretando que tenemos un alto porcentaje del 78% de librerías microempresarios que no saben como y cual es el procedimiento para

dicho reclamo o queja que tienen de su proveedor. Resultado que nos va mostrando una tras otra la falta de información para el consumidor microempresario por parte de la institución encargada de transmitir a la población sus derechos como consumidores.

CUADRO N° 5

DIMENSIÓN N° 5A: ASIMETRÍA INFORMATIVA

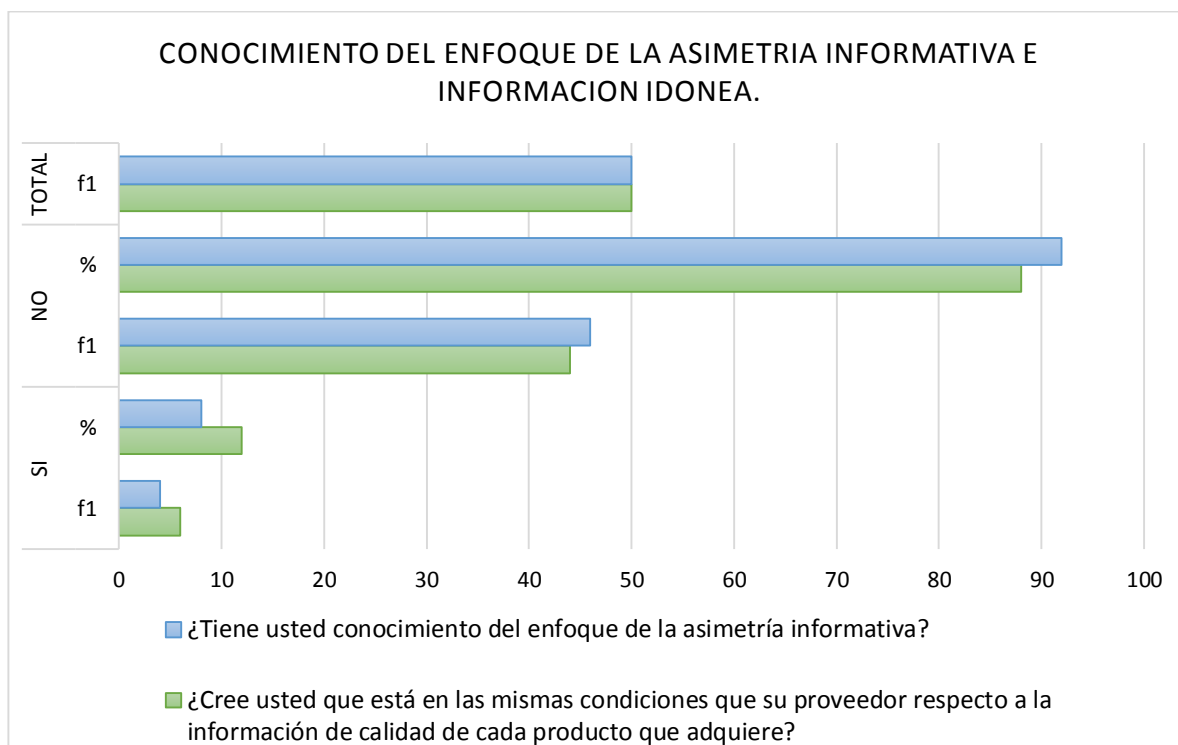
5.- CONOCIMIENTO DEL ENFOQUE DE LA ASIMETRÍA INFORMATIVA E INFORMACIÓN IDONEA.

ORD	RESPUESTAS	SI		NO		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1
10	¿Cree usted que está en las mismas condiciones que su proveedor respecto a la información de calidad de cada producto que adquiere?	6	12	44	88	50
11	¿Tiene usted conocimiento del enfoque de la asimetría informativa?	4	8	46	92	50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta ¿cree usted que está en las mismas condiciones que su proveedor respecto a la información de calidad de cada producto que adquiere? Son 6 libreros microempresarios que respondieron que SI y 44 respondieron que NO. Y ante la pregunta ¿tiene usted conocimiento del enfoque de la asimetría informativa? Son 4 libreros microempresarios que respondieron que SI y 46 respondieron que NO.

GRÁFICO N° 5



Análisis e interpretación.- El 12 % de libreros microempresarios dijeron que si están en las mismas condiciones de información con su proveedor respecto a la calidad del producto que compran y el 44% dijeron que no se encuentran en las mismas condiciones que su proveedor con respecto a la información de calidad del producto que adquieren. Interpretando estos resultados a favor de que se logre incluir en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos de su mismo giro de negocio para luego comercializarlos ya que uno de las motivos de la ley actual 29571 para excluirlos es que señala que los microempresarios que adquieren productos o servicios de su mismo giro de negocio si tienen la misma condición de información con la de su proveedor, y con estos resultados muestro que no es así.

El 8% de microempresarios libreros dicen tener conocimiento de lo que es la asimetría informativa mientras que el 92% de microempresarios libreros no

tienen nada de conocimiento del enfoque de la asimetría informativa. Interpretamos de acuerdo al resultado que los microempresarios que adquieren productos o servicios de su mismo giro de negocio están totalmente desinformados respecto a la igualdad de información que la ley 29571 menciona, para el caso de los consumidores microempresarios.

CUADRO N° 6

DIMENSION 5B: ASIMETRÍA INFORMATIVA

6.- DEMOSTRACION DE LA ASIMETRIA INFORMATIVA EN LOS MICROEMPRESARIOS QUE ADQUIEREN PRODUCTOS O SERVICIOS DESTINADOS A SU GIRO DE NEGOCIO. LIBRERIAS ESCOLARES HUÁNUCO 2018.

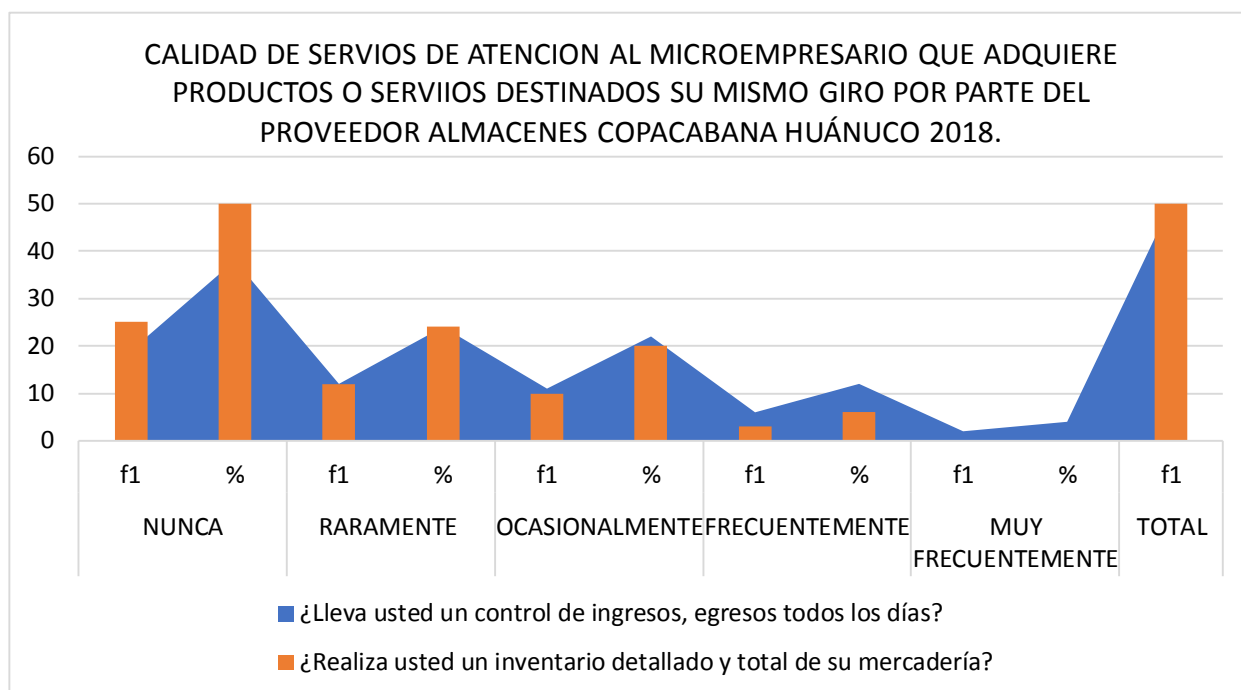
ORD	RESPUESTAS	NUNCA		RARAMENTE		OCASIONALMENTE		FRECUEMENTEMENTE		MUY FRECUENTEMENTE		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1
12	¿Lleva usted un control de ingresos, egresos todos los días?	19	38	12	24	11	22	6	12	2	4	50
13	¿Realiza usted un inventario detallado y total de su mercadería?	25	50	12	24	10	20	3	6	0	0	50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta ¿lleva usted un control de ingreso, egreso todos los días? Los encuestados respondieron de acuerdo a la escala de likert de la siguiente manera: 19 respondieron NUNCA, 12 respondieron que RARAMENTE, 11 respondieron OCASIONALMENTE, 6 respondieron FRECUENTEMENTE y 2 respondieron MUY FRECUENTEMENTE. Y ante la pregunta ¿realiza usted un inventario detallado y total de su mercadería? Las respuestas fueron las siguientes: 25 dijeron que NUNCA, 12 dijeron RARAMENTE, 10 dijeron

OCASIONALMENTE, 3 dijeron FRECUENTEMENTE y 0 dijeron MUY FRECUENTEMENTE.

GRÁFICO N° 6



Análisis e interpretación.- El 38% de los libreros microempresarios respondieron que nunca llevan el control de sus ingresos y egresos todos los días. El 24 % respondieron que son raras las veces que lo hacen, el 22% respondió que ocasionalmente llevan el control de los ingresos y egresos, el 12% respondió frecuentemente y el 4% respondió que muy frecuentemente lo hacen. Interpretando a estos resultados podemos decir que entre la suma de nunca y raramente es el 62% que no llevan el control de sus ingresos y egreso diariamente siendo este resultado más de la mitad de la muestra.

El 50% de libreros microempresarios respondieron que nunca realizan inventario total y detallado de su mercadería, el 24% dijo que lo hacen raramente, 20% señaló que lo hacen ocasionalmente y el 6% dijo que frecuentemente realizan el inventario total y detallado de su mercadería.

Interpretando entre la suma de nunca y raramente es el 74% de libreros microempresarios de Huánuco que no realizan un inventario total y detallado de su mercadería.

CUADRO N° 7

DIMENSION 6A: CALIDAD DE ATENCIÓN A LOS MICROEMPRESARIOS

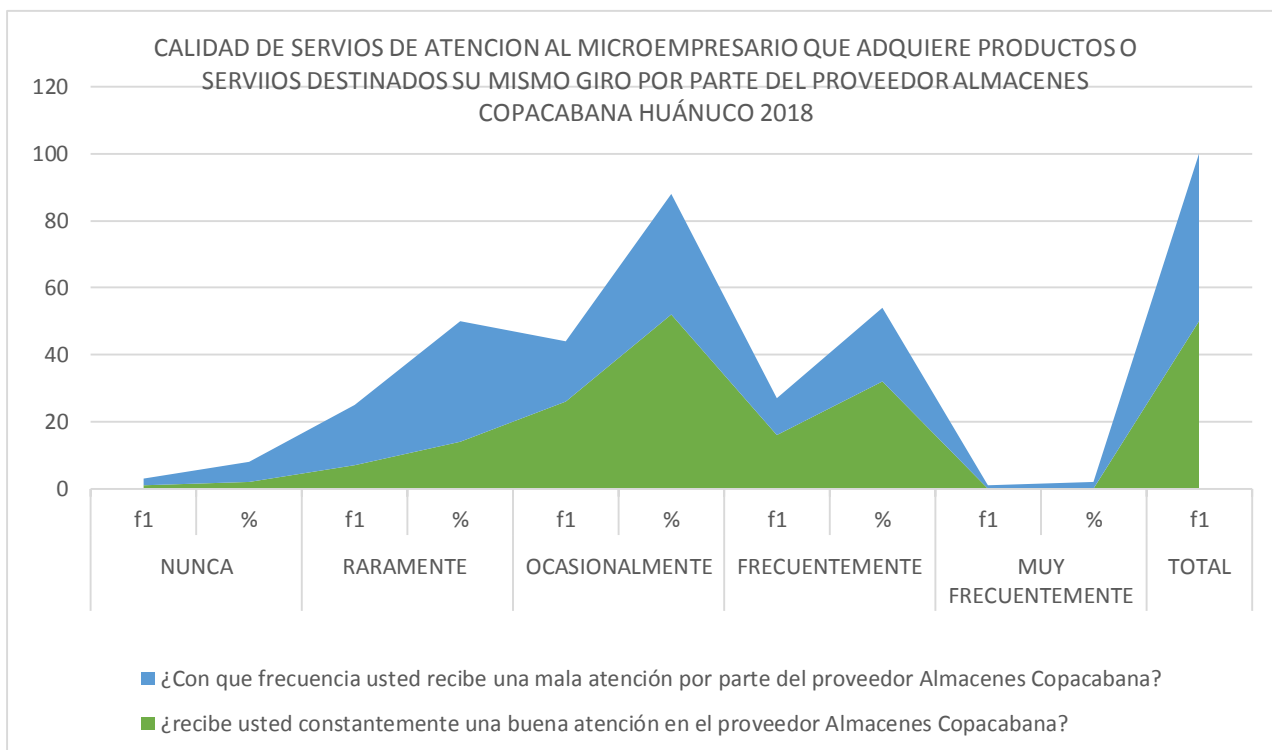
7.- CALIDAD DE SERVIOS DE ATENCION AL MICROEMPRESARIO QUE ADQUIERE PRODUCTOS O SERVIIOS DESTINADOS SU MISMO GIRO POR PARTE DEL PROVEEDOR ALMACENES COPACABANA HUÁNUCO 2018.

RESPUESTAS	NUNCA		RARAMENTE		OCASIONALMENTE		FRECUENTEMENTE		MUY FRECUENTEMENTE		TOTAL
PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1
¿Recibe usted constantemente una buena atención en el proveedor Almacenes Copacabana?	1	2	7	14	26	52	16	32	0	0	50
¿Con que frecuencia usted recibe una mala atención por parte del proveedor Almacenes Copacabana?	2	6	18	36	18	36	11	22	1	2	50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta formulada; ¿recibe usted constantemente una buena atención en el proveedor Almacenes Copacabana? Los encuestados respondieron: 1 respondió nunca, 7 respondió raramente, 26 respondieron ocasionalmente y 16 respondieron frecuentemente. Y ante la pregunta formulada ¿con que frecuencia usted recibe una mala atención por parte del proveedor Almacenes Copacabana? Los resultados fueron: 2 respondieron que nunca, 18 respondieron raramente, 18 respondieron ocasionalmente, 11 frecuentemente y 1 muy frecuentemente.

GRÁFICO N° 7



Análisis e interpretación. - El 2% de encuestados respondieron que nunca reciben constantemente una buena atención por parte de su proveedor Almacenes Copacabana, el 14% respondió que raramente, el 52% recibe buena atención ocasionalmente y el 32% dice que frecuentemente. Interpretando el 52% de los encuestados se encuentran en línea media que es Ocasionalmente que reciben constantemente una buena atención por parte de su proveedor Almacenes Copacabana siendo esto que no están ni en el extremo negativo ni en el extremo positivo.

El 6% de encuestados respondieron que nunca han recibido una mala atención por parte del proveedor Almacenes Copacabana, el 36% respondió que han recibido mala atención pero raramente, el 36% de encuestados dijo que han recibido mala atención ocasionalmente, el 22% dijo que frecuentemente han recibido mala atención por parte de su proveedor Almacenes Copacabana y el

2% señaló que muy frecuentemente recibe mala atención. Interpretando a estos resultados decimos que el en la suma de negativo tenemos un total de 42% de encuestados que no han recibido mala atención por parte de su proveedor Almacenes Copacabana y en el total de la suma en positivo es el 60% de encuestados que han recibido con frecuencia mala atención por parte de su proveedor Almacenes Copacabana.

CUADRO N° 8

DIMENSION 6B: CALIDAD DE ATENCIÓN A LOS MICROEMPRESARIOS

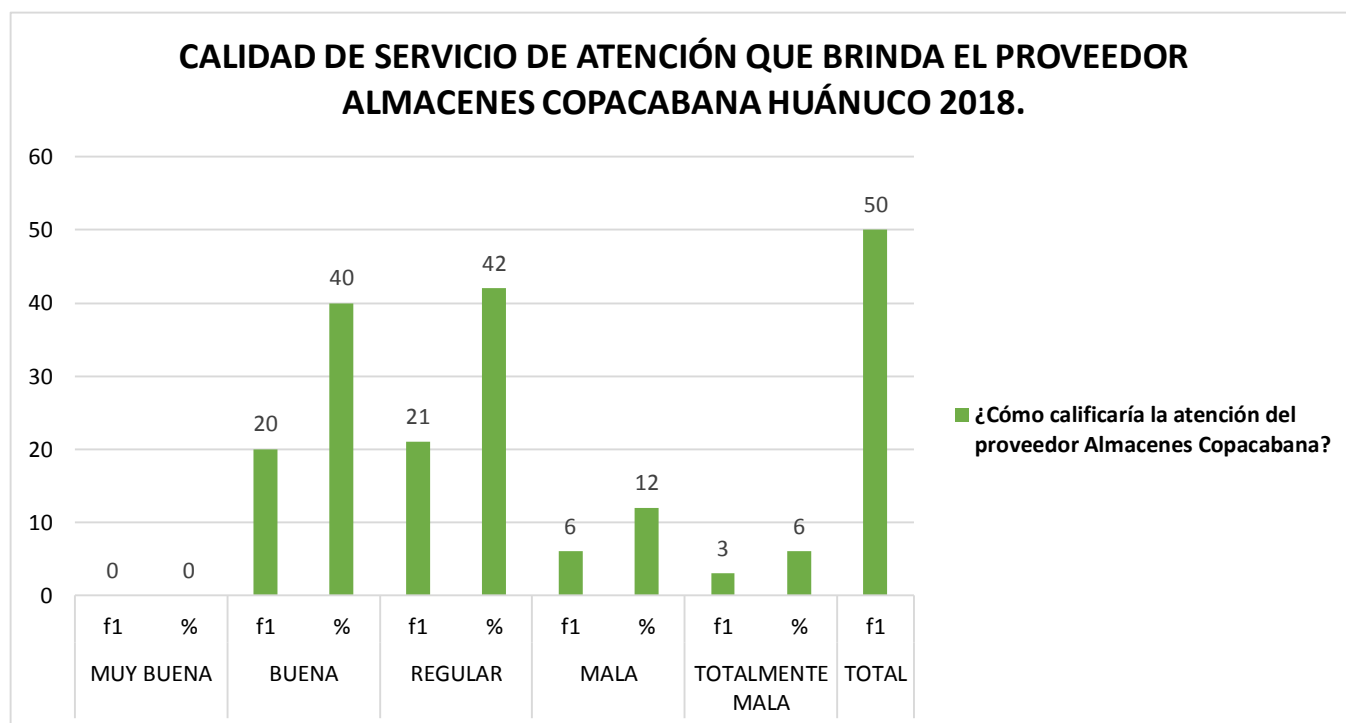
8.- CALIDAD DE SERVICIO DE ATENCION QUE BRINDA EL PROVEEDOR ALMACENES COPACABANA HUÁNUCO 2018.

ORD	RESPUESTAS	MUY BUENA		BUENA		REGULAR		MALA		TOTALMENTE MALA		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1
16	¿Cómo calificaría la atención del proveedor Almacenes Copacabana?	0	0	20	40	21	42	6	12	3	6	50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta formulada ¿Cómo calificaría la atención del proveedor Almacenes Copacabana? El resultado fue: 20 respondieron buena, 21 regular, 6 respondieron que mala y 3 dijeron totalmente mala.

GRÁFICO N° 8



Análisis e interpretación. - El 40% de los encuestados respondieron que la atención que brinda el proveedor Almacenes Copacabana es buena, el 42% señaló que la atención es regular, el 12% dice que la atención es mala y el 6% dice que la atención del proveedor Almacenes Copacabana es totalmente mala. Interpretando de estos resultados en suma positiva es un total de 40% que dicen que la atención es buena, y el 42% de encuestados no tienen claro ni en positivo ni en negativo la atención se abstienen en decir regular y solo el 18% señala que la atención es mala.

CUADRO N° 9

DIMENSION N° 7: DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES MICROEMPRESARIOS.

9.- DERECHOS QUE CONOCEN LOS MICROEMPRESARIOS COMO CONSUMIDORES

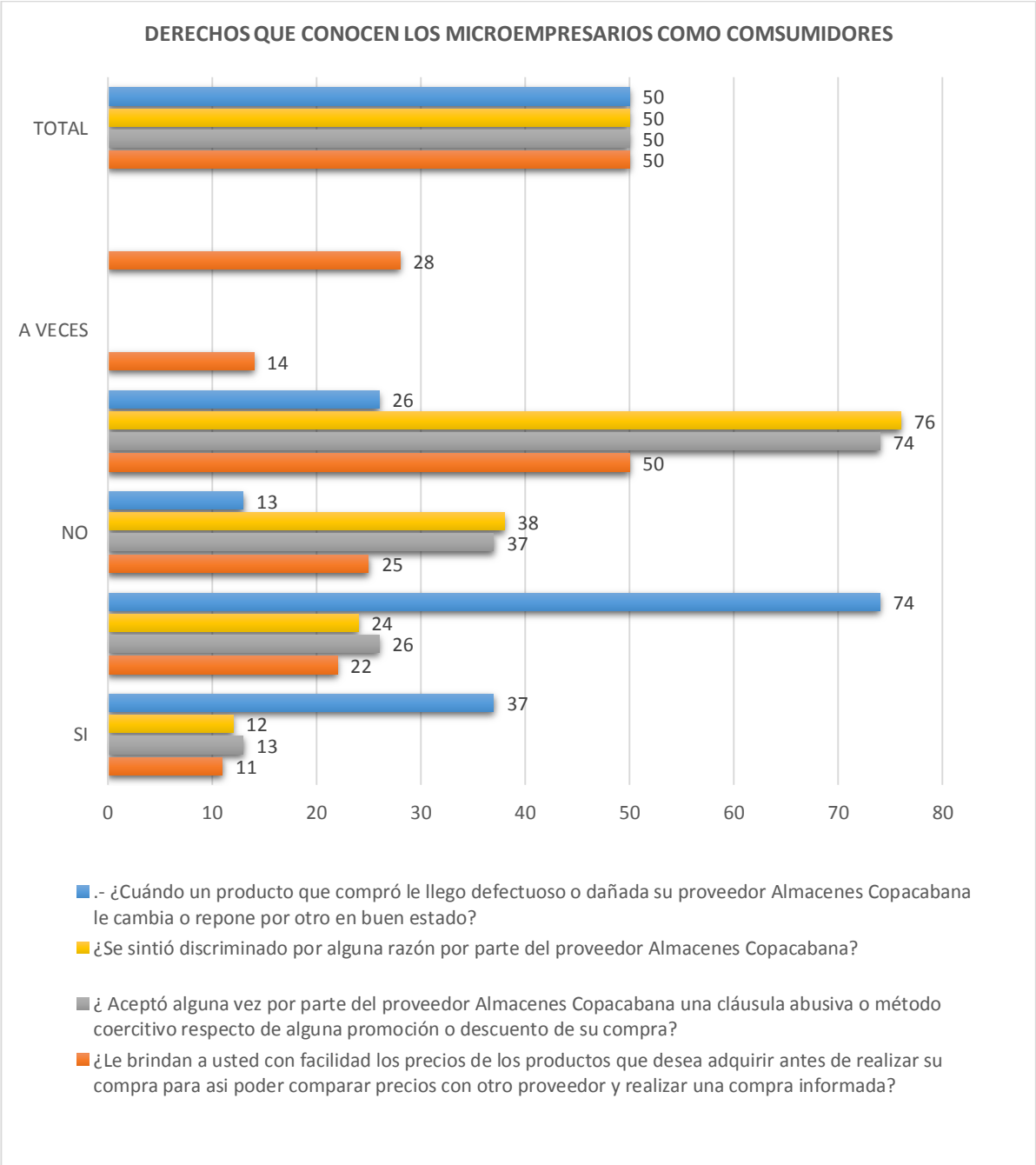
ORD	RESPUESTAS	SI		NO		A VECES		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	
17	¿Le brindan a usted con facilidad los precios de los productos que desea adquirir antes de realizar su compra para así poder comparar precios con otro proveedor y realizar una compra informada?	11	22	25	50	14	28	50
18	¿Aceptó alguna vez por parte del proveedor Almacenes Copacabana una cláusula abusiva o método coercitivo respecto de alguna promoción o descuento de su compra?	13	26	37	74			50
19	¿Se sintió discriminado por alguna razón por parte del proveedor Almacenes Copacabana?	12	24	38	76			50
20	¿Cuándo un producto que compró le llegó defectuoso o dañada su proveedor Almacenes Copacabana le cambia o repone por otro en buen estado?	37	74	13	26			50

Fuente: encuesta a microempresarios librerías escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta formulada: ¿le brindan a usted con facilidad los precios de los productos que desea adquirir antes de realizar su compra para así poder comparar precios con otro proveedor y realizar una compra informada? Los encuestados respondieron 11 de ellos dijeron que si, 25 dijeron que no y 14 dijeron que a veces. Ante la siguiente pregunta formulada ¿aceptó alguna vez por parte del proveedor Almacenes Copacabana una cláusula abusiva o método coercitivo respecto de alguna promoción o descuento de su compra? Respondieron ante esta pregunta 13 dijeron que si y 37 dijeron q no. Ante la pregunta ¿se sintió discriminado por alguna razón por parte del proveedor Almacenes Copacabana? Los resultados fueron: 12 dijeron que si y 38 dijeron que no. Y ante la pregunta ¿Cuándo un producto que compró le llegó

defectuoso o dañada su proveedor Almacenes Copacabana le cambia o repone por otro en buen estado? Respondieron los encuestados 37 que si y 13 que no.

GRÁFICO N° 9



Análisis e interpretación. – El 22% de encuestados respondió que sí le brindan los precios de los productos con facilidad y el total en negativo es el 78% de librereros no reciben la información de precios de los productos para tener una compra informada. Interpretando que el 78% de librereros microempresarios no tienen una compra informada respecto a los precios. El 26% de librereros señala que si acepto una cláusula abusiva o método coercitivo respecto de sus compra por parte de Almacenes Copacabana y el 74% señala que no acepto ninguna cláusula o método abusivo. Interpretando que el 74% de encuestados no han aceptado cláusulas o métodos abusivos por parte de Almacenes Copacabana. El 24% de encuestados señaló que si se sintieron discriminados por alguna razón por parte de Almacenes Copacabana y el 74% señaló que no. Interpretando que más de la mitad de encuestados no han sentido discriminación por ningún motivo.

El 74% de encuestados dijeron que si se les ha cambiado el producto que les llegó fallado y el 26% dijeron no les quisieron cambiar. Interpretando que más del 50% tuvieron solución a ese problema de producto fallado.

CUADRO N°10

DIMENSION N° 8 PROVEEDORES

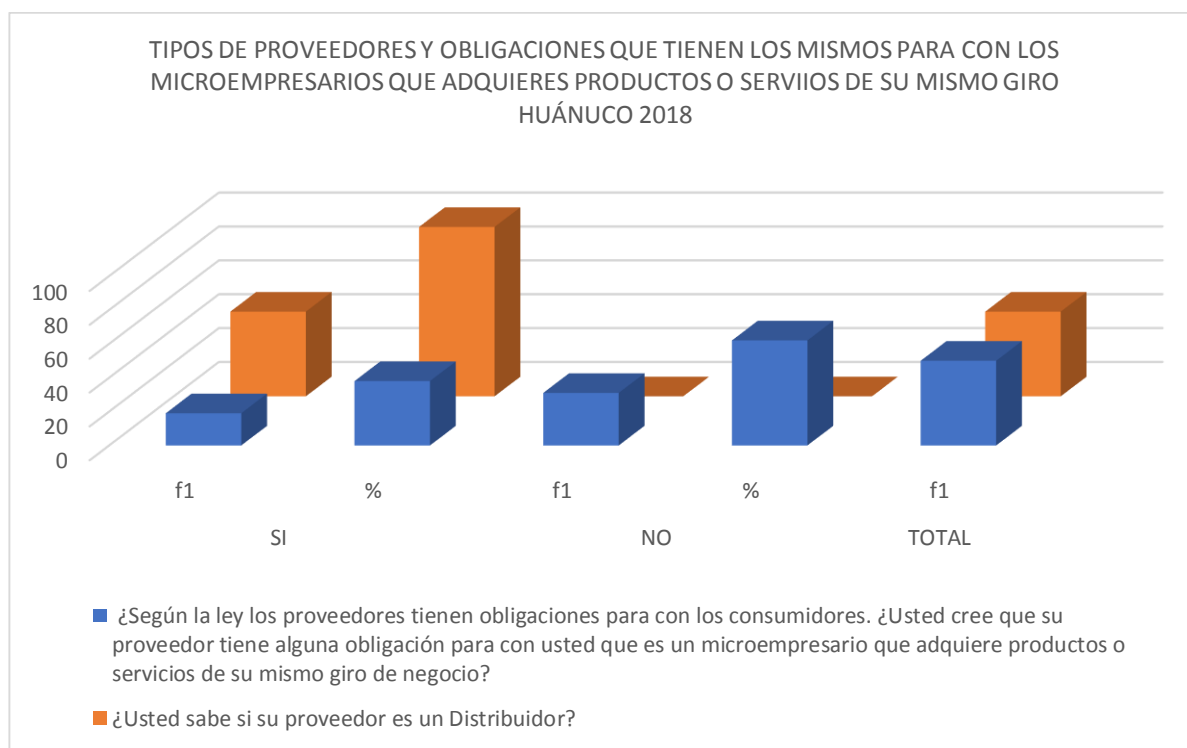
10.- TIPOS DE PROVEEDORES Y OBLIGACIONES QUE TIENEN LOS MISMOS PARA CON LOS MICROEMPRESARIOS QUE ADQUIEREN PRODUCTOS O SERVIOS DE SU MISMO GIRO HUÁNUCO 2018.

ORD	RESPUESTAS	SI		NO		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1
21	Según la ley los proveedores tienen obligaciones para con los consumidores. ¿Usted cree que su proveedor tiene alguna obligación para con usted que es un microempresario que adquiere productos o servicios de su mismo giro de negocio?	19	38	31	62	50
22	¿Usted sabe si su proveedor es un Distribuidor?	50	100	0	0	50

Fuente: encuesta a microempresarios librereros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta. Según la ley los proveedores tienen obligaciones para con los consumidores. ¿Usted cree que su proveedor tienen alguna obligación para con usted que es un microempresario que adquiere productos o servicios de su mismo giro de negocio? Respondieron los encuestados: 19 dijeron que si y 31 que no. Y ante la pregunta ¿usted sabe si su proveedor es un distribuidor? Respondieron 50 que no.

GRÁFICO N° 10



Análisis e interpretación.- El 38% de encuestados respondió que los proveedores tienen alguna obligación con ellos y el 62% respondió que no tienen ninguna obligación para con ellos. Interpretando a estos resultados digo que los librerías microempresarios que adquieren productos o servicios de su giro de negocio creen no tener ningún respaldo legal respecto de los proveedores para con los librerías.

El 100 % de encuestados si saben que su proveedor es un distribuidor en la categoría de proveedores según el código de protección al consumidor. Interpretando a estos resultados puedo decir que el total de la muestra sabe y es consciente de que su proveedor distribuye la mercadería que ellos compran para comercializarlo.

CUADRO N° 11

DIMENSION N° 9: CAUSAS DE LA MALA ATENCIÓN

10.- TRES CAUSAS DETECTADAS PARA UNA MALA ATENCIÓN EN EL PROVEEDOR ALMACENES COPACABANA HUÁNUCO 2018.

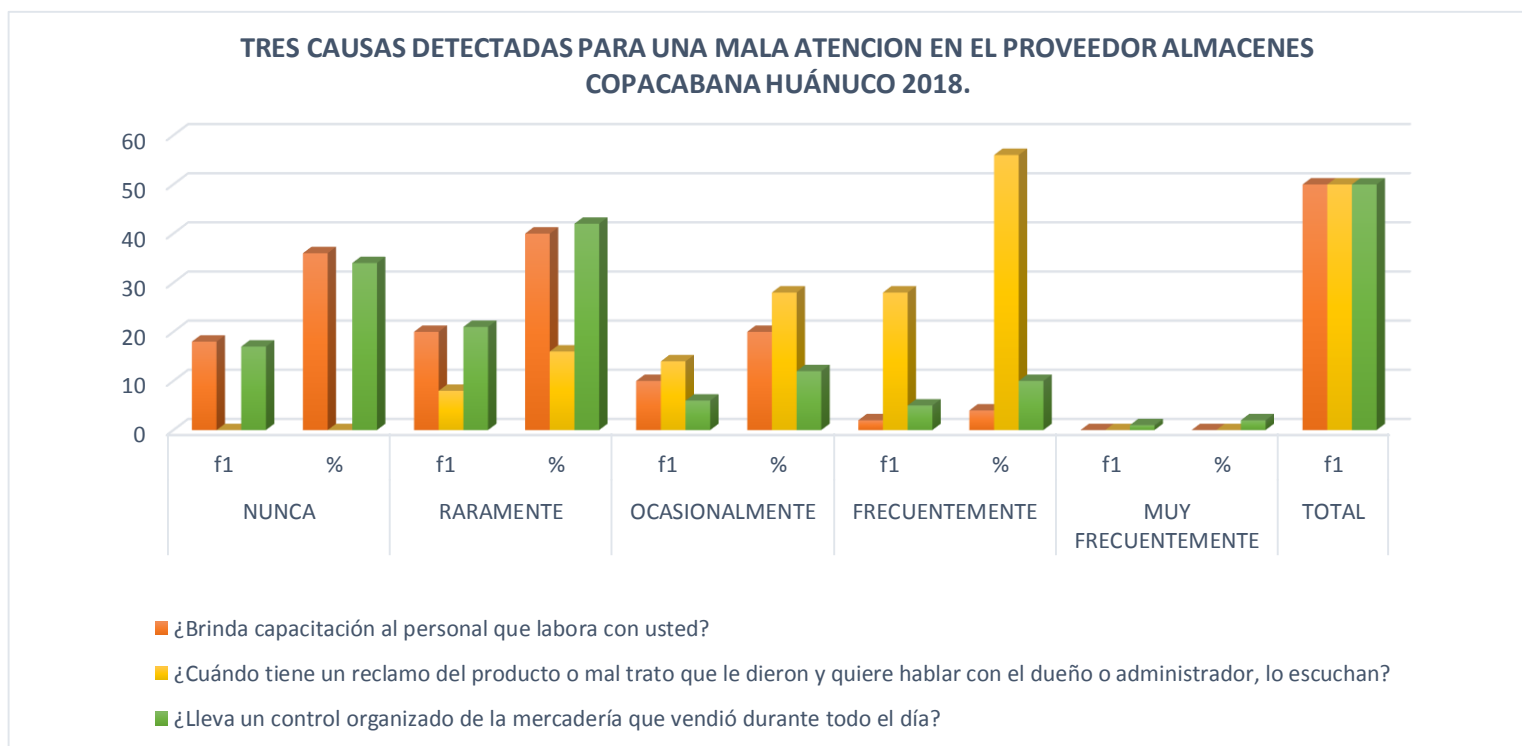
ORD	RESPUESTAS	NUNCA		RARAMENTE		OCASIONALMENTE		FRECUENTEMENTE		MUY FRECUENTEMENTE		TOTAL
	PREGUNTAS	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1	%	f1
23	¿Brinda capacitación al personal que labora con usted?	18	36	20	40	10	20	2	4	0	0	50
24	¿Cuándo tiene un reclamo del producto o mal trato que le dieron y quiere hablar con el dueño o administrador, lo escuchan?	0	0	8	16	14	28	28	56	0	0	50
25	¿Lleva un control organizado de la mercadería que vendió durante todo el día?	17	34	21	42	6	12	5	10	1	2	50

Fuente: encuesta a microempresarios libreros escolares de Huánuco 2018.

Ante la pregunta formulada ¿brinda capacitación al personal que labora con usted? Los libreros microempresarios respondieron: 18 dijeron que nunca, 20 dijeron que lo hacen raramente, 10 dijeron ocasionalmente y 2 respondieron que lo hacen frecuentemente. Ante la pregunta veinticuatro ¿cuándo tienen un reclamo del producto o mal trato que le dieron y quiere hablar con el dueño o administrador, lo escuchan? Las respuestas fueron las siguientes: 8 dijeron que raramente lo escuchan, 14 dijeron que ocasionalmente y 28 dijeron que lo escuchan frecuentemente. Y ante la última pregunta del cuestionario ¿lleva un control organizado de la mercadería que vendió durante todo el día? Los resultados fueron: 17 dijeron que nunca, 21 dijeron que raramente llevan el

control de lo que vendieron, 6 dijeron que ocasionalmente lo hacen, 5 respondieron que llevan un control de lo que vendieron frecuentemente y solo 1 dijo que lo hace muy frecuentemente?

GRÁFICO N° 11



Análisis e interpretación.- El 36% de encuestados señalo que nunca han brindado capacitación a su personal que labora en sus tiendas, el 40% lo hacen raramente, el 20% lo hacen en ocasiones y el 4% lo hace frecuentemente. Interpretando a estos resultados digo que entre la suma de los negativos son un total de 76% de encuestados que no brindan capacitación a su personal que laboran en sus tiendas, siendo esto un factor muy importante para ser considerado como un consumidor a los librereros microempresarios que adquieren productos o servicios de su giro de negocio, para luego

comercializarlos. El 16% de encuestados señalan que raramente los escuchan cuando tienen un reclamo o cuando han sido tratados mal, el 28% dicen que en ocasiones los escuchan y el 56% dicen que son escuchados frecuentemente. Interpretando a este resultado digo que el 84 % son la suma total de ítem afirmativas, que señalan que si son escuchados por el dueño o administradores de la tienda, pero eso no quita que sus problema sean resueltos.

El 34% de encuestados señalan que nunca llevan el control de lo que vendieron durante todo el día, el 42% dijeron que son rara la veces que lo hacen, el 12% respondieron que en ocasiones lo hacen, el 10% respondieron que frecuentemente llevan el control de lo que venden durante todo el día y el 2% respondió que lo hacen muy frecuentemente. Interpretando a estos resultados digo que entre la suma de los negativos es el 76% de encuestados que no llevan un control organizado de todo lo que venden durante todo el día, siendo esto un resultado para corroborar que no todos los microempresarios en el Perú deben ser excluidos de ser consumidores por el simple hecho de que tienen asimetría informativa, sino ir más allá del mundo en el que vivimos y adecuar las leyes a la actualidad.

4.2 Contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis

Hipótesis general

H1.- El Estado peruano debe incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018.

H0.- El Estado peruano no debe incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018

Habiendo realizado el análisis inferencial con el programa spss, para comprobar la hipótesis General, se tiene el siguiente cuadro.

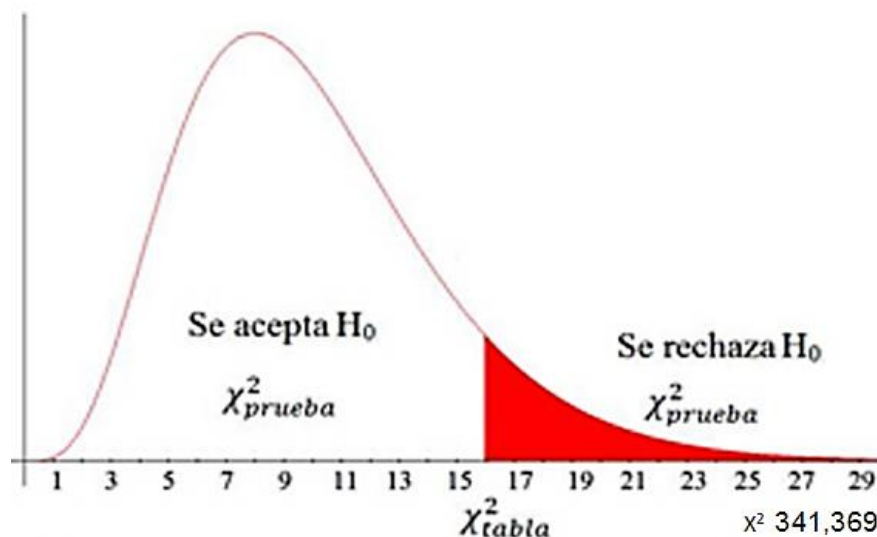
Resumen del procesamiento de los casos						
Variables	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios como consumidores * Atención de los proveedores a los microempresarios	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	529,861 ^a	361	,000
Razón de verosimilitudes	208,873	361	1,000
Asociación lineal por lineal	45,665	1	,000
N de casos válidos	50		

a. 400 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la Hipótesis Alternativa, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05 Si, el Estado peruano debe incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018

Donde, los grados de libertad de 361 para el nivel de significancia de 0,05 usando la tabla de distribución de Chi Cuadrado χ^2 nos da un valor mayor de: $\chi^2 = 341,369$ situándose en la zona de Rechazo de la H_0



Hipótesis específicas

H1.- Los microempresarios que adquieren **productos o servicios destinados a su giro de negocio** que sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores deberían acudir al órgano INDECOPI.

H0.- Los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio que sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores no deberían acudir al órgano INDECOPI.

Habiendo realizado el análisis inferencial con el programa spss, para comprobar la hipótesis específica 1, se tiene el siguiente cuadro

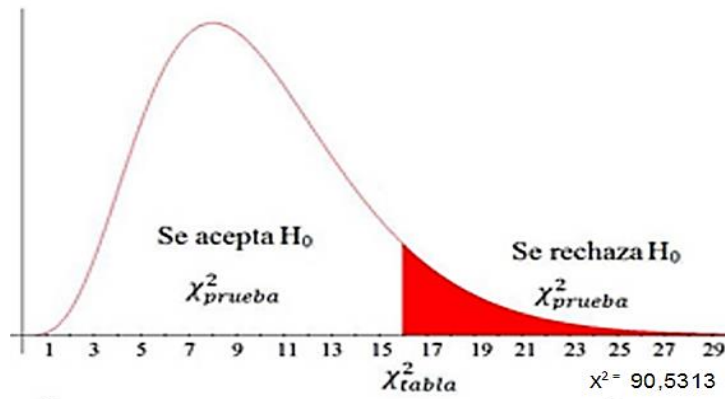
Resumen del procesamiento de los casos						
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios como consumidores * Órganos de defensa	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	200,000 ^a	76	,000
Razón de verosimilitudes	126,276	76	,000
Asociación lineal por lineal	44,488	1	,000
N de casos válidos	50		

a. 100 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la Hipótesis Alternativa, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05, Los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio que sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores deberían acudir al órgano INDECOPI.

Donde, los grados de libertad de 76 para el nivel de significancia de 0,05 usando la tabla de distribución de Chi Cuadrado χ^2 nos da un valor mayor de: $\chi^2 = 90,5313$, situándose en la zona de Rechazo de la H_0



H1.- No, ya que no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.

H0.- Si, ya que si son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.

Habiendo realizado el análisis inferencial con el programa spss, para comprobar la hipótesis específica 2, se tiene el siguiente cuadro

Resumen del procesamiento de los casos						
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios como consumidores * Asimetría informativa	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

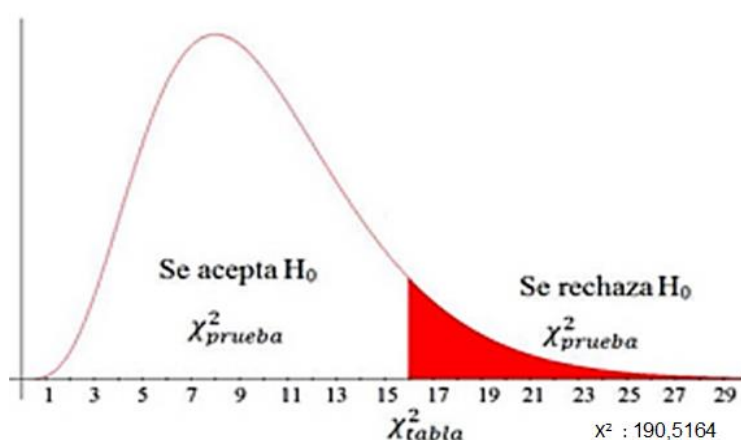
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	450,000 ^a	171	,000
Razón de verosimilitudes	213,233	171	,016
Asociación lineal por lineal	46,899	1	,000
N de casos válidos	50		

a. 200 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la Hipótesis Alternativa, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05 donde manifestamos que: No, ya que no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.

Donde, los grados de libertad de 171 para el nivel de significancia de 0,05 usando la tabla de distribución de Chi Cuadrado χ^2 nos da un valor mayor de: $\chi^2 = 190,5164$, situándose en la zona de Rechazo de la H_0



H1.- Se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento.

H0.- No se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento

Habiendo realizado el análisis inferencial con el programa spss, para comprobar la hipótesis específica 3, se tiene el siguiente cuadro

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios como consumidores * Derechos de los consumidores	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

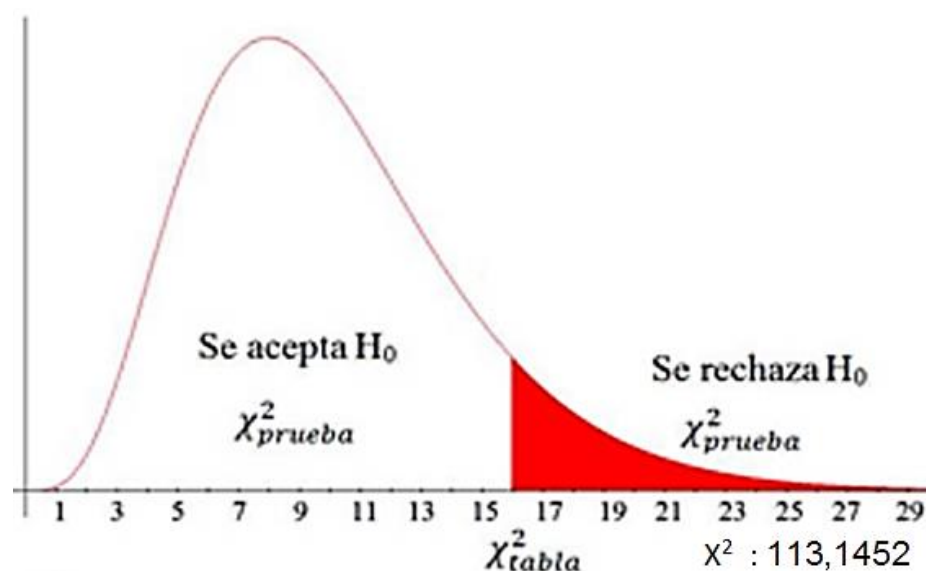
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	182,876 ^a	95	,000
Razón de verosimilitudes	131,145	95	,008
Asociación lineal por lineal	35,499	1	,000
N de casos válidos	50		

a. 120 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la Hipótesis Alternativa, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05 donde manifestamos que: Se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento.

Donde, los grados de libertad de 95 para el nivel de significancia de 0,05 usando la tabla de distribución de Chi Cuadrado X^2 nos da un valor mayor de: $x^2 = 113,1452$, situándose en la zona de Rechazo de la H_0



Ha. Los microempresarios tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.

Ho. Los microempresarios no tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.

Habiendo realizado el análisis inferencial con el programa spss, para comprobar la hipótesis específica 2, se tiene el siguiente cuadro

Resumen del procesamiento de los casos						
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Atención de los proveedores a los microempresarios * Causas de la mala atención	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

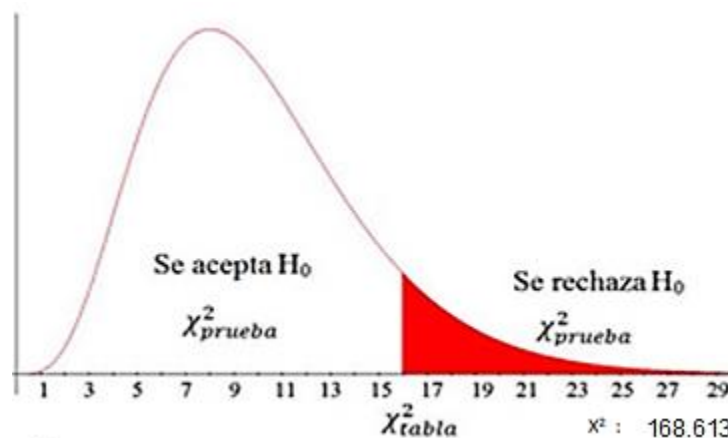
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	384,259 ^a	152	,000
Razón de verosimilitudes	178,338	152	,071
Asociación lineal por lineal	48,023	1	,000
N de casos válidos	50		

a. 180 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Como el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la Hipótesis Alternativa, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05 donde manifestamos que Los microempresarios tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.

Los grados de libertad de 152 para el nivel de significancia de 0,05 usando la tabla de distribución de Chi Cuadrado χ^2 nos da un valor mayor de: $\chi^2 = 168,6130$ situándose en la zona de Rechazo de la H_0



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Contrastación de resultados del trabajo de campo, con las referencias bibliográficas.

- En el cuadro N°01, del trabajo de investigación, solo el 20% de los encuestados manifestaron no tener papeles en regla, y el 46%, de alguna u otra manera se preocupan por tener sus papeles en regla, la cual indicaría que estos documentos les permite realizar reclamos sustentables ante posibles problemas con los proveedores en caso de presentarse.

Hallamos que el 98% el giro de negocio es el mismo del proveedor, la cual indicaría que guardan similitud de las actividades comerciales que realizan tanto micro empresario y proveedor.

En el cuadro 2, podemos demostrar que el 80% de los encuestados no se considera consumidor comercial indirecto, a diferencia del 20% que si se consideran, la cual demostraría que existe microempresarios que se muestran interesados por ser considerados consumidores comerciales directos; así mismo 48% que se considera consumidor comercial potencial.

Haciendo la revisión bibliográfica, estos hallazgos afianzan la conclusión de que llegó en el año 2017 Bryan Anticon Cravero, en su investigación titulado: “Ampliación de la noción de consumidor para el giro de negocio de las microempresas “de la Universidad Ricardo Palma; donde llegó a la conclusión que se debe de ampliar la noción de consumidor para los microempresarios que adquieren productos o

servicios destinados al giro de su negocio ya que son el 96,2 % en el sector empresarial peruano..//

Del Cuadro N°03, se establece que un 34% de los encuestados se considera consumidor apoyado por la ley peruana, siguiendo un acumulado de 66% que no y no sabe si la ley peruana le apoya como consumidor; así mismo, del mencionado cuadro se tiene que un 54%, no sabe que al adquirir productos del mismo giro de negocio le protege INDECOPI.

Estos resultados hallados en la investigación, sustentan la investigación de, Alonso Morales Acosta (2017), en su trabajo de investigación titulado:” La ampliación del ámbito de protección al consumidor del derecho del consumidor, trascendiendo las fronteras de la relación de consumo, socio del Estudio Torres y Torres Lara; llegó a las siguientes conclusiones: que la protección del consumidor tiene un eje inicial y es el de la relación de consumo la cual se amplió gracias a la extensión de noción y a la flexibilización del concepto de transacción comercial. La tutela alcanza también a los consumos indirectos en todas sus etapas del consumo, se debe a que la jurisprudencia inició un proceso donde se aclara que no solo los que adquieren de un proveedor para su use y disfrute tenían la tutela, sino que también los que no han adquirido, pero si lo han usado y disfrutado tienen el derecho como consumidores en una relación más cercano social o familiar.

Del mismo cuadro N°03, se sustenta que el 100% de los encuestados no acude al poder judicial para hacer respetar sus derechos como consumidor, ellos prefieren resolver los problemas por otras vías diferentes a la justicia; ello por la falta de facilitación de mecanismos jurídicos de protección flexible y eficaz , tal como lo sustenta Bryan

Anticona Cravero, en su investigación titulado: “Ampliación de la noción de consumidor para el giro de negocio de las microempresas “de la Universidad Ricardo Palma; donde llegó a la conclusión//...Si se adquiere un producto o servicio defectuoso para el giro de su negocio los microempresarios caerían en una paralización de la producción, reducción de personal y lo peor en la quiebra de la microempresa afectando los derechos constitucionales como a la vida, a la salud y al trabajo. Cabe resaltar que el estado tiene el deber de promoción que se concreta en la facilitación de mecanismos jurídicos de protección flexible y eficaz.

Del cuadro N°04, se halló, que el 100% de los encuestados no conoce que existe leyes que protege al consumidor comercial del mismo giro de negocios; así mismo el 78% de los encuestados no sabe los procedimientos para presentar un reclamo o queja de su proveedor.

Este hallazgo fue sustentada por en el año 2011, por el profesor Julio Baltazar Durand Carrión, en su trabajo de investigación titulado:” Los vacíos del Nuevo Código de Protección y Defensa del Consumidor y su repercusión en los derechos del consumidor, perspectivas y efectos en el Derecho Civil” de la facultad de Derecho de la Universidad San Martin de Porres; llegó a la conclusión que existe varios vacíos en la ley 29571 Ley de protección y defensa del consumidor, tales como son: //.....que los proveedores están creando mecanismos de autorregulación para controlar internamente sus faltas y evitar una acción fiscalizadora y sancionadora por parte del Estado.

Del cuadro N°05, se halló que el 88% de los encuestados cree que No está en las mismas condiciones de su proveedor, referente a la información de calidad de cada producto que adquiere; así mismo desconocen un 92% que es la asimetría informativa; siendo relevante del cuadro N°06, que el 38% de los encuestados Nunca llevaron control

de ingresos y egresos diarios de sus productos; y 50% nunca realizan un inventario detallado de su mercadería.

Estos datos corroboran lo que halló, en el año 2017 Bryan Anticona Cravero, en su investigación titulado: “Ampliación de la noción de consumidor para el giro de negocio de las microempresas “de la Universidad Ricardo Palma; llegó a la conclusión que se debe de ampliar la noción de consumidor para los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio ya que son el 96,2 % en el sector empresarial peruano. Los microempresarios se encuentran en una asimetría informativa por tener un deficiente conocimiento especializado porque no cuenta con una logística ni recursos necesarios para poder afrontar los gastos y tienen bajo capital debido al límite de 150 UIT que la ley establece para los microempresarios. Si se adquiere un producto o servicio defectuoso para el giro de su negocio los microempresarios caerían en una paralización de la producción, reducción de personal y lo peor en la quiebra de la microempresa afectando los derechos constitucionales como a la vida, a la salud y al trabajo

Del cuadro N°07, el 52% de los encuestados manifestaron que Ocasionalmente reciben buena atención del proveedor; siendo el 36% que manifiestan que raramente u ocasionalmente, reciben una mala atención del proveedor y, en el cuadro N°08, el 42% de los encuestado califica la atención del proveedor como regular.

Así mismo se halló, en el cuadro N°09, que al 50% de los encuestados, los proveedores no les informan sobre el precio antes de adquirir la mercadería; seguido de 74% que dan fé que no recibieron cláusulas abusivas o métodos coercitivos por parte del proveedor; 76% de los encuestados nunca se han sentido discriminados frente a su proveedor

y 74% manifestaron que los proveedores cambian los productos defectuosos.

Estos hallazgos, corroboran que a la fecha los proveedores están tomando conciencia de la importancia de la labor del microempresario para su desarrollo empresarial, como también el destino final que son los consumidores, es así que en el año 2017 Bryan Anticona Cravero, en su investigación titulado: “Ampliación de la noción de consumidor para el giro de negocio de las microempresas” de la Universidad Ricardo Palma; llegó a la conclusión que se debe de ampliar la noción de consumidor para los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio ya que son el 96,2 % en el sector empresarial peruano. Los microempresarios se encuentran en una asimetría informativa por tener un deficiente conocimiento especializado porque no cuenta con una logística ni recursos necesarios para poder afrontar los gastos y tienen bajo capital debido al límite de 150 UIT que la ley establece para los microempresarios. Si se adquiere un producto o servicio defectuoso para el giro de su negocio los microempresarios caerían en una paralización de la producción, reducción de personal y lo peor en la quiebra de la microempresa afectando los derechos constitucionales como a la vida, a la salud y al trabajo. Cabe resaltar que el estado tiene el deber de promoción que se concreta en la facilitación de mecanismos jurídicos de protección flexible y eficaz.

Del cuadro N°10, se halló que, el 62% de los encuestados no cree que el proveedor tiene obligaciones con los microempresarios que adquieren productos del mismo giro de negocio; pero; si conocen que el proveedor es un distribuidor con un 100%.

Del cuadro N° 11, se tienen que el 40% de los encuestados raramente brinda capacitación al personal que labora con ellos; seguido de 36%

que nunca brindan capacitación a su personal; así mismo, el 56% frecuentemente es escuchado por el proveedor o administrador cuando existe algún reclamo; y 42% raramente lleva un control organizado de la mercadería que vende a diario.

Estos hallazgos, traducen que a un es necesario realizar capacitaciones a los trabajadores de los microempresarios, en temas básico de prevención; como también los proveedores han encontrado la manera de resolver sus diferencias con el dialogo y al escucha, poniendo de manifiesto que, en el año 2011, el profesor Julio Baltazar Durand Carrión, en su trabajo de investigación titulado: " Los vacíos del Nuevo Código de Protección y Defensa del Consumidor y su repercusión en los derechos del consumidor, perspectivas y efectos en el Derecho Civil" de la facultad de Derecho de la Universidad San Martin de Porres; llegó a la conclusión que existe varios vacíos en la ley 29571 Ley de protección y defensa del consumidor, tales como son://..... la ausencia de una política pública de promoción, educación y desarrollo que ponga al INDECOPI como un organismo promotor de la cultura de consumo y la falta de promoción de la autorregulación. Señala también en el punto número 3 que los proveedores están creando mecanismos de autorregulación para controlar internamente sus faltas y evitar una acción fiscalizadora y sancionadora por parte del Estado.

5.2 Contrastación de la hipótesis general

- En consecuencia, Se estableció mediante la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson un nivel de significancia de 0,000 y es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), para la hipótesis general, luego podemos concluir, que a un nivel de significancia de 0,05; aceptamos la H1, que nos

planteamos la cual es: Si, el Estado peruano debe incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018

- Se estableció mediante la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson un nivel de significancia de 0,000 , la cual es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), para la hipótesis específica 1, donde podemos concluir que, a un nivel de significancia de 0,05; Los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio que sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores deberían acudir al órgano INDECOPI.
- Se estableció mediante la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson un nivel de significancia de 0,000 y es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), para la hipótesis específica 2, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05; Los microempresarios no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.
- Se estableció mediante la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson un nivel de significancia de 0,000 y es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), para la hipótesis específica 3, luego podemos concluir que a un nivel de significancia de 0,05; donde manifestamos que: Se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento.

- En consecuencia, Se estableció mediante la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson un nivel de significancia de 0,000 y es menor que 0,05 ($0,000 \leq 0,05$), para la hipótesis específica 4, luego podemos concluir, que a un nivel de significancia de 0,05; aceptamos la H1, que nos planteamos: Los microempresarios tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.

CONCLUSIONES

Conclusiones generales

- Es necesario Promover la inclusión a la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio como consumidores, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018.

Conclusiones específicos

- Se Identificó que no existe órganos administrativos que protegen al microempresario que adquiere productos o servicios destinados a su mismo giro de negocio. Los microempresarios, que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio y sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores, deberían acudir al órgano INDECOPI.
- Se identificó que es necesario Viabilizar la presentación de quejas o reclamo por una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018, ya que los microempresarios no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.
- El comportamiento de los microempresarios en el rubro de librerías escolares que adquieren productos o servicios distintos al giro de su negocio frente al vacío legal de sus derechos, Huánuco 2018; Se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no

poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento.

- Se Identificó que Los microempresarios tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda promover leyes a las instancias pertinentes para la inclusión de los microempresarios como consumidores, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores.
- Se recomienda incorporar áreas administrativas que protegen al microempresario que adquiere productos o servicios destinados a su mismo giro de negocio. A fin de que sienten que sus derechos como consumidor no sean vulnerados por los proveedores
- Se recomienda elaborar formatos exclusivos para la presentación de quejas o reclamos de los microempresarios ante un proveedor que da mal producto, ya que los microempresarios no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios.
- El comportamiento de los microempresarios en el rubro de librerías escolares que adquieren productos o servicios distintos al giro de su negocio frente al vacío legal de sus derechos, Huánuco 2018; Se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores, donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

- Baca, V (2013). *Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de la sentencia de sus Órganos de Solución de Controversias*. Lima, Perú. 1ra edición. Q & P Impresores SRL
- Ley N°29571 *Código de Protección y defensa del consumidor*
- Sánchez, B (2006). *Las mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Vol. 13

REFERENCIAS PAGINAS WEBS

- Alonso Morales Acosta (2017) La ampliación del ámbito de protección al consumidor del derecho del consumidor: trascendiendo las fronteras de la relación de consumo
<http://agnitio.pe/articulo/la-ampliacion-del-ambito-de-proteccion-al-consumidor-del-derecho-del-consumidor-transcendiendo-las-fronteras-de-la-relacion-de-consumo/>
- Bryain Anticonna Cravero (2017) Ampliacion de la nocion de consumidor para el giro de negocio de las microempresas. Cybertesis.
http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1185/3/anticonna_b.pdf
- Build a Free Website of Your own on Tripod. La microempresa, unidad económica para el desarrollo.
<http://www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm>
- Erika Da Silva (2018). El concepto de servicio al cliente. Cuida tu dinero
<https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>

- Enrique Cavero Safrá (2016) ¿Efecto dominó o efecto mariposa? El distorsionado concepto de consumidor protegido en el derecho peruano. Revista IUS VERITAS, N° 53.
<https://doi.org/10.18800/iusetveritas.20170.002>
- Hermann A. Quiroz Vigil (2010) Régimen Económico de la Constitución Política del 1993. Revista Jurídica Virtual "IUS PERSONAE".
<http://revistavirtualiuspersonae.blogspot.com/2010/05/regimen-economico-de-la-constitucion.html>
- Julio Baltazar Durand Carrión (2011)
http://www.derecho.usmp.edu.pe/instituto/revista/articulos/inv_consumidor.pdf
- Patiño Tenorio Jose Breidy (2012) Interpretación de los artículos 64 y 65 de la Constitución Política del Perú. Scribd.
<https://es.scribd.com/doc/97166213/INTERPRETACION-DE-LOS-ARTICULOS-64-Y-65-PATINO-TENORIO-JOSE-BREIDY-VII-A>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODOLOGIA
1.- <u>Problema general:</u> ¿Se debería incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018?	1.- <u>Objetivo general:</u> • Promover la inclusión a la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio como consumidores, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018.	1.- <u>Hipótesis general :</u> Si, el Estado peruano debe incluir como consumidores en la ley 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio, para tutelar sus derechos ante una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018	1.- <u>Variable independiente:</u> Inclusión en la ley N° 29571 a los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio como consumidores	1.- <u>Tipo de investigación:</u> Sustantiva
2.- <u>Problemas específicos:</u> - - ¿Ante una mala atención los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su	2.- <u>Objetivos específicos:</u> • Identificar si existe o no órganos administrativos que protegen al microempresario que	2.- <u>Hipótesis específicos:</u> • Los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados a su giro de negocio que	2.- <u>Variable dependiente:</u> Atención de los proveedores a los microempresarios que adquieren productos o	2.- <u>Enfoque :</u> Cuantitativa

giro de negocio ante qué órgano administrativo deben acudir para hacer respetar sus derechos en la ciudad de Huánuco, 2018? - ¿Es legalmente válido que los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio coloquen en el libro de reclamaciones de los proveedores sus quejas y reclamos? - ¿Cuál es el comportamiento de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio frente al	adquiere productos o servicios destinados a su mismo giro de negocio, Huánuco 2018. • Viabilizar la dirección correcta para presentar una queja o reclamo por una mala atención de los proveedores, Huánuco 2018. • Evaluar el comportamiento de los microempresarios en el rubro de librerías escolares que adquieren productos o servicios distintos al giro de su negocio frente al vacío legal de sus derechos, Huánuco 2018.	sienten que sus derechos como consumidor han sido vulnerados por los proveedores deberían acudir al órgano INDECOPI. • No, ya que no son considerados como consumidores finales en la ley 29571, a pesar que deberían de estarlo por tener una asimetría informativa respecto a la capacidad de adquirir capacitaciones sobre sus negocios. • Se sienten afectados moralmente y frustrados por la impotencia de no poder ejercer sus derechos como consumidores,	servicios destinados a su mismo giro de negocio	
--	---	--	--	--

vacío legal de sus derechos? - ¿Cómo reaccionan los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio cuando son mal tratados por los proveedores?	• Identificar reacciones de los microempresarios que adquieren productos o servicios destinados al giro de su negocio en el rubro de librerías escolares ante una mala atención por parte de sus proveedores, Huánuco 2018.	donde la ley los discrimina no considerándolos por razones sin fundamento. • Los microempresarios tienen reacciones diferentes de disconformidad con la atención que les brinda su proveedor por la falta de consideración hacia ellos.		
				2. <u>Nivel</u> <u>de</u> <u>investigación:</u> Descriptiva – explicativa social.

				4.- <u>Población:</u> Para esta investigación son 100 microempresarios dedicados al rubro de librerías escolares de la ciudad de Huánuco 2018. La muestra es no probabilística – intencionada; siendo 50 microempresarios dedicados al rubro de librerías escolares en la ciudad de Huánuco.
				5.- <u>Técnicas para recoger datos:</u> El fichaje y la encuesta de tipo cuestionario precategorizado.

