

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
PROGRAMA ACADÉMICO DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS



UDH
UNIVERSIDAD DE HUANUCO
<http://www.udh.edu.pe>

TESIS

**“El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI
como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet
Huánuco, 2023”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADA

AUTORA: Poma Esteban, Miriam Adelisa

ASESOR: Martínez Franco, Pedro Alfredo

HUÁNUCO – PERÚ

2026

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Derecho civil

AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Derecho

Disciplina: Derecho

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Abogada

Código del Programa: P01

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 72125791

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 22423043

Grado/Título: Doctor en derecho

Código ORCID: 0000-0002-7129-3352

DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Agurto Jara, Edgard Gianfranco	Maestro en gobierno y políticas públicas	46429842	0009-0005-2150-0447
2	Sánchez Dávila, Flor de Maria	Magíster en derecho y ciencias políticas derecho procesal	41922223	0000-0003-0355-0238
3	Garay Mercado, Mariella Catherine	Magíster en gestión pública	22500565	0000-0002-4278-8225

D

H



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 17:30 horas del día Once del mes de Junio del año dos mil veintiséis en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron la Sustentante y el Jurado calificador integrado por los docentes:

- MG. EDGARD GIANFRANCO AGURTO JARA : PRESIDENTE
- MG. FLOR DE MARIA SANCHEZ DAVILA : SECRETARIA
- MG. MARIELLA CATHERINE GARAY MERCADO : VOCAL
- MG. MIRTHA SILVIA FRANCO RAMIREZ : JURADO ACCESITARIO
- MG. PEDRO ALFREDO MARTINEZ FRANCO : ASESOR


Nombrados mediante la Resolución N° 442-2026-DFD-UDH de fecha 01 de Junio del 2026, para evaluar la Tesis titulada: **"EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N°0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"**; presentado por la Bachiller en Derecho y Ciencias Políticas **MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN** para optar el Título profesional de Abogada.

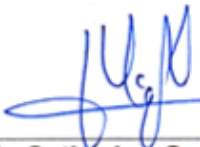
Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: Exposición y Absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del jurado

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) APROBADA Por UNANIMIDAD con el calificativo cuantitativo de ONCE y cualitativo de SUFICIENTE.

Siendo las 18:40 horas del día Once de Junio del año dos mil veintiséis los miembros del jurado calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mg. Edgard Gianfranco Agurto Jara
DNI: 46429842
CODIGO ORCID: 0009-0005-2150-0447
PRESIDENTE


Mg. Flor de María Sánchez Dávila
DNI: 41922223
CODIGO ORCID:0000-0003-0355-0238
SECRETARIO


Mg. Mariella Catherine Garay Mercado
DNI: 22500565
CODIGO ORCID:0000-0002-4278-8225
VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN, de la investigación titulada "EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N°0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023", con asesor(a) PEDRO ALFREDO MARTINEZ FRANCO, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 515-2023-DFD-UDH del P. A. de DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 6 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 17 de diciembre de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

117. Poma Esteban, Miriam Adelisa.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

3%

2

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

docslib.org

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.udh.edu.pe

Fuente de Internet

<1%



RICHARD J. SOLIS TOLEDO

D.N.I.: 47074047

cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA

D.N.I.: 71345687

cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mis padres adorados, a los docentes de la E.A.P. de Derecho y Ciencias Políticas por apoyarme de forma alteraría y sin restricción alguna para el cumplimiento de mi proyecto, así como por sus afanes en coadyuvar a la edificación de mi temple moral mediante su expertis en sus profesiones.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios y a los docentes de la Universidad de Huánuco (UDH), de forma especial a mi docente asesor Dr. Pedro Alfredo MARTÍNEZ FRANCO por sus consejos, paciencia y la calidad profesional que muestra, siendo un ejemplo a seguir.

Al Instituto Nacional de Defensa de la competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), por ayudarme en agilizar mis documentos para la obtención de las encuestas presentados para realizar mi Investigación.

A todos y cada uno de los educadores de la E.A.P de Derecho y Ciencias Políticas, por habernos formado completa, lógica, humanística y mecánica impartida en las diferentes reuniones de clase.

A los Profesionales expertos en la materia por hacer equipo en la utilización de los instrumentos, permitiendo así que la investigación tuviera la extensión ideal.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	15
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	15
1.3. OBJETIVO GENERAL	15
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	16
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	16
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	16
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	17
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL	18
2.1.2. A NIVEL NACIONAL.....	22
2.1.3. A NIVEL LOCAL.....	26
2.2. BASES TEÓRICAS.....	28
2.2.1. DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE (CAUSA): NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI	28
2.2.2. ACTO RESOLUTIVO	30

2.2.3. DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (EFECTO) MECANISMO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO	35
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	37
2.4. HIPÓTESIS	38
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL	38
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	38
2.5. VARIABLES.....	38
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE (X) CAUSA.....	38
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE (Y) EFECTO	39
2.6. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	39
CAPÍTULO III.....	40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	40
3.1.1. ENFOQUE	40
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	40
3.1.3. DISEÑO	40
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	41
3.2.1. POBLACIÓN	41
3.2.2. MUESTRA	41
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	41
3.3.1. TÉCNICAS.....	41
3.3.2. INSTRUMENTO.....	41
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	41
CAPÍTULO IV.....	42
RESULTADOS.....	42
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	42
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS	64
CAPÍTULO V.....	67
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	67
5.1. PRESENTAR LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	67

CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?	42
Tabla 2 ¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?	43
Tabla 3 ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?	44
Tabla 4 ¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC- INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?	45
Tabla 5 ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?	46
Tabla 6 ¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?	47
Tabla 7 ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permitiría ingresar el alimento hacia sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI?	48
Tabla 8 ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?.....	49
Tabla 9 ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?	50
Tabla 10 ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, hay permisión para ingresar el alimento y bebida traídos por consumidores?	51
Tabla 11 ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?.....	52
Tabla 12 ¿Cree usted que en Cineplanet Huánuco, existe la garantía de libre consumo?	53
Tabla 13 ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?	54
Tabla 14 ¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?.....	55
Tabla 15 ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco, garantiza a sus	

clientes la libre elección de consumo?.....	56
Tabla 16 ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?	57
Tabla 17 ¿Considera que la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?	58
Tabla 18 ¿Existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI y la práctica comercial de Cineplanet en cuánto a la prohibición de ingresar cada alimento externo? .	59
Tabla 19 ¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?	60
Tabla 20 ¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?	61
Tabla 21 ¿Qué tan respetado es los derechos del consumidor para las libres elecciones del producto en salas de cine en Huánuco?	62
Tabla 22 ¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N° 219- 2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elecciones de consumidores dentro del cine?	63
Tabla 23 La correlación de Pearson entre el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219- 2018/SPC-INDECOPI y mecanismo para libre elección de consumidor en Cineplanet Huánuco	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco.....	42
Figura 2 Protección del contrato de consumo en Cineplanet Huánuco	43
Figura 3 Satisfacción con el servicio que brinda Cineplanet Huánuco.....	44
Figura 4 Respeto a las leyes de protección al consumidor en Cineplanet Huánuco a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI.....	45
Figura 5 Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas	46
Figura 6 Porcentaje de encuestados que cree que logra permitirse ingresar el alimento y bebida traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco	47
Figura 7 Porcentaje de encuestados que consideran que Cineplanet Huánuco permitiría ingresar el alimento a sus locales.....	48
Figura 8 Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo	49
Figura 9 Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa	50
Figura 10 Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco hay permisión para ingresar el alimento y bebida traídos por consumidores.....	51
Figura 11 Porcentaje de encuestados que considera que en Cineplanet Huánuco hay un mecanismo de libre elección del consumidor	52
Figura 12 Garantía de libre consumo en Cineplanet Huánuco	53
Figura 13 Porcentaje de encuestados que considera que en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico.....	54
Figura 14 Porcentaje de encuestados que creen que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco	55
Figura 15 En Cineplanet Huánuco se garantiza a sus clientes la libre elección de consumo	56

Figura 16 En Cineplanet Huánuco se cumple con el proceso de decisión de compra.....	57
Figura 17 Expertos encuestados que consideran que la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar los derechos para libres elecciones de consumidores para salas en cine como Cineplanet en Huánuco	58
Figura 18 Expertos encuestados que consideran que existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a prohibir los ingresos del alimento externo.....	59
Figura 19 Expertos encuestados que consideran que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine	60
Figura 20 Expertos encuestados que consideran que los los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet	61
Figura 21 Expertos encuestados que consideran el nivel de respeto de derechos del consumidor para las libres elecciones del producto en salas de cine en Huánuco.	62
Figura 22 Expertos encuestados que consideran necesaria una revisión o mejora de la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elecciones de consumidores dentro del cine.	63

RESUMEN

Esta investigación que lleva por título: El nivel de eficacia desde la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección en el consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023, contiene cinco partes: La primera describe la problemática, precisando que se ha observado que los consumidores del servicio de cine, tenían restricciones para la introducción de víveres y potajes, así como de licores o bebestibles que no hubieren sido adquiridos en el mismo local de Cineplanet, persistiendo dicha problemática a pesar del precedente que constituye la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, aún cuando sea tratado de productos similares u homologados, a los que se venden en sus locales, en ese sentido, se formuló como problema general ¿Cuál es el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo para libre elección de los consumidores en Cineplanet Huánuco, 2023?, cuyo objetivo fue establecer los niveles sobre eficacia respecto a la citada resolución en forma de mecanismo de libre elección del consumidor. La segunda parte, contiene los antecedentes vinculados a la investigación, así también las bases teóricas que definen a las variables de estudio, las que facilitaron a la formulación de la Hipótesis General: La Resolución N° 0219- 2018/SPC-INDECOPI es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023. En la tercera parte, se describe el método de investigación utilizado, pues, es una investigación aplicada de enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo – explicativo, de diseño descriptivo simple correlacional, contando una muestra de 55 unidades de análisis compuestos por 50 clientes asistentes a Cineplanet y 05 expertos en la materia. La cuarta parte, contiene los resultados, con el respectivo contraste y prueba de hipótesis, con el uso del coeficiente de correlación de Pearson. El contenido de la última parte de este estudio, son las conclusiones y recomendaciones.

Palabras claves: Nivel de eficacia, consumidor, libre elección, elección de consumo, protección al consumidor.

ABSTRACT

This research, entitled "The Level of Effectiveness of Resolution No. 0219-2018/SPC-INDECOPI as a Mechanism for Consumer Free Choice at Cineplanet Huánuco, 2023," comprises five parts. The first describes the problem, noting that consumers of the cinema service were restricted from bringing in food, dishes, and alcoholic beverages not purchased at the Cineplanet location. This problem persisted despite the precedent set by Resolution No. 0219-2018/SPC-INDECOPI, even when dealing with similar or equivalent products to those sold at the cinema. Therefore, the general research question was posed: "What is the level of effectiveness of Resolution No. 0219-2018/SPC-INDECOPI as a mechanism for consumer free choice at Cineplanet Huánuco, 2023?" The objective was to establish the levels of effectiveness with respect to... The aforementioned resolution is presented as a mechanism for consumer free choice. The second part contains the background information related to the research, as well as the theoretical framework that defines the study variables, which facilitated the formulation of the General Hypothesis: Resolution No. 0219-2018/SPC-INDECOPI is highly effective as a mechanism for consumer free choice at Cineplanet Huánuco, 2023. The third part describes the research method used, which is an applied research study with a quantitative approach, at a descriptive-explanatory level, with a simple correlational descriptive design, including a sample of 55 units of analysis comprised of 50 customers attending Cineplanet and 5 experts in the field. The fourth part contains the results, with the respective contrast and hypothesis testing, using Pearson's correlation coefficient. The final part of this study contains the conclusions and recommendations.

Keywords: Level of effectiveness, consumer, free choice, consumer choice, consumer protection.

INTRODUCCIÓN

El contenido del presente estudio investigativo radica básicamente en la descripción de la realidad problemática, base de su planteamiento: ¿Cuál es el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo para libre elección en el consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?, la cual, ha sido justificada en sus tres niveles, teórica, práctica y metodológica. Además, se ha definido el objeto de la investigación que radica en determinar el nivel de eficacia de la citada resolución como mecanismo de libre elección del consumidor dentro del ámbito de estudio y en el período previamente definido, usando para tal fin, el método de la investigación aplicada con el enfoque cuantitativo, y con el fin de recolectar los datos, se usó la técnica de la encuesta; para concluir como resultado del estudio que, la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023, al haber sido corroborada la referida hipótesis con el coeficiente de correlación de Pearson, obtenida de acuerdo a la categoría o diferenciación muestral (usuarios y expertos), que para el caso de los clientes encuestados tiene un valor de 0.936 y el R –cuadrado es 0.876, y en el caso de los expertos encuestados tiene un valor de 0.856 y el R –cuadrado es 0.733.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Conforme refiere Valdez (2005), el arte cinematográfico arribó con precocidad al Perú, de tal suerte que, desde el año 1897, comenzaron a efectuarse exhibiciones, así como las primeras capturas fílmicas en suelo peruano, llevadas a cabo por operadores anónimos durante las iniciales décadas del siglo XX. En 1913 vio la luz la primera cinta argumental producida en el país, inaugurando una estirpe creativa que, con sus fluctuaciones e intervalos de esplendor o mengua, jamás dejó de engendrar frutos a lo largo de un siglo entero. Merced a aquellos empeños por concretar películas, aun cuando las coyunturas económicas o tecnológicas resultaban poco propicias, hoy podemos recrearnos con estampas singulares de nuestra colectividad y de los múltiples parajes y tiempos del Perú (p. 108).

Sin embargo, a la par del desarrollo del cine en nuestro territorio, se desarrolló el negocio cinematográfico, que con el paso del tiempo y el uso de la tecnología, hizo que el cine tuviera un costo, por lo que, partiendo de ello, podemos decir, que el disfrutar del cine tiene un costo, cuyo valor se refleja en el pago de entradas, pero aunado a ello, el negocio del cine se complementa con la venta y dispensa de alimentos como snacks o canchita, bebidas gaseosas y otros, que en un determinado momento eran de venta exclusiva de un determinado cine o empresa cinematográfica, prohibiendo el ingreso de alimentos a sus locales por parte de los consumidores de las películas, por así llamarlos, pero que dicha situación ha sido regulada con la promulgación de la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI, siendo tal pronunciamiento expedido por el INDECOPI en su calidad de Autoridad Nacional tutelar de la Protección del Consumidor, ello conforme a lo regulado en la Ley N° 29571, para proteger el derecho del consumidor sin causar perjuicio al privado, indicando que es dable acceder a las salas cinematográficas con comestibles que, por motivos de salubridad, resguardo u otras consideraciones análogas, pudieren ocasionar detrimento a la infraestructura del recinto o a los demás

usuario, la admisión de víveres en las salas cinematográficas quedará condicionada a aquellos géneros alimentarios idénticos y/o de análogas propiedades a los que los establecimientos exhibidores expenden en sus recintos, de acuerdo al uso y prácticas consuetudinarias en los mercados.

En nuestro ámbito estudiado, siendo Cineplanet Huánuco, ubicado en Real Plaza, Jirón Independencia N° 1635 Huánuco, durante el año 2023, se ha visto que los consumidores del servicio de cine, tenían restricciones para ingresar el alimento y bebida que no fuese comprado dentro del mismo local de Cineplanet, persistiendo dicha problemática a pesar del precedente que constituye la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, aun cuando sea tratado de productos similares u homologados, a los que se venden en sus locales, lo que me motivó a formular el presente problema de investigación.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PE1.- ¿De qué manera la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI resulta idónea como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?

PE2.- ¿De qué forma la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219- 2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1.- Describir la manera como la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI resulta idónea como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

OE2.- Explicar la forma en que Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La presente investigación se circunscribe en Cineplanet Huánuco, como lugar de entretenimiento; por lo tanto, la población como la muestra se encuentran delimitados dentro de dicho local, de allí que las conclusiones al que se lleguen servirán para implementar medidas correctivas que favorezcan al fortalecimiento y cumplimiento de la ley de protección al consumidor, pues los resultados que se obtengan servirán como fuente de nuevos conocimientos, siendo la primera vez que se realiza un estudio de esta naturaleza en nuestra circunscripción territorial.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El problema de investigación formulado, tiene justificación práctica porque busca resolver el problema, proponiendo acciones concretas.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Las técnicas e instrumentos a usarse tendrán la validez y confiabilidad exigidos por el rigor científico, lo que al estandarizarse podrán aplicarse a otras investigaciones con la misma eficacia que en la presente investigación, gozando de esa manera justificación metodológica.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Factor Económico: Mis escasos recursos económicos con el cual me formo profesional ya que la investigación lo estoy realizando son con el aporte y/o apoyo de mis padres y familiares.

Factor Información Bibliográfica: Al ser un tema de investigación nuevo, no sea encontrado bibliografía existente en las universidades, pero si se puede encontrar estudios publicados en internet, pero no son abundantes y pueden no ser fiables en su contenido, sin embargo, la información de autores identificados sea podido utilizar como referencia en los antecedentes y marco teórico del presente proyecto.

Factor Tiempo: Al ser una investigación para optar un grado profesional se tiene un tiempo limitado, pero sin embargo esta investigación será difundido en la biblioteca de nuestra universidad de Huánuco para ser profundizado o utilizado para otras investigaciones ligados al tema principal.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación resulta posible y factible en cuanto a su realización ya que ha identificado un problema concreto y real.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

De la revisión de la bibliografía y de los precedentes vinculados con la problemática investigativa, se han hallado los siguientes elementos:

2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL

Tesis titulada El grado de conocimiento y la forma en que los estudiantes de la Facultad de Derecho de la Universidad de la Costa en Barranquilla utilizan los mecanismos de defensa del consumidor en entornos digitales, perteneciente a García Consuegra, A. E. y Mercado Vera, E. A. (2018). Tesis presentada y sustentada en la Universidad de la Costa/Colombia, para optar por el título de abogado, tuvo como objetivo analizar el nivel de sapiencia relativo a la tutela de los consumidores sobre cada transacción efectuada mediante cada medio electrónico que ostentan el discente en la facultad estudiada, para lo cual, se usó la investigación aplicada de tipo socio-jurídica, de método cuantitativo, con una muestra de 506 estudiantes, aplicando la técnica de la encuesta con preguntas cerradas dicotómicas, concluyendo al final de la investigación no existe intereses del joven formado para Derecho, en el entendido de que, si no media un interés auténtico por parte de los jóvenes que se forman en la disciplina jurídica quienes, por lo menos, deberían poseer un conocimiento rudimentario de las normas, menos aún podría esperarse tal familiaridad en la población general. Resulta llamativo que el derecho más reconocido sea el relativo a recibir amparo frente a la publicidad falaz, influido por la constante admonición de los medios de comunicación contra dicha práctica. Ello evidencia una carencia informativa por parte de la autoridad competente, falencia que se torna palmaria y que puede ser explotada por los proveedores o expendedores de bienes, quienes, al no ser objeto de sanciones por la ausencia de denuncias, continúan incurriendo en los mismos desatinos

en perjuicio de los adquirentes. En tal contexto, correspondería al propio Estado asumir la difusión masiva del Estatuto del Consumidor y, de modo especial, de las reglas consignadas en la misma a efectos de no incurrir en fraude y delito del cual pueda resultar víctima quien accede al medio virtual promoviendo sus defensas como consumidores electrónicos.

Tesis titulada La importancia de implementar mecanismos de defensa para los consumidores conforme la Comunidad Andina de Naciones, perteneciente a Leal, C. A. (2019). Tesis presentada y sustentada en la Pontificia Universidad Javeriana/Colombia, como trabajo de grado para el programa de especialización en Derecho Comercial, tuvo como objetivo formular la determinación orientada a salvaguardar los derechos de los consumidores conforme al enfoque de los participantes estudiados, para lo cual, fue necesario el uso de varios métodos como el exploratorio, descriptivo, analítico y cualitativo, asimismo, usó como tomando como arcano primordial los Derechos comunitarios andinos, así como cada decisión y resolución del CAN relativas directo o mediata a la tutela del consumidor, se arriba a la inferencia de que los Estados andinos, mediante su normativa doméstica, regulan de forma específica cuestiones cardinales de los Derechos para Consumos, tales sean las garantías legales, las responsabilidades de productos viciados y deberes informativos. No obstante, tales disposiciones resultan fragmentarias, desarmonizadas y dotadas de alcances protectores disímiles, circunstancias que evidencian la urgencia de promulgar las decisiones conforme el amparo de Consumidores Andinos, facultando al usuario al acceso de modo resguardado a cada bien y servicio ofrecido en los Mercados Comunes Andinos; en la actualidad, la CAN no ha emitido una decisión que garantice directamente la protección de los consumidores andinos, ni existe jurisprudencias del Tribunal que aborde explícitamente este tema; únicamente se encuentran referencias de forma indirecta vinculadas a libres competencias y las propiedades industriales. Se colige que los Estados andinos, mediante su normativa vernácula, rigen de modo

particularísimo aspectos cardinales del Derecho del Consumo —como la garantía legal, la imputación por productos viciados y el deber de información—, aunque tales disposiciones se revelan fragmentarias, desacompañadas y provistas de alcances tuitivos heterogéneos, lo que evidencia la premura de promulgar unas Decisiones supranacionales para la tutela de Consumidores Andinos habilitando al usuario para el acceso en forma resguardada al bien y servicio ofrecidos dentro de Mercados Comunes; máxime cuando, hasta la fecha, no existe una Decisión emanada de la CAN que dispense salvaguarda directa al consumidor ni jurisprudencia del TAJ que se pronuncie de manera expresa al respecto, hallándose tan solo alusiones oblicuas en ámbitos de libres competencias y propiedades industriales; de ahí que resulte insoslayable fijar estándares mínimos —responsabilidades por garantías legales, conforme daño derivados de productos defectuosos y provisión de información idónea— cuya consagración implique no solo la obligación del productor o proveedor de asegurar calidad, idoneidad y seguridad, sino también la carga del consumidor de ilustrarse sobre cada característica y pauta al usar cada bien y servicio adquirido, debiendo la futura Decisión andina definir el producto defectuoso conforme al deber de seguridad y bajo las Responsabilidades Objetivas, así como respaldar que el dato facilitado sea verdadera, suficientes, inteligible, adecuada, tempestiva, fácilmente asequible y proporcionada en lengua castellana.

Tesis Titulada Protecciones a los consumidores colombianos conforme al marco de comercios transfronterizos electrónicos, perteneciente a Varón, L. A. (2021). Tesis presentada y sustentada en la Universidad Externado de Colombia para optar el grado de Magíster en Derecho Económico, tuvo como objetivo determinar la forma en que se protege a los consumidores colombianos conforme al marco de comercios transfronterizos electrónicos, para lo cual, se usó el método de investigación cualitativa, basada en su legislación comercial, concluyendo que cada adelanto tecnológico y los nacimientos de comercios electrónicos como herramientas que involucran la

conurrencia de consumidores, empresarios, proveedores, productores y Estados coadyuva al desenvolvimiento efectivo del comercio internacional y al perfeccionamiento de la economía global, al subvertir la modalidad tradicional de adquisición de bienes y servicios mediante la irrupción de transacciones electrónicas que, en la mayoría de los casos, desbordan las lindes geográficas; si bien el comercio electrónico comporta ventajas ostensiblemente superiores a sus eventuales desventajas al detonar la celeridad y la simplicidad con que puede mercadearse un bien, los escollos legislativos derivados de la multiplicidad de ordenamientos internos entorpecen el acceder a las justicias y las tutelas efectivas de cada consumidor que efectúa cada adquisición en plataformas digitales. Ya sea la compra convencional o las celebradas de forma digital existe un peligro de suscitarse disconformidades respecto del bien obtenido; no obstante, la frecuencia de reclamaciones en el ámbito digital es mayor debido a la ausencia de contactos directos con los productos o servicios, lo que hace imperiosa la configuración de un mecanismo internacional idóneo para conocer peticiones, quejas y reclamos. Si bien se han intentado soluciones relativas a la normativa que se aplica y a los tribunales competentes en contratos internacionales B2C, dichas alternativas permanecen circunscritas al plano nacional o regional, dejando en estado de indefensión a los consumidores que adquieren bienes más allá de sus fronteras. Ante tal vacío, una gran plataforma de comercios electrónicos han optado por concertar pactos con sistemas de ODR para la prestar el servicio de mediación digital, a fin de atender de manera satisfactoria las reclamaciones de consumidores de cualquier procedencia, obteniendo, además, réditos reputacionales y la captación de nuevos usuarios; empero, queda asimismo evidenciado que los ODR, pese a revolucionar la resolución de controversias, carecen de fuerza vinculante para todos los comerciantes digitales, pues su adhesión depende únicamente de la voluntad de estos. Por ello, se vuelve cardinal instaurar tratados internacionales para proteger a los consumidores que, además de resaltar la trascendencia de tutelar sus prerrogativas, otorgue eficacia jurídica a los ODR, disipando la incertidumbre de quienes realizan

transacciones electrónicas y garantizando que, con independencia de su residencia o del lugar de adquisición, obtendrán siempre una respuesta efectiva. Tal tratado deberá surgir de la cooperación interestatal y de foros de discusión como los impulsados por la ICPEN que permitan recopilar experiencias comparadas y unificar criterios para impedir que consumidores de cualquier latitud se perciban desguarnecidos. La instauración de dicho instrumento generaría beneficios sustanciales, no solo para Colombia sino para la comunidad internacional, especialmente en un contexto de recuperación económica posterior a la crisis derivada de la Covid-19, periodo en el cual el prolongado aislamiento transfiguró la vida cotidiana y fomentó la preeminencia de plataformas electrónicas para la provisión de bienes y servicios, incrementándose exponencialmente en 2020 las adquisiciones digitales, fenómeno que indica que el comercio electrónico podría desplazar de manera duradera al comercio tradicional debido a su masiva concurrencia y a las múltiples facilidades que ofrece

2.1.2. A NIVEL NACIONAL

Estudio denominado evaluaciones respecto a la Resolución 0219-2018/SPC-INDECOPI sobre cómo el derecho del cine a gestionar libremente su modelo de negocio se equilibra con el derecho de cada consumidor para decidir libremente, perteneciente a Sánchez Ayen, W. S. M. (2020). desde la Universidad de Piura, para optar el grado de máster en Derecho de la Empresa con mención en Regulación del Mercado, tuvo como objetivo analizar la Resolución 0219-2018/SPC-INDECOPI, usando por método de una investigación cualitativa, arribando a la conclusión: El artículo 59 en la carta magna reconoce y garantiza las libertades de empresas; sin embargo, al igual que otros derechos fundamentales, su ejercicio no es ilimitado; con todo, posee núcleos esenciales sin poder resultar menoscabados. En tal sentido, las libertades para acceder a los mercados, las facultades para organizar las empresas y la posibilidad para cesar actividad conforman el haz de contenidos constitucionalmente tutelados. Paralelamente, el artículo 65

establece la protección de cada derecho del consumidor, incluyendo su derecho a las informaciones, así como de salud y seguridades, si bien tales derechos no constituyen un elenco cerrado, pues el catálogo constitucional posee naturaleza meramente enunciativa. Consecuentemente, el Código de Protección y Defensa del Consumidor contempla la tutela de otras prerrogativas, entre ellas el derecho a la elección. En una sociedad donde el tráfico económico impone la producción masiva de bienes y servicios para atender las necesidades en cada usuario, surgieron distintos instrumentos destinados a facilitar este tipo de relaciones de contrato seriadas, como el contrato para adhesiones y la cláusula general en contrataciones. Estos instrumentos permitirían acelerar los procesos para contrataciones masivas; sin embargo, limitan las libertades contractuales, ya que la presencia de condiciones previamente redactadas coloca a una de las partes en una posición privilegiada al otorgarle la facultad de determinar unilateralmente el contenido del contrato; de ahí la aparición de las cláusulas abusivas, dado que el consumidor no interviene de modo pleno o sino más bien de forma mínima y restrictivas en las negociaciones de cada término contractual, quedando menoscabados cada derecho. En consecuencia, se aplican controles administrativos, legislativos y judiciales destinado a establecer si estas cláusulas resultan total o parcialmente inválidas. Al entrar en conflicto el derecho amparado por la Constitución, no es posible declarar la prevalencia de uno sobre otro, ya que ello implicaría establecer jerarquías entre derechos fundamentales. Por tal razón, corresponde realizar un test de proporcionalidad que permita identificar la opción que afecte en menor medida el contenido esencial de los derechos enfrentados. Los negocios del cine comprenden la prestación de servicios para proyecciones fílmicas en cada sala, exhibir las publicidades y comercializar cada alimento y bebida, razón por la cual estas compañías vetan el ingreso con comestibles o bebidas adquiridos fuera del establecimiento. Aunque tal prohibición puede incidir en los derechos de consumidores para seleccionar de forma libre qué producto desease consumir durante la función, dicha limitación no lesiona su contenido esencial; por el

contrario, permitir la introducción de víveres no adquiridos en el cine erosionaría los derechos organizacionales empresariales, integrante de núcleo intangible de las libertades de empresas.

Estudio denominado el límite legal para las protecciones a consumidores frente a la libertad de empresa, en el sector entretenimiento, basado en el caso Cineplex vs Aspec, perteneciente a Córdova Pasco, B. (2021). Tesis presentada y sustentada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo permitiendo obtener la Titulación en Derecho, tuvo como propósito establecer cada herramienta para tutelas de consumidores aplicable al servicio por entretenimientos en relación con los límites de las libertades de empresas dentro del marco peruano, para lo cual se usó el método de investigación cualitativa, concluyendo al final de la investigación que, la inclusión de condiciones previamente redactadas dentro de cada relación para consumo sitúa a una parte en posiciones de ventaja preeminente, en tanto le permite definir unilateralmente el contenido contractual, lo que propicia la aparición de cláusulas abusivas, habida cuenta de que el consumidor no interviene de manera plena sino más bien de modo restringido para negociar cada término en el acuerdo, resultando lesionadas sus prerrogativas; por ello se articula controles administrativos, legislativos y judiciales destinados a establecer las ineficacias absolutas o relativas en tales estipulaciones. No obstante, cuando los derechos constitucionalmente tutelados colisionan, no es dable proclamar la primacía de unos sobre otros —pues ello supondría establecer jerarquías entre derechos fundamentales—, debiéndose aplicar los criterios previamente referidos a fin de identificar la alternativa que menos menoscabe el núcleo esencial de las prerrogativas en conflicto ante un hecho determinado. El modelo empresarial de las salas de cine comprende la prestación del servicio de proyección cinematográfica, las exhibiciones en publicidades y una comercialización del alimento y bebida; conforme ello, estas empresas vedan ingresar algún comestible o bebidas que se adquieran al exterior de establecimientos. Aunque esta prohibición afecta la facultad del

consumidor para escoger de forma libre cada producto y servicio que desee utilizar en las funciones, aquella restricción no llega a afectar el núcleo primordial de sus derechos.

Tesis Titulada Expediente N° 148-2917/CC2, perteneciente a Montes, L. L. (2022). Sustentada en la Universidad Esan para optar el título profesional de Abogada, el estudio tuvo por finalidad examinar el cariz vejatorio de la cláusula impuesta por Cineplanet, consistente en prohibir el ingreso del consumidor a cada sala con alimento o bebida adquiridos extramuros, ya que en los contratos de consumo masivo casi no existe espacio para la negociación. Actualmente, el consumidor ejerce sus influencias en los mercados mediante cada decisión para comprar, pudiendo fortalecer o desplazar a los proveedores. Bajo tal contexto, las exclusividades en las ventas del alimento y bebida en cada cine responderían a las necesidades identificadas desde el empresariado y aceptada por los propios usuarios, quienes asumen voluntariamente esta condición a cambio de cubrir sus preferencias de consumo. Desde el enfoque del derecho civil, la cláusula general para contrataciones forma parte de las ofertas y no de los contratos, por lo que los consumidores mantienen las posibilidades de decidir si acepta o no la propuesta del proveedor. Esto evidencia que las libres elecciones se ejercen previamente a la formación definitiva de las relaciones en consumos. Consecuentemente, la restricción se integra a la oferta del servicio de exhibición cinematográfica y es aceptada de manera voluntaria por el consumidor. Del mismo modo, resulta incorrecto afirmar que la libertad de empresa —en su dimensión organizativa— en Cineplanet no se ve afectada cuando se alteran las reglas aplicadas dentro de servicios de confiterías. La primacía de las realidades evidencia que este negocio comprende la venta del alimento y bebida. También es impreciso sostener que la autoridad no incide, aunque sea de manera indirecta, en los precios de dichos productos, pues al evaluar la presunta abusividad de la cláusula cuestionada utiliza como referencia los precios disponibles fuera del cine. En el marco del régimen de constitución, el gobierno carece de facultad para intervenir en la fijación

de precios, por lo que se vuelve imprescindible examinar el contexto socioeconómico en el que opera la industria cinematográfica para interpretar adecuadamente la cláusula cuestionada; en efecto, en este sector las empresas aplican subsidios cruzados legítimos que les permiten obtener márgenes más altos para vender alimentos para ofrecer entradas a precios más reducidos, configurándose así una estructura empresarial que pretende beneficiar a los consumidores mediante la exclusividad de provisión de alimentos y bebidas. Las medidas correctivas dictadas no superan una fase para idoneidades y proporcionalidades de los test para ponderar, pues no asegura el ejercicio pleno de las libres elecciones, desconociendo la capacidad del consumidor para determinar cuáles bienes satisfacen mejor sus necesidades; este efecto limitado no compensa los costos generados por su aplicación. El análisis evidenció que dicha medida aumentó el costo transaccional para el consumidor, redujo sus accesibilidades a cada servicio en cines y confiterías, ocasionó pérdida económica a quienes vieron rechazadas sus preferencias de consumo e incrementó los gastos públicos debido a incrementar la denuncia administrativa. El cambio normativo no generó un escenario más eficiente que el anterior; por el contrario, incrementó el costo para transacciones tanto en Cineplanet como para cada usuario, afectando la eficiencia característica de los contratos estandarizados. Las posturas de Indecopi revela sus incapacidades que sostengan posiciones razonadas en pro de eficiencias y bienestar sociales, generando inseguridades y faltas de previsibilidades entre cada empresario, los cuales dejan de confiar que las autoridades tutelarán la libertad de empresa o, al menos, evitará situar a los consumidores en un escenario menos eficiente que aquel existente antes de la intervención estatal.

2.1.3. A NIVEL LOCAL

No existen estudios de investigación referentes al presente tema, sin embargo, se consigna el siguiente estudio:

Estudio denominado construcciones de marcas y lealtades de los

consumidores para el mall Real Plaza, ubicado en Huánuco, perteneciente a Escobar Huerto, K. M. (2017), Tesis presentada y sustentada en la Universidad de Huánuco, para optar el título profesional de licenciado en Marketing y Negocios Internacionales, cuyo objetivo fue establecer la relación que existe entre el branding y la fidelización del cliente en el centro comercial Real Plaza de la provincia de Huánuco, 2017, para lo cual uso la investigación aplicada de enfoque cuantitativo de diseño descriptivo, contando con 383 clientes mayores de 18 años seleccionados aleatoriamente dentro del referido centro comercial, a los que se les aplicó un cuestionario, arribóse a la conclusión de que el branding guarda una relación relevante con cada grado de lealtad de los clientes para el mall estudiado en Huánuco, donde la implementación de estrategias marcarias se refleja en una relación positiva y consistente entre las variables analizadas, generando una interacción emocional que robustece el vínculo consumidor–marca. El posicionamiento marcario, igualmente, se correlaciona de manera sustantiva con los grados de fidelización, sustentado en la percepción cualitativa que los clientes atribuyen a la marca: cuanto más elevado el servicio percibido, mayor la satisfacción y, por ende, la lealtad. De igual modo, la personalidad de la marca manifiesta una relación significativa con la fidelización, al conectar con los consumidores en un plano afectivo profundo, sustituyendo la visión del cliente como mero comprador por la de sujeto experiencial, transitando de la simple venta de productos a la oferta de vivencias, las honestidades son proyectadas como confianza y calidades son traducidas como preferencias. Asimismo, las imágenes en las marcas muestran un vínculo igualmente significativo con cada nivel para fidelizaciones al procurar discernir con precisión aquello que los clientes anhelan recibir, estrechar los vínculos, consolidar su inclinación por la marca y otorgar de manera constante un valor añadido al bien o servicio ofertado, con el objeto de asegurar la plena satisfacción del usuario.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE (CAUSA): NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

2.2.1.1. DEFINICIÓN DE EFICACIA

Chiavenato (2007), Define la eficacia como el grado de consecución de los resultados propuestos, esto es, la aptitud para satisfacer una necesidad social mediante la provisión de productos, ya se trate de bienes o de servicios por lo que, constituye una relación de costos y beneficios, siendo la razón entre el esfuerzo y el resultado (p. 132); dada nuestra investigación, la eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC- INDECOPI, mantiene ese tipo de relación de esfuerzo plasmado en una resolución administrativa del ente protector del consumidor aspirando al resultado, que es la permisión de que sea el consumidor quien elija el tipo de alimento y bebida que desea consumir dentro del establecimiento cinematográfico, ya sea el que compre en él o el que prepare y lo lleve a dicho establecimiento para disfrutar de un momento de entretenimiento por imágenes.

Así también, Robbins y Coulter (2005), concibe la eficacia como la ejecución de las acciones idóneas, esto es, aquellas labores mediante las cuales la organización alcanza sus propósitos; en consecuencia, la eficacia se vincula con los fines institucionales y con la realización efectiva de sus metas (p. 8).

2.2.1.2. NIVEL DE PRODUCCIÓN

Según Chiavenato (2007), no depende de las capacidades físicas o fisiológicas del trabajador, solo por la norma social y de cada expectativa del grupo; en el presente caso, el nivel de producción estará representado por las expectativas grupales, es decir, de aquellos que con la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, buscan ser beneficiados al permitirseles el

ingreso de alimentos y bebidas a locales de cine, los mismos que incluso pueden ser elaborados en su hogar y a un bajo costo, lo que debe ser respetado conforme a las normas sociales y al marco legal existente al respecto.

2.2.1.3. RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

Antecedentes

“El 7 de febrero de 2017, la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios presentó una denuncia contra Cineplex S.A., alegando una posible vulneración a la Ley 29571. Según la acusación, Cineplex ofrecía cada producto alimenticio a precios que podían superar 5 veces al valor real y exigía que los consumidores los adquirieran exclusivamente dentro del establecimiento para poder ingresarlos a las salas, lo que impedía a los usuarios elegir alternativas de igual o mejor calidad a un costo más bajo. Además, se señaló que la prohibición de ingresar alimentos externos no se encontraba debidamente sustentada en el aviso correspondiente. También se imputó a la empresa no brindar opciones alimentarias de forma saludable, ya sea fruta, fruto seco o sándwiches con palta, entre otras.

A través de la Resolución N.º 1 en 2017, las Secretarías Técnicas de Comisiones decidió dar inicio al trámite en la denuncia presentada el 7 de febrero de 2017 por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC) contra Cineplex S.A., por las presuntas vulneraciones a los artículos 47, inciso b; 48, inciso c; y 57 de la Ley 29571.

Mediante la Resolución N.º 850-2017/CC2, en 2017, las Comisiones declararon sin fundamento las denuncias presentadas por ASPEC hacia Cineplex S.A.

Posteriormente, ASPEC presentó un recurso en apelaciones frente a dicha resolución.

2.2.2. ACTO RESOLUTIVO

- **Primero:** Corroborar la Resolución 859-2017/CC2, emanada de la Comisión de Protección al Consumidor, dentro del apartado donde fue declarado desestimada una reclamación formulada por la ASPEC frente a Cineplex S.A., conforme las presuntas transgresiones del artículo 47.º literal b), 48.º literal c) y 57.º para proteger a los consumidores; habida cuenta donde los deberes de idoneidades, las tutelas mínimas de convenios de consumos, así como cada cláusula y práctica reputada abusiva, no comportan en modo alguno la intervención o reglamentación del precio dentro del mercado.

- **Segundo:** Proclamar las nulidades parciales en la Resolución 1 del 23 de mayo de 2017 y de la Resolución 850-2017/CC2, conforme el segmento donde fue imputado y resolvió, de forma respectiva, acerca de las conductas atribuidas a Cineplex S.A., consistente en vedar el ingreso a cada sala cinematográfica para los géneros en comestibles que no se hubiesen adquirido desde sus propios establecimientos comerciales, calificándola siendo infracciones al artículo 58.1 del Código; puesto aquel comportamiento fue hallada comprendida, más bien, siendo las supuestas infracciones del artículo 49.1 y 50. Consecuentemente, es ordenado los sobreseimientos del extremo de la denuncia.

- **Tercero:** Revocar la Resolución 850-2017/CC2 en el apartado que declaró infundada la denuncia promovida por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios – ASPEC contra Cineplex S.A., conforme infracciones hacia el código para protecciones de los consumidores; y, por ende, declarar fundada dicha imputación. Ello por cuanto ha quedado fehacientemente acreditado que las restricciones consistentes en las prohibiciones impuestas a cada consumidor para acceder a cada sala para proyectar con el alimento y bebida obtenida al exterior del comercio constituiría las cláusulas abusivas sobre ineficacias absolutas, que menoscaba y constriñe cada derecho del consumidor.

Lo determinado en la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI

resulta favorable al consumidor únicamente en lo atinente a la sexta cláusula resolutive, la cual habilita a cada usuario al ingreso de cada sala para exhibición cinematográfica con cada producto igual o en naturaleza análoga a aquellos expendidos por Cineplex S.A. desde cada local, de acuerdo al uso y hábitos consuetudinarios de los mercados, aun cuando tal prerrogativa mantiene ciertas limitaciones respecto del tipo de alimentos y bebidas permitidos.

Del mismo modo, Uribe Amorós, O. A. (2018, 13 de marzo), en su artículo *La Fuerza y el Poder de la Libertad de Elección, Indecopi, los cines y la relación en consumos*, efectúa un examen detenido de la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI, en cuya virtud la Sala Especializada para proteger a los consumidores de Indecopi resolvió que las restricciones impuestas por cada proveedor de los servicios para proyectar cinematográficas constituían a cláusulas abusivas.

A ello se suma que la resolución mencionada incorpora referencias a realidades foráneas esto es, de otros ordenamientos jurídicos para ponderar el contexto en que se produce la infracción; sin embargo, concluye que no existe una postura homogénea o uniforme en el ámbito internacional respecto de la licitud o ilicitud de la conducta denunciada. Resulta destacable dicha metodología de fundamentación administrativa, consistente en el uso de herramientas de comparación legislativa, pues ello evidencia que el Colegiado del Tribunal del Indecopi estimó indispensable contar con una evaluación íntegra y comprehensiva de los hechos, no solo en su propio entorno, sino también en contextos jurídicos externos, a fin de adoptar una decisión objetiva y debidamente razonada.

2.2.2.1. MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL

En el marco jurídico internacional no se dispone de un convenio específico sobre la materia; no obstante, existen las directrices promulgadas por las Naciones Unidas en el marco de la Conferencia sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2016), en las

cuales se han delineado principios orientadores para la observancia de prácticas mercantiles idóneas, tales como:

Trato justo y equitativo. La empresa ha de comportarse con rectitud y honradez frente a cada consumidor en cada fase para el vínculo jurídico y comercial que entablen con ellos, constituyendo dicho proceder un rasgo esencial de la cultura empresarial. Resulta imperativo que se abstengan de incurrir en prácticas susceptibles de lesionar a los consumidores, en especial a aquellos que se hallen en condición de vulnerabilidad o desventajas.

Conducta comercial. La empresa no deberá someterse al consumidor hacia una actuación ilícita, antiéticas, discriminatorias o engañosas, tales como tácticas mercantiles de carácter abusivo, mecanismos de cobranza desproporcionados u otras formas de conducta impropia que puedan entrañar riesgos superfluos o ocasionar perjuicio al consumidor. Tanto cada propia empresa como cada agente autorizado debe considerar, de manera diligente, el interés del consumidor y las responsabilidades que les incumbe para salvaguardar la finalidad inherente a proteger al consumidor.

Divulgación y transparencia. La empresa deberá proporcionar informaciones íntegras, veraz y no equívoca respecto de cada bien y servicio ofrecido, así como sobre los términos, condiciones, gravámenes aplicables y el costo final, a fin de permitir que los consumidores adopten decisiones razonadas y debidamente fundadas. Asimismo, deben garantizar el fácil acceso a dichas informaciones, en especial al término y condición esencial sin perjuicio de medios tecnológicos a través del cual sea puesta a disposición del usuario.

Educación y sensibilización. Las empresas deben diseñar, cuando corresponda, programas y dispositivos orientados a auxiliar a los consumidores en la adquisición de los saberes y aptitudes

indispensables para discernir los riesgos incluidos los de naturaleza financiera, adoptar decisiones debidamente fundamentadas y acceder a servicios de asesoramiento y asistencia competentes y profesionales, preferentemente brindados por terceros independientes, cuando así sea menester.

Protección de la privacidad. La empresa debe disponer del consumidor procedimiento para reclamaciones que permita la resolución de una controversia de forma célere, equitativa, diáfana, de bajo costo, accesible y eficaz, sin imponer cargas o erogaciones innecesarias. Asimismo, deberán contemplar las posibilidades para adoptarse los estándares de la nación e internacional referentes a sistemas interiores para reclamaciones, método alternativo para solucionar cada disputa y código relativo a las satisfacciones del cliente.

2.2.2.2. MARCO JURÍDICO NACIONAL

En el ámbito de nuestra normativa interna, señala Uribe (s/f) que dicha decisión constituye un hito trascendental y un avance cardinal para gestar las auténticas culturas de consumidores, así como el jalón historiado imprescindible de la evolución en cada relación del consumo del ciudadano peruano.

Tal examen faculta al consumidor a legitimar su intervención en la calificación de cada cláusula abusiva o vejatoria dentro de contratos para adhesiones, al sostener que bajo tales supuestos el consumidor únicamente posee las libertades para contratar, con lo cual, las aptitudes para escoger a los proveedores para entablar la relación jurídica, pero no disfrutan de libertad contractual propiamente dicha; esto es, de las potestades lícitas para determinar los contenidos de contratos, facultad que queda reservadas de modo exclusivo a los proveedores, sin que exista proceso de negociación alguno (...). Dicho de otro modo, el consumidor puede elegir con quién contrata identificando así a la

contraparte, pero no la manera en que ha de contratar ni las condiciones bajo las cuales se llevará a cabo la contratación, lo que objetivamente podría aparejar un desequilibrio en la relación jurídica.

Conforme lo señalado, el Tribunal concluye que las restricciones relativas a ingresar el alimento constituye una prohibición no contenida para un contrato escrito, sino en uno de naturaleza verbal y que, por tal motivo, configura las condiciones o cláusulas contractuales verbales, aplicadas al vínculo de consumos trabadas de cada parte. Asimismo, califica los contratos celebrados de consumidores y proveedores como un contrato de adhesión.

Al continuar su desarrollo argumental, sostiene que el ordenamiento jurídico reconoce al consumidor el derecho a elegir libremente entre los productos y servicios idóneos y de calidad que se ofertan en el mercado, partiendo del supuesto de que es el propio consumidor quien conoce (o debería conocer) cuáles bienes o servicios se adecuan mejor a sus intereses y necesidades, desempeñando para ello un rol activo. Como correlato de esta actividad electiva, surge el deber del proveedor de abstenerse de ejecutar prácticas que lesionen o menoscaben las libertades para elegir al consumidor.

Es indudable que esta última disposición constituye una directriz sumamente genérica, destinada sin margen de duda a generar más de un conflicto en las semanas venideras, en caso de que el consumidor no interiorice dicho lineamiento abstracto ni oriente su conducta conforme a un mínimo criterio de convivencia comunitaria, racionalidad, prudencia y, sobre todo, profundo respeto hacia los demás usuarios con quienes comparte el espacio. Queda aún pendiente, para un análisis ulterior, determinar la reacción de los proveedores frente a esta decisión; quienes, eventualmente, podrían optar por continuar la controversia en la vía contencioso-administrativa, recurriendo a medidas cautelares de

retardo en la ejecución de lo resuelto, estrategias que, por lo común, resultan dilatorias, onerosas y de escasa eficacia para el mercado. También podrían inclinarse por incrementar el precio de la entrada con el propósito de restablecer el equilibrio de su estructura de costos, aun cuando ello pudiera traducirse en una disminución de la demanda de su servicio; o incluso adoptar la reducción de su personal, medida casi siempre irreflexiva y meramente efectista, empleada por ciertos proveedores carentes de creatividad; o, en un escenario aún menos verosímil, podrían aplicar una restricción absoluta y generalizada, que terminaría exacerbando el conflicto entre proveedor y consumidor.

Bajo cualquier supuesto o consideración, la decisión constituye un avance cardinal y un hito trascendental para consolidar las auténticas culturas de consumidores y pasos históricos imprescindibles para la evolución de cada relación en consumos para cada peruano.

2.2.3. DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (EFECTO) MECANISMO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO

El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2021), desarrolla el eje de actuación del Estado en materia de tutela del consumidor en el país. En dicho precepto se enuncian, a modo de Políticas Públicas, las funciones estatales orientadas a preservar la salud y la seguridad de los consumidores; asegurar su derecho a recibir información veraz y suficiente, fomentando las cooperaciones de cada sector públicos y privados; y encaminar acciones destinadas a salvaguardar los intereses de los consumidores frente a prácticas que vulneren sus legítimas expectativas o distorsionen el normal desenvolvimiento del mercado, teniendo demás finalidades afines.

Conforme lo mencionado, el Código reconoció que Indecopi, desde las calidades para Autoridades Nacionales para Proteger a los Consumidores, ostenta la responsabilidad de tutelar y resguardar los

derechos de los consumidores en todo el territorio peruano.

Esta función y actividad es ejecutada dentro del marco en Políticas Nacionales para Proteger y Defender a los Consumidores, instrumento cardinal de las políticas públicas, mediante las visiones de largo aliento busca coadyuvar al nivel más elevado y eficaces de tutelas del derecho para cada consumidor, junto a criterios de equidades y especial énfasis dentro del sector más vulnerable. Por lo cual, se exige la consolidación e integración progresiva del Sistema a fin de fortalecer de manera continua la estructura institucional destinada a la defensa del consumidor.

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se edifica sobre los principios de eficiencia y eficacia, transparencias, inclusión y enfoque intercultural, protección, defensa e igualdad y no discriminación.

Además, la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se articula conforme 4 ejes rectores, los cuales orientan las actividades del Sistema y permiten evaluar sus progresos mediante los objetivos específicos que se detallan a continuación:

Eje de Política 1: Educaciones, orientaciones y difusiones.

Eje de Política 2: Salvaguarda de la salud y la seguridad de los consumidores.

Eje de Política 3: Mecanismos de prevención y resolución de controversias entre proveedores y consumidores.

Eje de Política 4: Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor. (pp. 9-10).

2.2.3.1. ELECCIÓN DE CONSUMO

El Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2021), al abordar el derecho de elección de consumo, precisa que el

consumidor posee la facultad de optar por el producto o servicio que mejor se adecúe a sus necesidades, libre de toda forma de presión externa o condicionamiento, y basando su decisión en la información proporcionada por el proveedor. Asimismo, se establece que cada bien y servicio ofrecido debe resultar idóneo, apropiado y con calidad, para satisfacer las legítimas expectativas del usuario (p. 15).

2.2.3.2. LIBERTAD DE CONSUMO

Para Olivieri (2016), la libertad de consumo es un derecho del consumidor, y el más importante de todos, que pocas veces se le da el peso que merece. Ahora bien, la libertad de consumo también se puede traducir como el derecho a tener opciones y de escoger libremente; por lo que, el Estado debe empoderar al ciudadano-consumidor con información para que tome sus propias decisiones, sin embargo, en nuestro país, vemos a un Estado paternalista que centraliza el poder a través de regulaciones y requisitos asumiendo una postura de superioridad, para hacer las cosas supuestamente mejor que los consumidores o ciudadanos, asumiendo que no somos capaces de tomar buenas decisiones.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

1. **Nivel de eficacia.** Conforme a la Real Academia Española (en adelante, RAE), la eficacia se concibe como la aptitud para producir el efecto apetecido o previsto, esto es, la capacidad real de alcanzar el resultado que se pretende obtener.
2. **Consumidor.** Se entiende por consumidor a toda persona natural que actúa al margen de cualquier actividad de índole comercial, empresarial, artesanal o profesional; en tal virtud, es aquel sujeto que adquiere bienes o utiliza servicios sin vinculación con una finalidad económica propia de su oficio o negocio.

3. **Libre elección.** La libre elección implica la posibilidad y autonomía del individuo para ejecutar una acción escogida entre al menos dos alternativas disponibles, sin injerencias, restricciones ni condicionamientos impuestos por terceros.
4. **Elección de consumo.** Es cuando a los consumidores se les muestra una serie de opciones y ellos eligen según sus preferencias para satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible.
5. **Protección al consumidor.** Constituye el corpus normativo destinado a ordenar y tutelar las vinculaciones de consumo que emergen a lo largo de la trama de comercialización de bienes y servicios entre productores, suministradores y expondentes.

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

La Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

HE1.- La Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es idónea porque cumple su finalidad como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

HE2.- La Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor al permitir el ingreso de alimentos y bebidas adquiridas fuera del local, como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

2.5. VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE (X) CAUSA

Nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI.

Dimensiones

- Respeto a las leyes de protección al consumidor.
- Garantía de libertad de consumo.

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE (Y) EFECTO

Mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco.

Dimensiones

- Elección de consumo.
- Libertad de consumo.

2.6. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensión	Indicador	Escala de Medición
<i>VARIABLE INDEPENDIENTE</i>			
Nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC- INDECOPI	Respeto a las leyes de protección al consumidor	<ul style="list-style-type: none">- Idoneidades de los servicios.- Protección de contratos de consumir.	Nominal
	Garantía de Libertad de consumo	<ul style="list-style-type: none">- Prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas.- Ingreso de alimentos y bebidas al cine traídos por el consumidor.	Nominal
<i>VARIABLE DEPENDIENTE</i>			
Mecanismo de libreelección del consumidor	Elección de consumo	<ul style="list-style-type: none">- El consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico.- Frecuencia con la que el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento cinematográfico.	Nominal
	Libertad de consumo	<ul style="list-style-type: none">- Se respeta el tipo de comida y bebida que desea consumir el cliente dentro del establecimiento cinematográfico.- Acceso de comidas y bebidas al establecimiento cinematográfico es libre de restricciones.	Nominal

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio resulta aplicado, caracterizada por una indagación orientada a la plasmación y aprovechamiento de los saberes previamente asimilados, al tiempo que se incorporan nuevos conocimientos con el propósito de generar soluciones y sistematizar la praxis sustentada en la indagación científica (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2014).

3.1.1. ENFOQUE

Es de enfoque cuantitativo, porque se examinan los datos obtenidos de las variables y la población estudiada; y realiza un análisis estadístico con cada resultado obtenido, orientados a comprobar cada hipótesis planteada (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2014).

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Es de nivel descriptivo-explicativo, en tanto sondea la vinculación causal, pues no se limita a delinear o aproximarse al fenómeno objeto de estudio, sino que pretende develar las causas que lo originan (Sánchez Carlessi, Reyes Romero & Mejía Sáenz, 2018). En el caso presente, ello implica dilucidar el grado de eficacia de la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI como dispositivo habilitante de la libre elección del consumidor en el establecimiento Cineplanet Huánuco.

3.1.3. DISEÑO

El estudio resulta descriptivo, porque corresponde a la relación causa-efecto. El esquema es:



Dónde: M = Muestra
O = Observaciones

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

En este estudio, se constituyó con personas (clientes, Funcionarios de INDECOPI y expertos).

3.2.2. MUESTRA

La muestra de estudio se determinó de modo no probabilístico, y se definió por conveniencia de la investigadora. En consecuencia, estuvo conformada por 50 clientes asistentes a Cineplanet Huánuco, 2023 y 05 expertos en derechos de protección al consumidor, haciendo un total de 55 unidades de análisis.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. TÉCNICAS

- Encuesta.

3.3.2. INSTRUMENTO

- Cuestionario.

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Los datos obtenidos serán tabulados y procesados con el uso de la estadística, los datos se presentan en tablas y figuras, seguidas del análisis o interpretación de los resultados; y a efectos de medir la relación existente entre las variables se usó el coeficiente de correlación de Pearson.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Luego de recopilada la información, se analizaron los cuestionarios aplicados a la unidad muestral, presentando a continuación los resultados obtenidos:

ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES

➤ **VARIABLE INDEPENDIENTE: NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI**

Dimensión: Respeto a las leyes de protección al consumidor

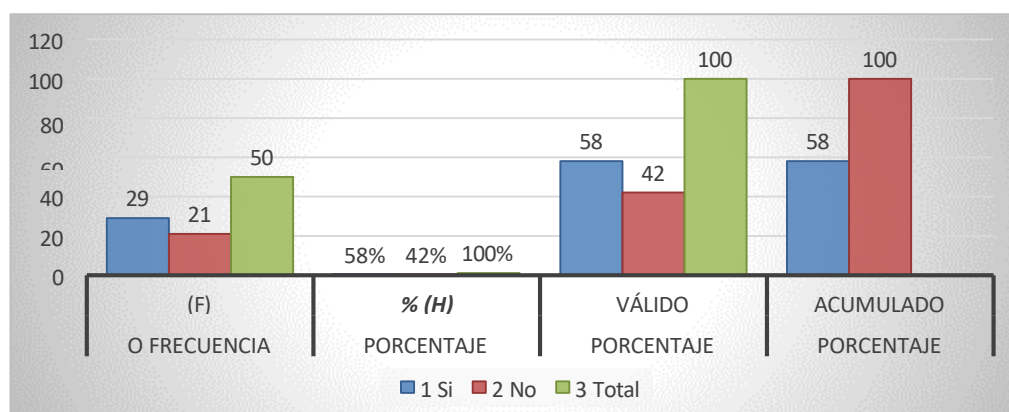
Tabla 1

¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?

<i>Escala numérica</i>	<i>Nivel</i>	<i>(f)</i>	<i>% (H)</i>	<i>% Valido</i>	<i>% Acumulado</i>
1	Si	29	58%	58.0	58.0
2	No	21	42%	42.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 1

Idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco



Interpretación: Del total de clientes encuestados, el 58% considera que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco, mientras que el 42% considera que no.

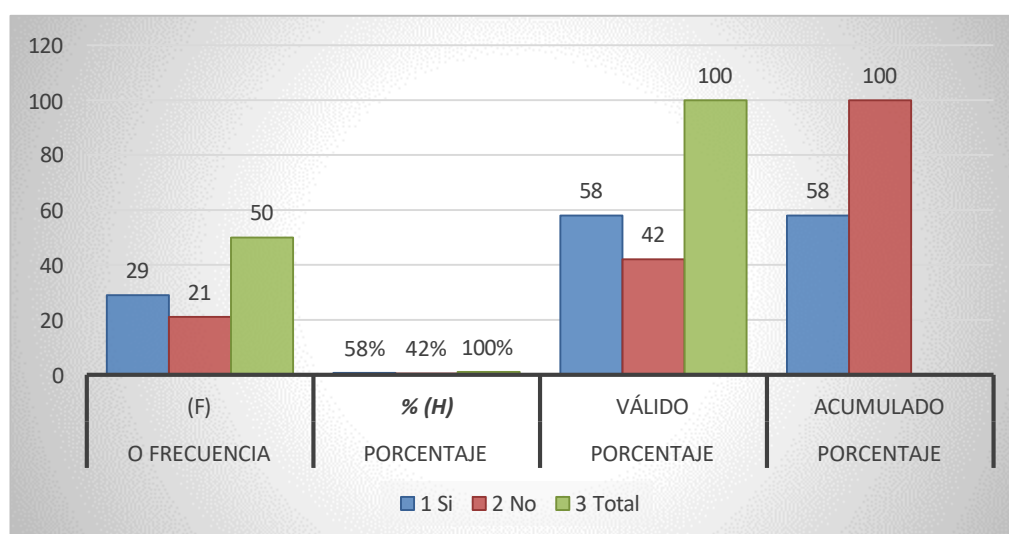
Tabla 2

¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	29	58%	58.0	58.0
2	No	21	42%	42.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 2

Protección del contrato de consumo en Cineplanet Huánuco



Interpretación: Del total de clientes encuestados, el 58% considera que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco, mientras que el 42% considera que no.

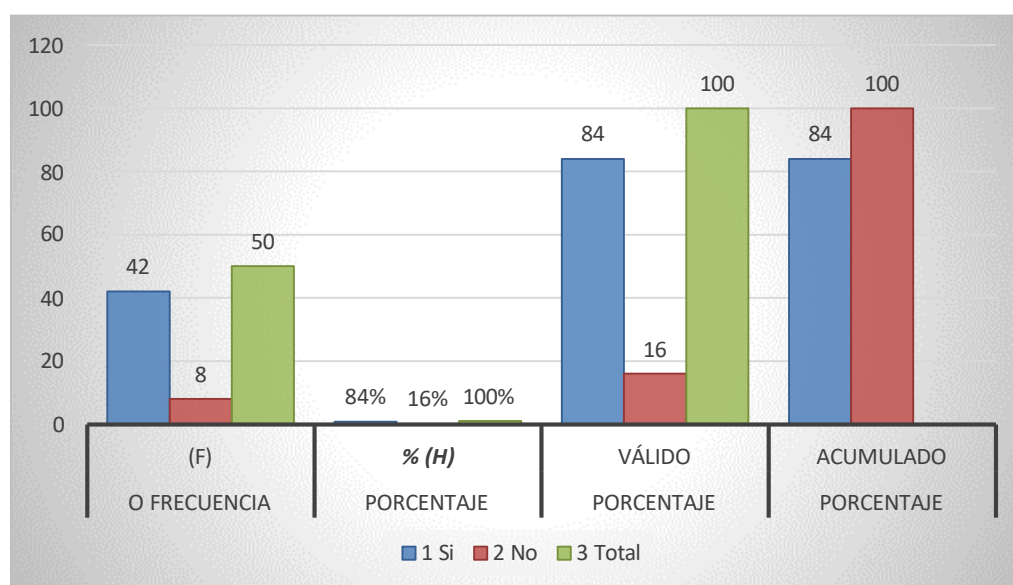
Tabla 3

¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	42	84%	84.0	84.0
2	No	8	16%	16.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 3

Satisfacción con el servicio que brinda Cineplanet Huánuco



Interpretación: Del total de clientes encuestados, el 84% manifiesta que logra sentirse satisfecho junto a los servicios que brindan Cineplanet Huánuco y solo el 16% considera que no.

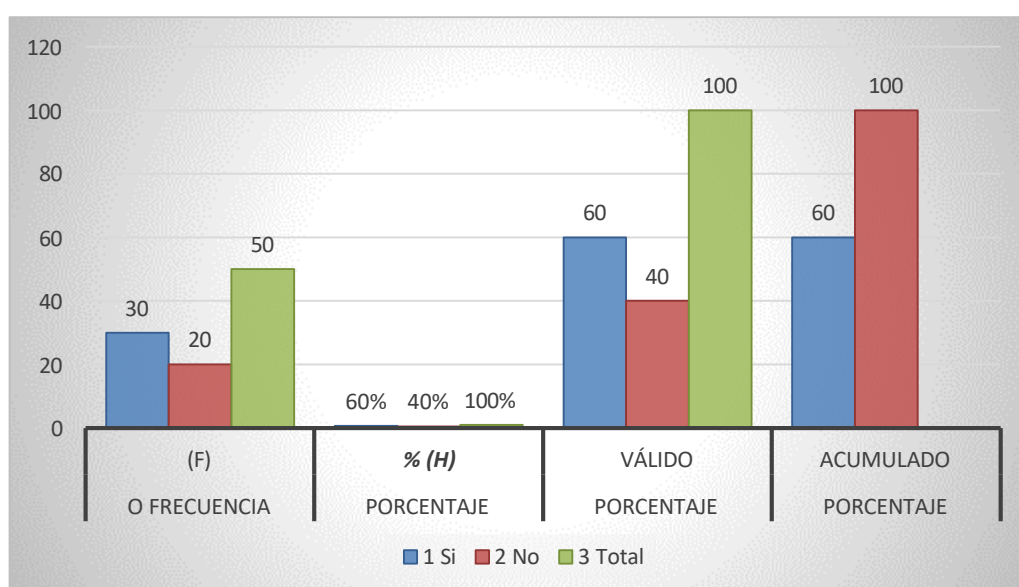
Tabla 4

¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC- INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	30	60%	60.0	60.0
2	No	20	40%	40.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 4

Respeto a las leyes de protección al consumidor en Cineplanet Huánuco a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI



Interpretación: Del total de clientes encuestados, el 60% considera que a raíz por emitir esta Resolución, en Cineplanet Huánuco, se respeta las leyes de protección al consumidor, mientras que el 40% considera que no.

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

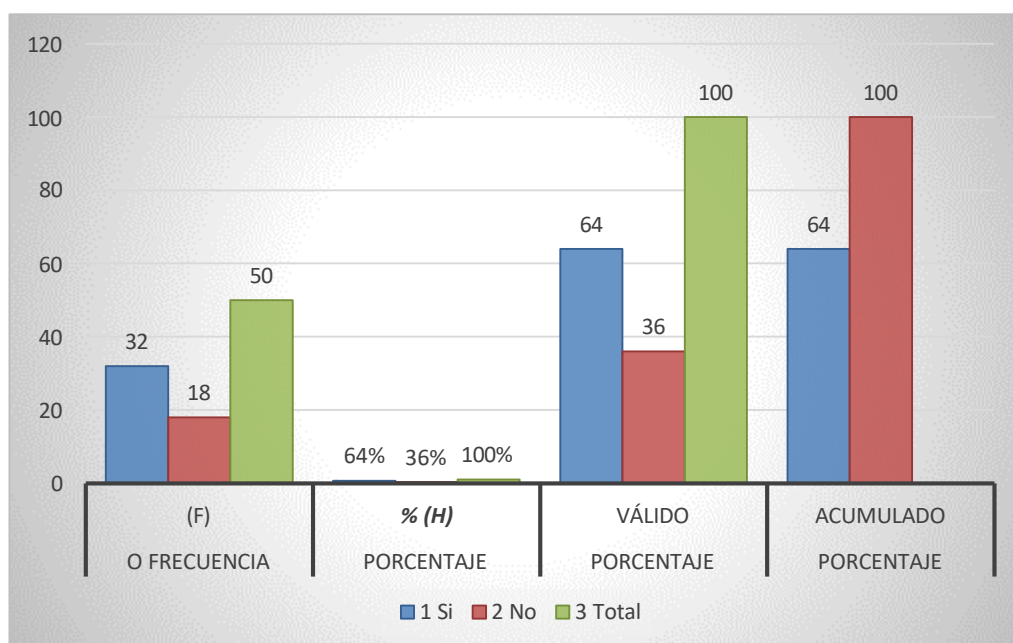
Tabla 5

¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	32	64%	64.0	64.0
2	No	18	36%	36.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 5

Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas



Interpretación: Del total de clientes encuestados, el 64% considera que en Cineplanet Huánuco se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas, mientras que el 36% considera que no.

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

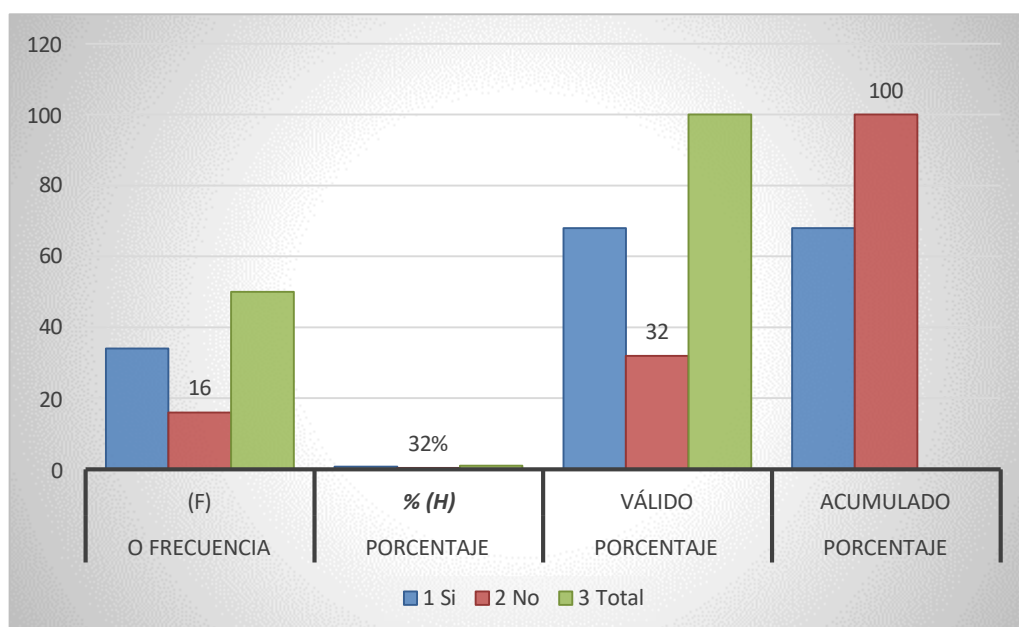
Tabla 6

¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	34	68%	68.0	68.0
2	No	16	32%	32.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 6

Porcentaje de encuestados que cree que logra permitirse ingresar el alimento y bebida traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco



Interpretación: Del total de clientes encuestados, el 68% indica que logra permitirse ingresar el alimento y bebida traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco y solo el 32% indica que no.

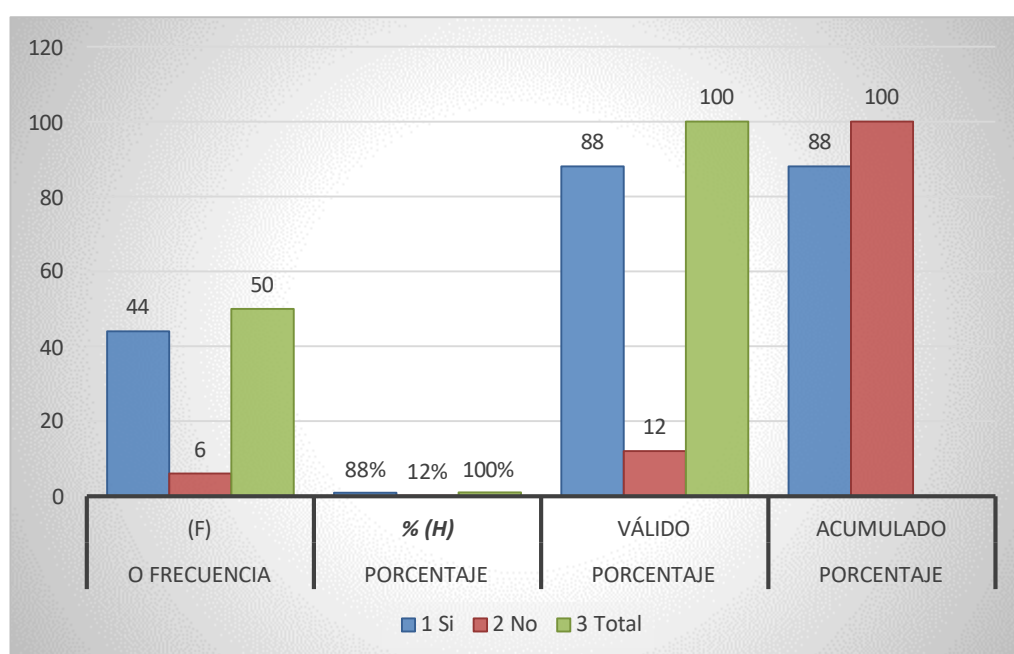
Tabla 7

¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permitiría ingresar el alimento hacia sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOP?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	44	88%	88.0	88.0
2	No	6	12%	12.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 7

Porcentaje de encuestados que consideran que Cineplanet Huánuco permitiría ingresar el alimento a sus locales



Interpretación: Del total de encuestados, el 88% consideran que en Cineplanet Huánuco permitiría ingresar el alimento hacia sus locales, mientras que el 12% considera que no.

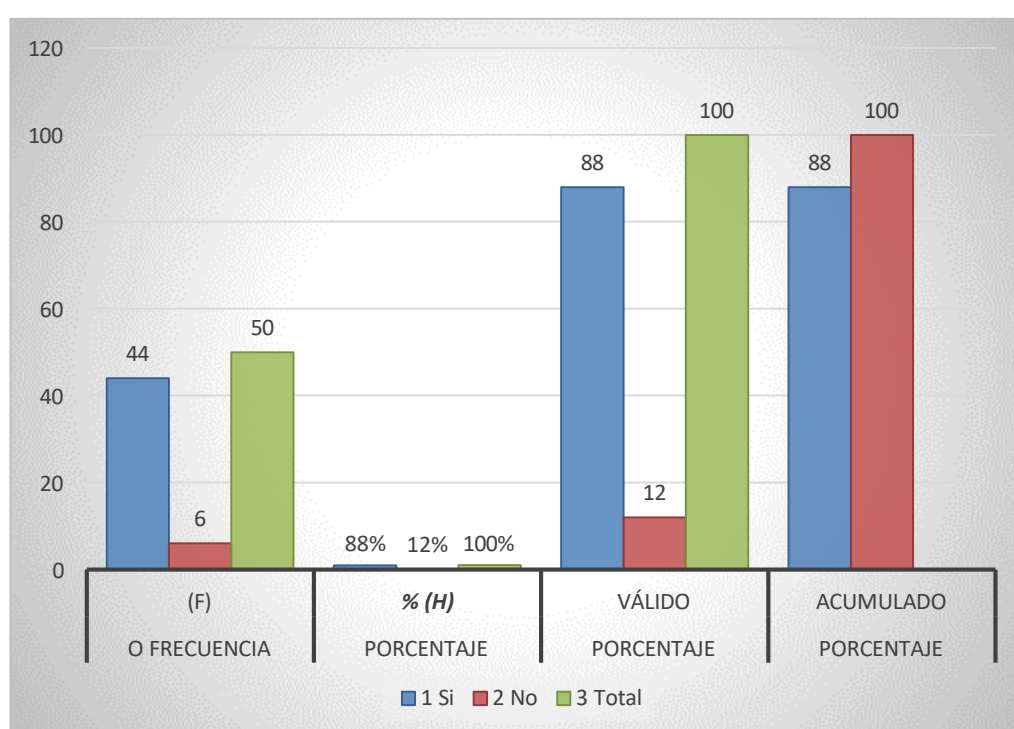
Tabla 8

¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	44	88%	88.0	88.0
2	No	6	12%	12.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 8

Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo



Interpretación: Del total de encuestados, el 88% consideran que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo, mientras que el 12% considera que no.

➤ **VARIABLE DEPENDIENTE: MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO (CLIENTES ENCUESTADOS)**

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

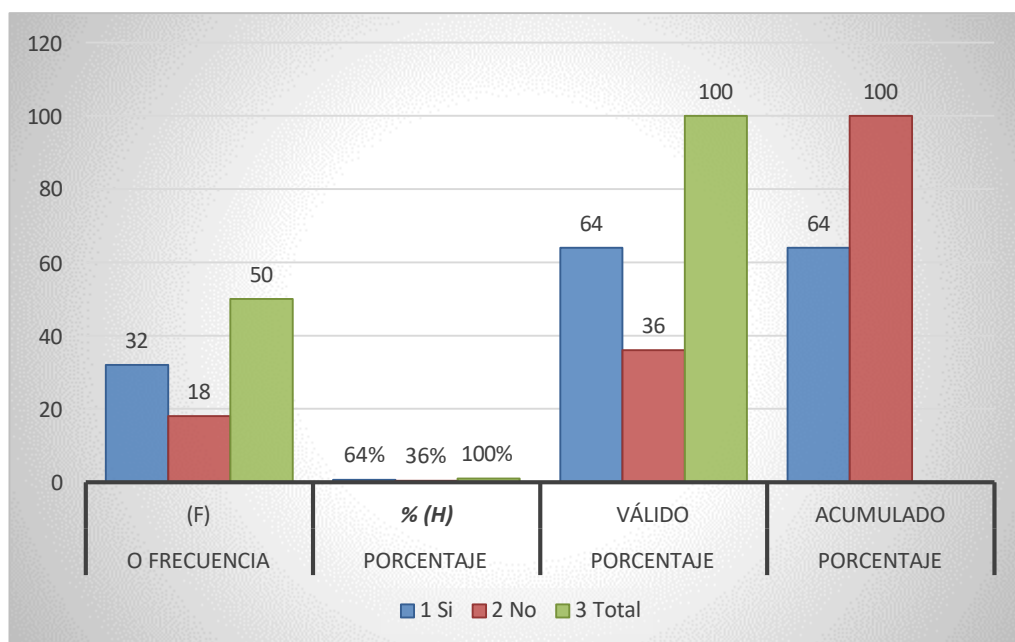
Tabla 9

¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	32	64%	64.0	64.0
2	No	18	36%	36.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 9

Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa



Interpretación: Del total de encuestados, el 64% consideran que en Cineplanet Huánuco se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa, mientras que el 36% considera que no.

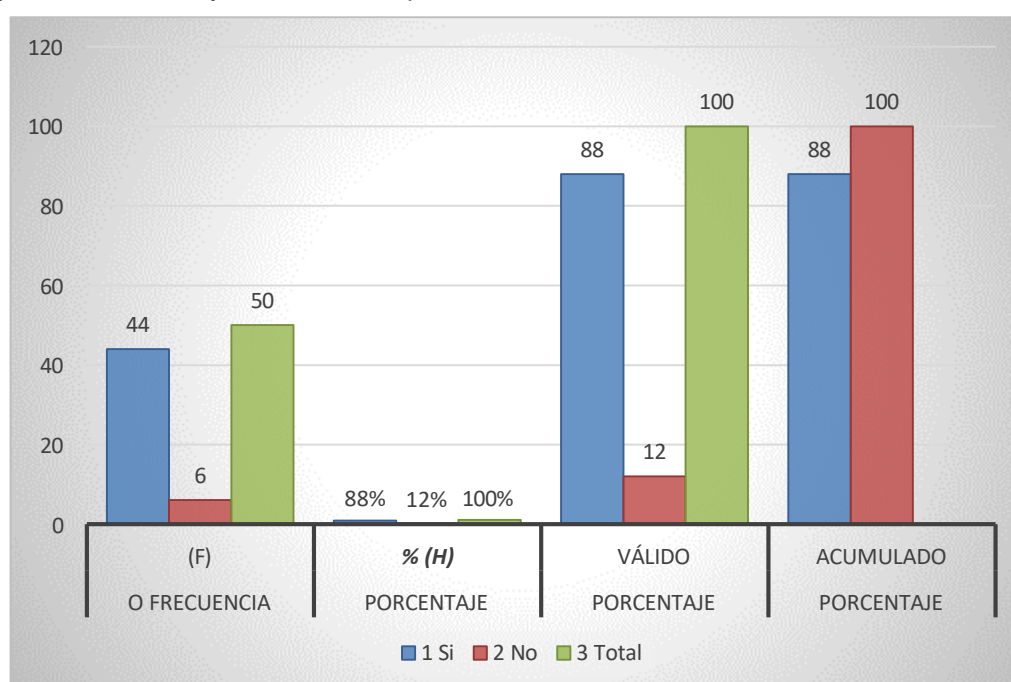
Tabla 10

¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, hay permisión para ingresar el alimento y bebida traídos por consumidores?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	44	88%	88.0	88.0
2	No	6	12%	12.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 10

Porcentaje de encuestados que consideran que en Cineplanet Huánuco hay permisión para ingresar el alimento y bebida traídos por consumidores



Interpretación: Del total de encuestados, el 88% consideran que en Cineplanet Huánuco hay permisión para ingresar el alimento y bebida traídos por consumidores, mientras que el 12% considera que no.

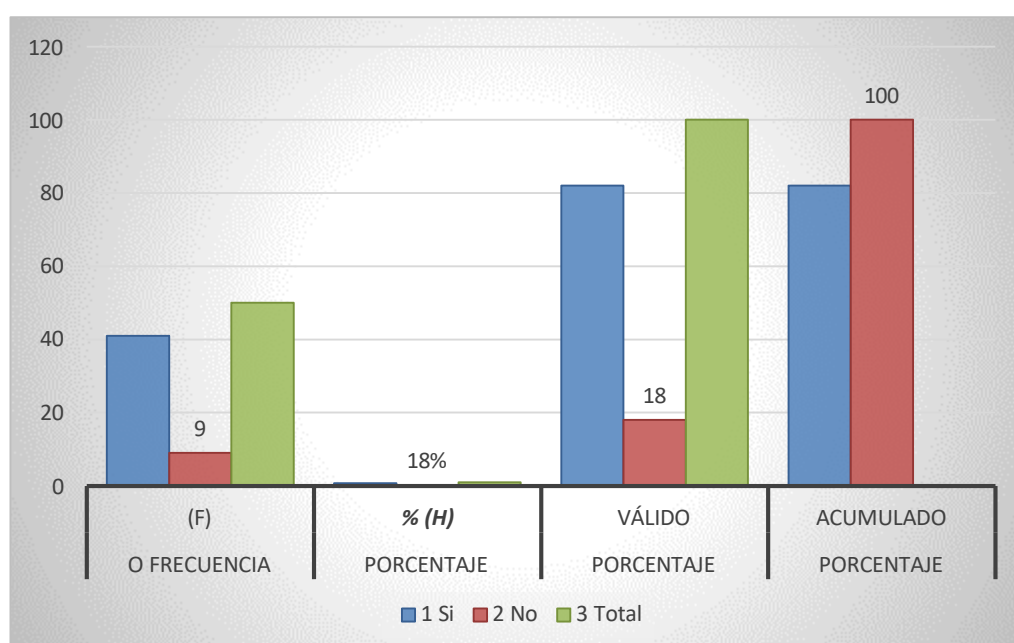
Tabla 11

¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	41	82%	82.0	82.0
2	No	9	18%	18.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 11

Porcentaje de encuestados que considera que en Cineplanet Huánuco hay un mecanismo de libre elección del consumidor



Interpretación: Del total de encuestados, el 82% considera que en Cineplanet Huánuco hay un mecanismo de libre elección del consumidor, frente al 18% que considera que no.

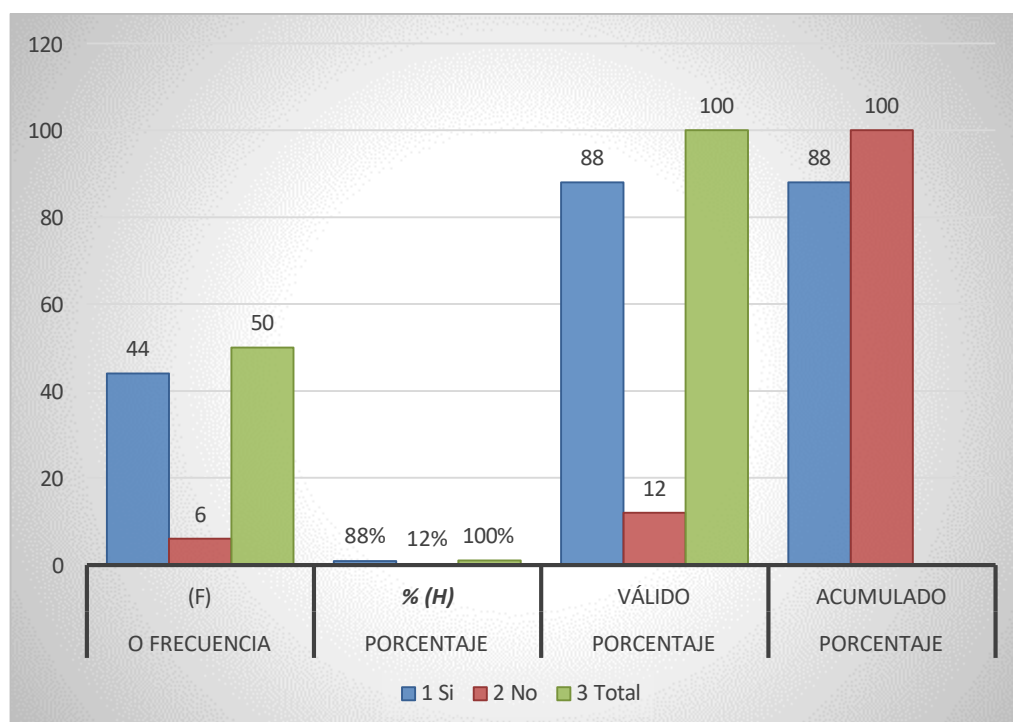
Tabla 12

¿Cree usted que en Cineplanet Huánuco, existe la garantía de libre consumo?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	44	88%	88.0	88.0
2	No	6	12%	12.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 12

Garantía de libre consumo en Cineplanet Huánuco



Interpretación: Del total de encuestados, el 88% considera que existe la garantía de libertad de consumo y solo el 12% considera que no.

Dimensión: Elección de consumo

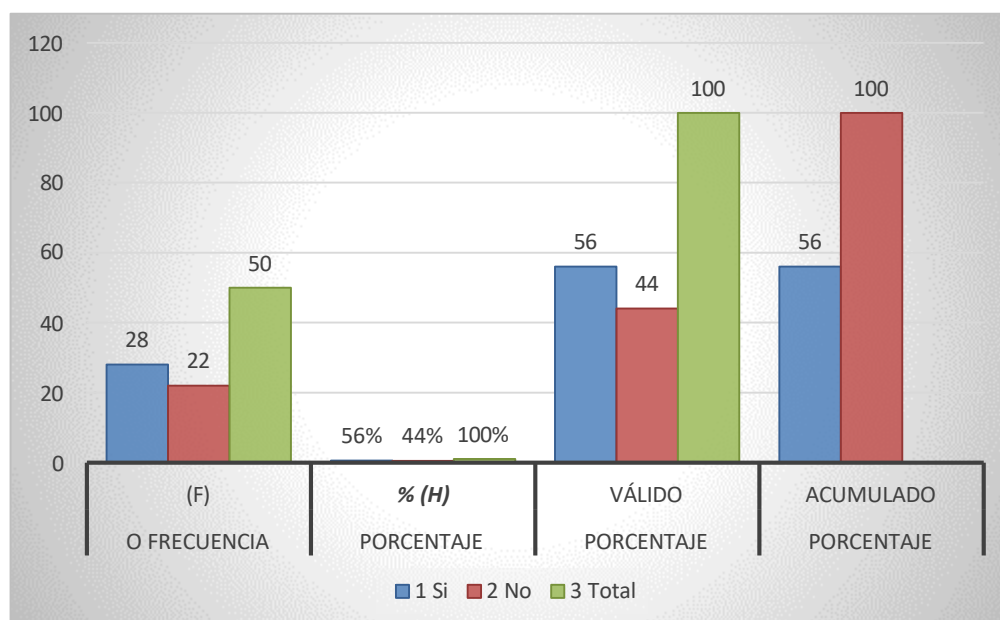
Tabla 13

¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?

<i>Escala numérica</i>	<i>Nivel</i>	<i>(f)</i>	<i>% (H)</i>	<i>% Valido</i>	<i>% Acumulado</i>
1	Si	28	56%	56.0	56.0
2	No	22	44%	44.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 13

Porcentaje de encuestados que considera que en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico



Interpretación: Del total de encuestados el 56% considera que en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico y solo el 44% considera que no.

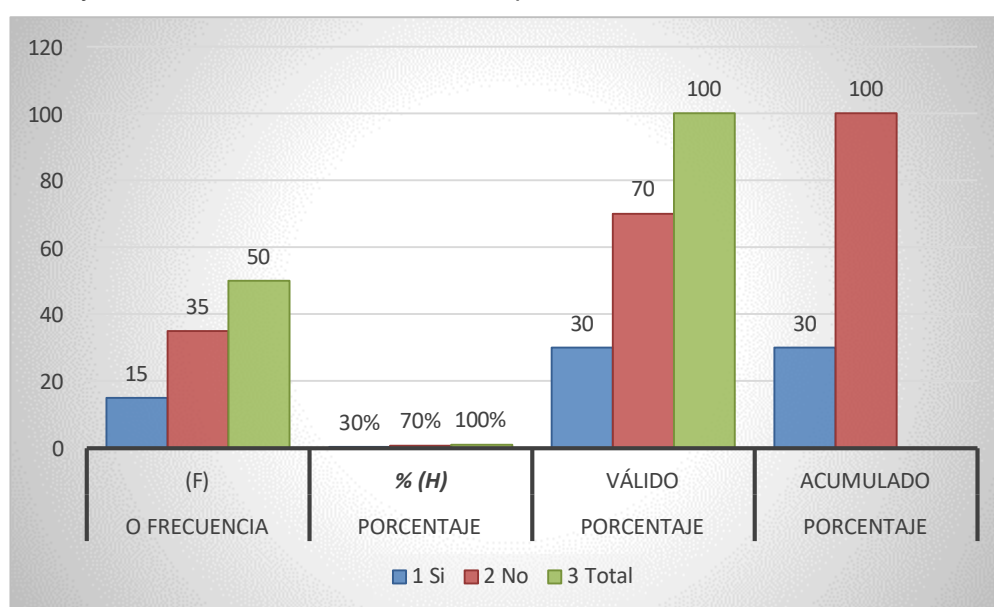
Tabla 14

¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	15	30%	30.0	30.0
2	No	35	70%	70.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 14

Porcentaje de encuestados que creen que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco



Interpretación: Del total de encuestados el 30% cree que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco y el 70% cree que no.

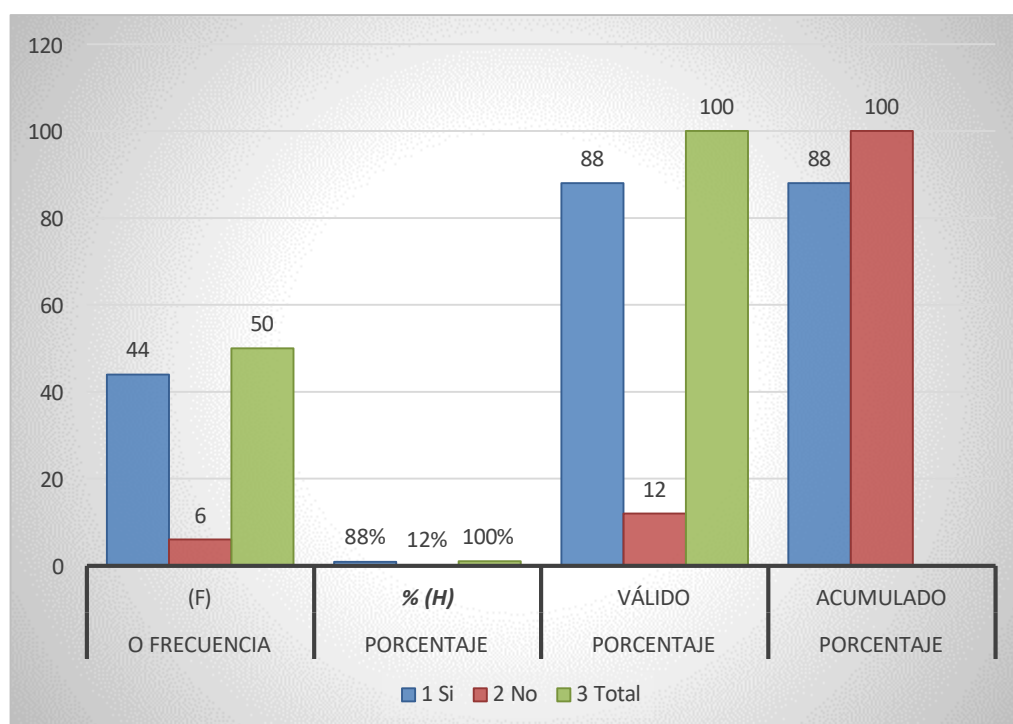
Tabla 15

¿Considera usted que Cineplanet Huánuco, garantiza a sus clientes la libre elección de consumo?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	44	88%	88.0	88.0
2	No	6	12%	12.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 15

En Cineplanet Huánuco se garantiza a sus clientes la libre elección de consumo



Interpretación: Del total de encuestados el 88% considera que en Cineplanet Huánuco, se garantiza a sus clientes la libre elección de consumo y sólo el 12% considera que no.

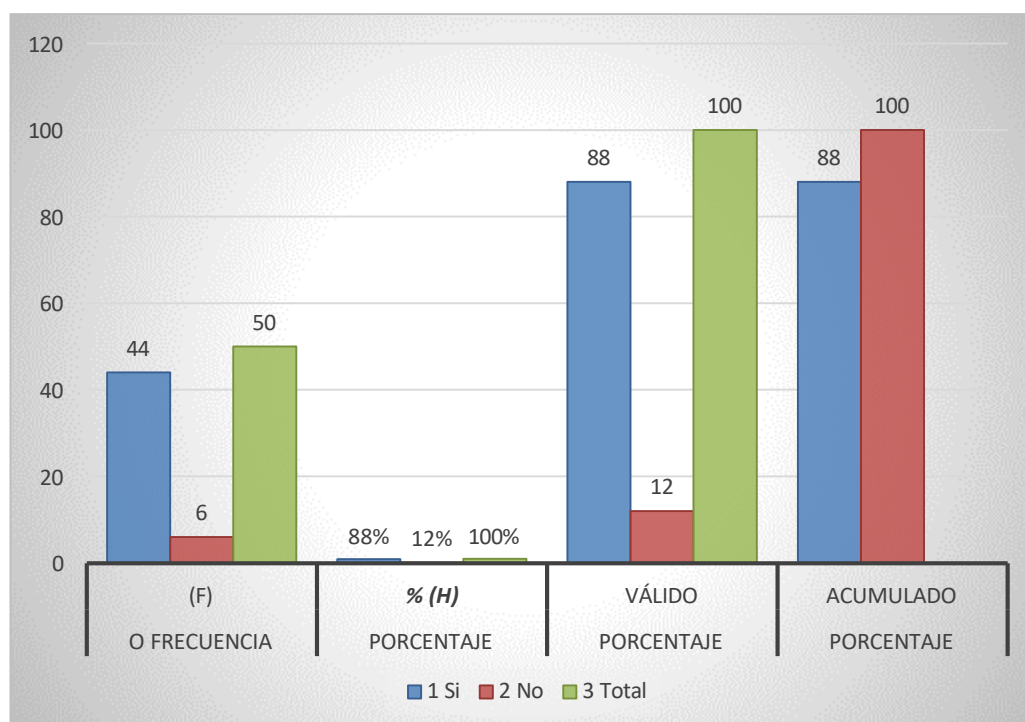
Tabla 16

¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Si	44	88%	88.0	88.0
2	No	6	12%	12.0	100.0
3	Total	50	100%	100.0	

Figura 16

En Cineplanet Huánuco se cumple con el proceso de decisión de compra



Interpretación: Del total de encuestados el 88% considera que en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra y sólo el 12% considera que no.

ENCUESTA APLICADA A LOS EXPERTOS EN DERECHOS DEL CONSUMIDOR

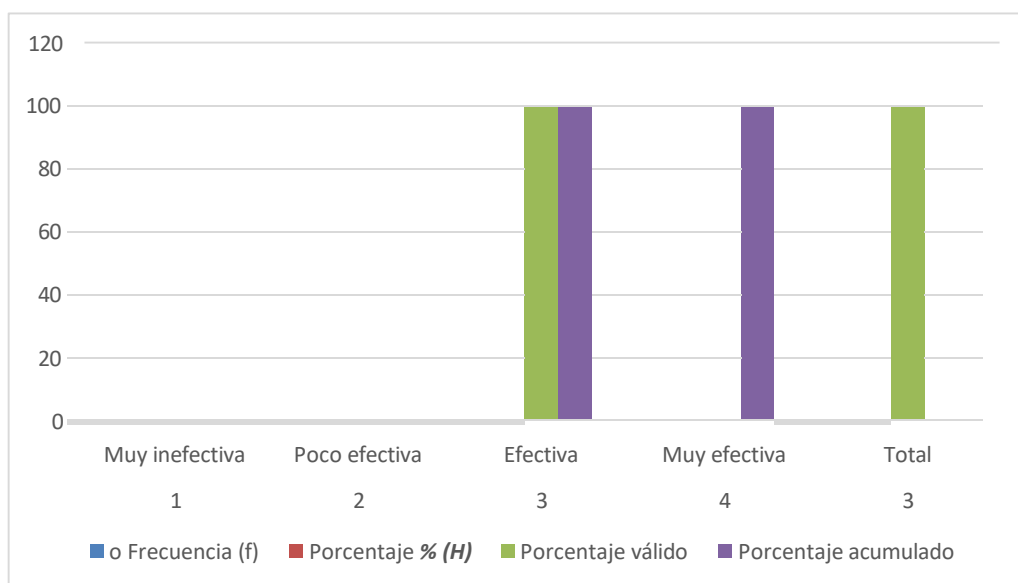
Tabla 17

¿Considera que la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Muy inefectiva	0	0%	0.0	0.0
2	Poco efectiva	0	0%	0.0	0.0
3	Efectiva	5	100%	100.0	100.0
4	Muy efectiva	0	0%	0.0	100.0
3	<i>Total</i>	5	100%	100.0	

Figura 17

Expertos encuestados que consideran que la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar los derechos para libres elecciones de consumidores para salas en cine como Cineplanet en Huánuco



Interpretación: El 100% de expertos consideran que la Resolución N° 219-2018/SPC- INDECOPI es efectiva para garantizar los derechos para libres elecciones de consumidores en salas del cine como Cineplanet en Huánuco.

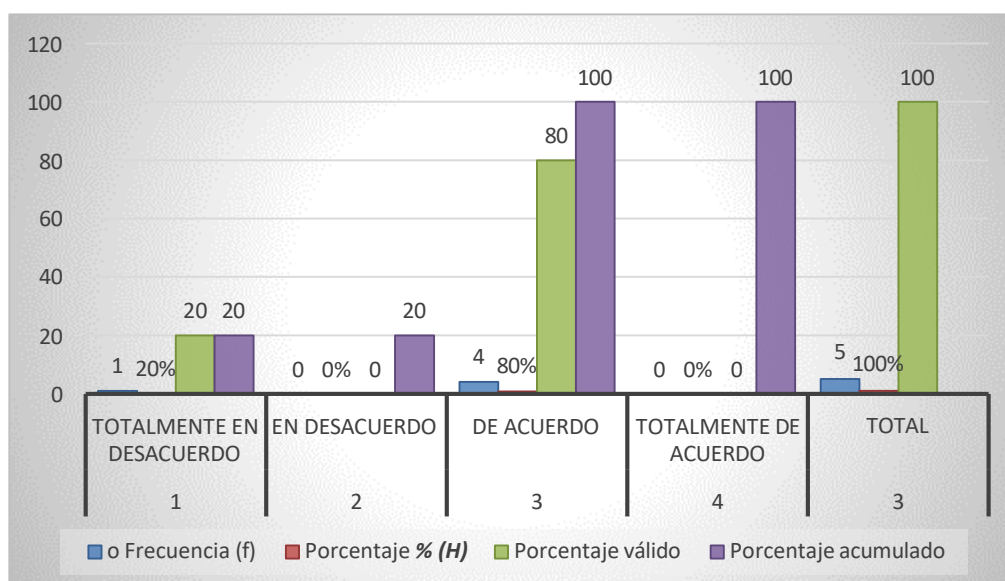
Tabla 18

¿Existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a la prohibición de ingresar cada alimento externo?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Totalmente en desacuerdo	1	20%	20.0	20.0
2	En desacuerdo	0	0%	0.0	20.0
3	De acuerdo	4	80%	80.0	100.0
4	Totalmente de acuerdo	0	0%	0.0	100.0
3	Total	5	100%	100.0	

Figura 18

Expertos encuestados que consideran que existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a prohibir los ingresos del alimento externo



Interpretación: El 20% de expertos consideran estar en total desacuerdo que existan discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución N° 219- 2018/SPC-INDECOPI y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a prohibir los ingresos del alimento externo, mientras que el 80% consideran estar de acuerdo al respecto.

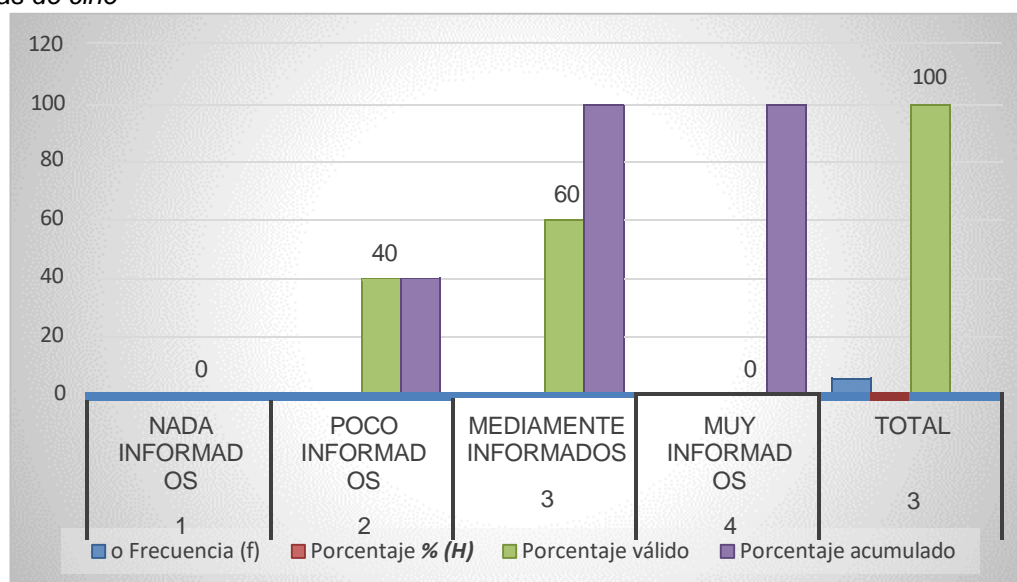
Tabla 19

¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Nada informados	0	0%	0.0	0.0
2	Poco informados	2	40%	40.0	40.0
3	Mediamente informados	3	60%	60.0	100.0
4	Muy informados	0	0%	0.0	100.0
3	Total	5	100%	100.0	

Figura 19

Expertos encuestados que consideran que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine



Interpretación: El 40% de expertos consideran que los consumidores en Huánuco están pocamente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine y el 60% consideran que están medianamente informados al respecto.

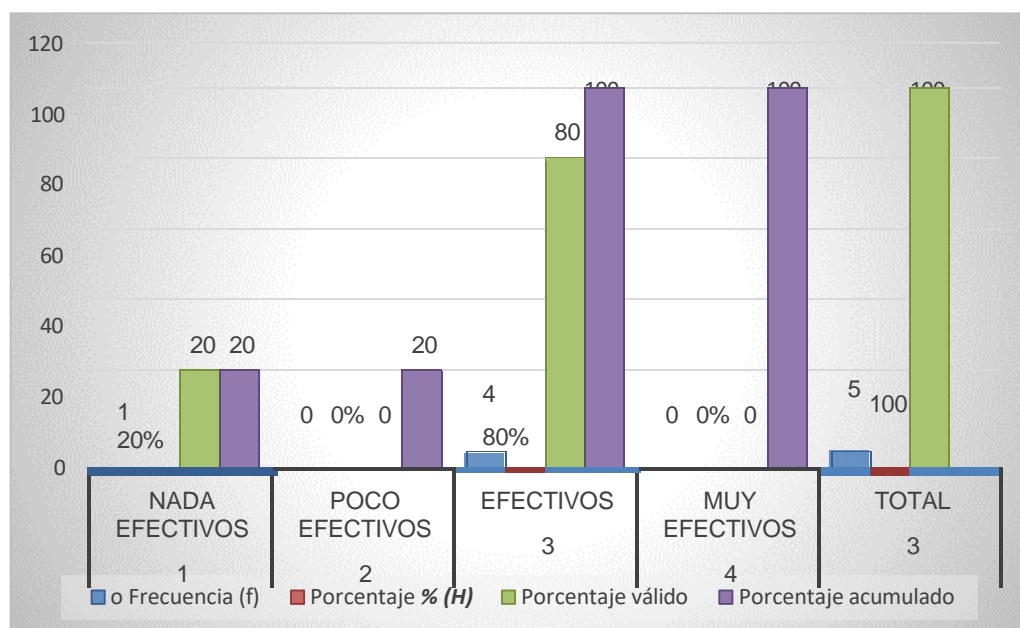
Tabla 20

¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Nada efectivos	1	20%	20.0	20.0
2	Poco efectivos	0	0%	0.0	20.0
3	Efectivos	4	80%	80.0	100.0
4	Muy efectivos	0	0%	0.0	100.0
3	Total	5	100%	100.0	

Figura 20

Expertos encuestados que consideran que los los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet



Interpretación: El 20% de expertos consideran que los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet son nada efectivos y el 80% consideran que son efectivos.

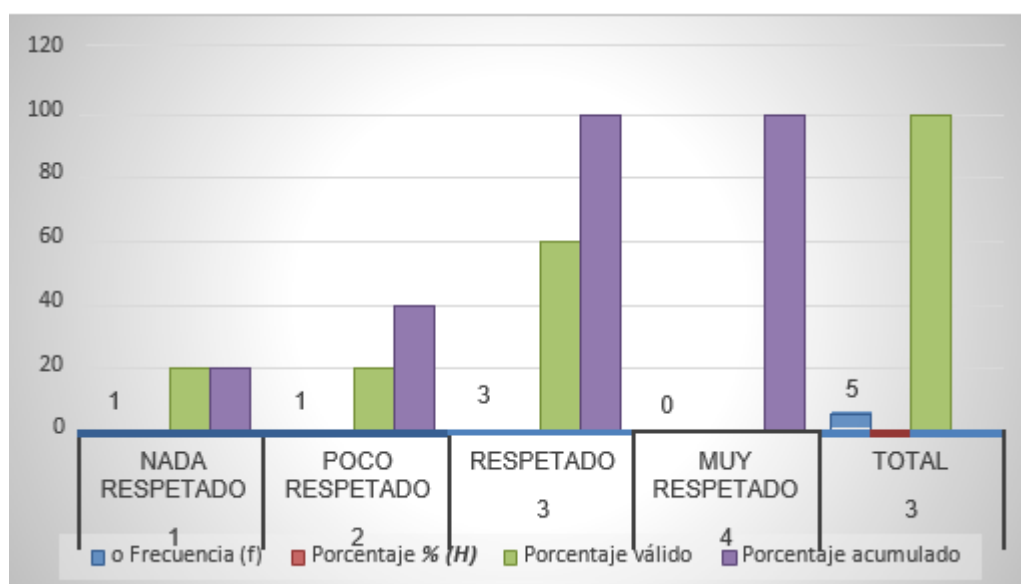
Tabla 21

¿Qué tan respetado es los derechos del consumidor para las libres elecciones del producto en salas de cine en Huánuco?

Escala numérica	Nivel	(f)	% (H)	% Valido	% Acumulado
1	Nada respetado	1	20%	20.0	20.0
2	Poco respetado	1	20%	20.0	40.0
3	Respetado	3	60%	60.0	100.0
4	Muy respetado	0	0%	0.0	100.0
3	Total	5	100%	100.0	

Figura 21

Expertos encuestados que consideran el nivel de respeto de derechos del consumidor para las libres elecciones del producto en salas de cine en Huánuco.



Interpretación: El 20% de expertos consideran que el derecho de los consumidores a la libre elección de productos en salas de cine en Huánuco es nada respetado, el otro 20% considera que es poco respetado y el 60% es respetado.

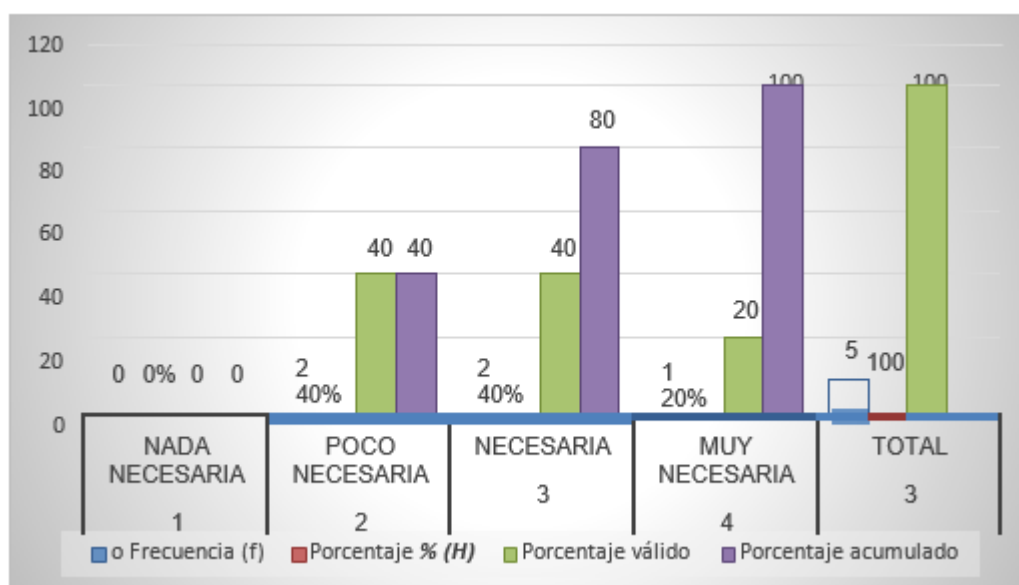
Tabla 22

¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N° 219- 2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elecciones de consumidores dentro del cine?

Escala numérica	Nivel categoría	(f)	% (H)	%/ V	%/A
1	Nada necesaria	0	0%	0.0	0.0
2	Poco necesaria	2	40%	40.0	40.0
3	Necesaria	2	40%	40.0	80.0
4	Muy necesaria	1	20%	20.0	100.0
3	Total	5	100%	100.0	

Figura 22

Expertos encuestados que consideran necesaria una revisión o mejora de la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elecciones de consumidores dentro del cine.



Interpretación: El 40% de expertos consideran que es poco necesaria una revisión o mejora de la Resolución N° 219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elecciones de consumidores dentro del cine, el otro 40% considera necesaria y solo el 20% considera muy necesaria dicha revisión.

Tabla 23

La correlación de Pearson entre el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219- 2018/SPC-INDECOPI y mecanismo para libre elección de consumidor en Cineplanet Huánuco

Unidad muestral	Modelo	R	R cuadrado
Clientes	1	,936 ^a	,876
Expertos	1	,856 ^a	,733

Teniendo que:

$r=-1$	Correlación inversa perfecta.
$-1<r<0$	Correlación inversa.
$r=0$	No hay correlación.
$0<r<1$	Correlación directa.
$r=1$	Correlación directa perfecta.

Nota: Como el coeficiente de correlación para el caso de los clientes encuestados tiene un valor de 0.936 y el R - cuadrado es 0.876; y para el caso de los expertos encuestados tiene un valor de 0.856 y el R –cuadrado es 0.733, se puede afirmar que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, existiendo una correlación directa; por lo tanto, se acepta la hipótesis general.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS

Con la correlación de Pearson (ver tabla 23) ha quedado corroborada y aceptada la hipótesis general cuyo tenor es: La Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

Asimismo, la hipótesis específica 1, ha sido corroborada y aceptada conforme podría observarse en el resultado expuesto desde la tabla 1 al 8 y figuras 1 al 8, respectivamente, donde el 58% de los clientes encuestados consideran que hay idoneidad del servicio en Cineplanet Huánuco (ver tabla 1 y figura 1), asimismo, consideran que se protege el contrato de consumo (ver tabla 2 y figura 2), asimismo, el 84% manifiesta que se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco (ver tabla 3 y figura 3), considerando el 60% de los clientes que se respetan las leyes de protección al consumidor a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI (ver tabla 4 y figura 4), además de que el 64% considera que en Cineplanet Huánuco,

se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas (ver tabla 5 y figura 5); el 68% indica que logra permitirse ingresar el alimento y bebida traído por el consumidor (ver tabla 6 y figura 6), aunado a ello, el 88% de dichos encuestados consideran que se permite el ingreso de alimentos a sus locales a raíz de la referida resolución (ver tabla 7 y figura 7); en consecuencia el 88% consideran que se garantiza la libertad de consumo (ver tabla 8 y figura 8); por parte de los expertos tenemos la tabla 21 y figura 21, donde claramente podemos advertir que 100% de expertos consideran que la Resolución N° 0219-2018/SPC- INDECOPI es efectiva para garantizar los derechos para libres elecciones de consumidores en las salas del cine como Cineplanet en Huánuco; y conforme a la tabla 19 y figura 19, el 60% de expertos consideran que los consumidores en Huánuco están medianamente informados sobre sus derechos para ingresar cada producto alimenticio en cines; consecuentemente, afirmo que la Resolución N° 0219-2018/SPC- INDECOPI es idónea porque cumple su finalidad como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

Finalmente, se corroboró la hipótesis específica 2, con los resultados mostrados en las tablas 9 al 16, así como en las figuras 9 al 16, respectivamente; donde claramente podemos advertir que el 64% de clientes consideran que en Cineplanet Huánuco se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa (ver tabla 9 y figura 9), el 88% consideran que en Cineplanet Huánuco hay permisión para ingresar cada alimento y bebida traídos por consumidores (ver tabla 10 y figura 10); de igual forma el 82% considera que en dicho cine hay un mecanismo de libre elección del consumidor (ver tabla 11 y figura 11); el 88% considera que existe la garantía de libertad de consumo (ver tabla 12 y figura 12); y respecto a la elección del consumidor el 56% considera que el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento frente al 44% que considera que no lo hacen (ver tabla 13 y figura 13); por lo que, el 30% considera que el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco (ver tabla 14 y figura 14) ; sin embargo, el 88% considera que en Cineplanet Huánuco se garantiza a los clientes la libre elección de consumo (ver tabla 15 y figura 15); considerando por lo tanto, el 88% de clientes

encuestados que en dicho establecimiento cinematográfico se cumple con el proceso de decisión de compra (ver tabla 16 y figura 16). Por parte de los expertos, tal como podría observarse desde la tabla y figura 20, un 80% consideran que los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución es efectivo, y el 60% de los referidos expertos consideran que logra respetarse los derechos del consumidor para las libres elecciones del producto en las salas de cines en Huánuco; (ver tabla 21 y figura 21), en consecuencia, podemos afirmar que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor al permitir ingresar el alimento y bebida adquirida al exterior del local, como mecanismo por libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. PRESENTAR LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Con el presente estudio se ha podido corroborar la existencia de correlación directa para cada variable nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI y mecanismo para libre elección en el consumidor en Cineplanet Huánuco, tal y como se ha demostrado con el coeficiente de correlación de Pearson que para el caso de los clientes encuestados tiene un valor de 0.936 y el R – cuadrado es 0.876, y en el caso de los expertos encuestados tiene un valor de 0.856 y el R –cuadrado es 0.733, con lo que se afirma que la Resolución es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023; lo cual, es respaldado por el estudio de Sánchez Ayen, W. S. M. (2020), quien afirma que los derechos a libertades de empresas es hallado como resguardo dentro del artículo 59 desde la carta magna y sus ejercicios no revisten caracteres absolutos; no obstante, posee el núcleo primordial intangible de no poder quebrantarse. En tal sentido, los derechos relativos a la libre injerencia en el mercado, a la autoorganización empresarial y a cesar la actividad económica integran dichos contenidos de forma constitucional tutelados. Asimismo, se norma salvaguardar cada derecho a las informaciones, la sanidad y las seguridades que asisten a cada consumidor; y, de modo general, puntualiza que las Protecciones al Consumidor ampara también otros derechos, entre ellos el ius eligendi. En el modelo empresarial cinematográfico, las compañías ofertan el servicio de exhibición fílmica, la proyección de anuncios publicitarios y la comercialización de víveres y/o bebidas. Por tal razón, las empresas cinematográficas restringen el acceso a las salas cuando los usuarios portan alimentos o bebidas adquiridos extramuros del establecimiento. Consecuentemente, la interdicción de ingresar algún comestible que no fueron adquiridos dentro de los cines menoscaban los derechos de cada consumidor para escoger de forma libre cada producto y servicio que desease consumirse al proyectarse las películas.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos a partir del análisis estadístico y la interpretación de los datos recolectados, se exponen las siguientes conclusiones:

1. Se confirmó la hipótesis general mediante la aplicación de la correlación de Pearson (tabla 23), lo cual evidenció que la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI resulta altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, durante el año 2023.
2. Asimismo, a partir de los resultados cuantitativos presentados en las tablas 1 al 8 y figuras correspondientes, se concluye que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es idónea porque cumple su finalidad como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023, toda vez que la mayoría de los consumidores percibe una mejora significativa en sus derechos como usuarios, destacando los siguientes aspectos: el 58% de los encuestados considera que el servicio en Cineplanet Huánuco es idóneo, el 84% manifiesta estar satisfecho con el servicio recibido, el 60% percibe que se respeta la legislación de protección al consumidor, el 68% y el 88% respectivamente, sostienen que se admite la introducción de alimentos y bebidas provenientes del exterior, lo cual constituye un indicio palmario de acatamiento a la libertad de consumo; además, el 88 % reconoce que con ello se salvaguarda la facultad electiva del consumidor. De igual manera, la totalidad (100 %) de los especialistas consultados asevera que la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI resulta idónea y eficaz para asegurar el derecho de libre elección dentro de las salas cinematográficas, aunque un 60% de ellos considera que los consumidores aún están mediamente informados sobre este derecho. Estos hallazgos permiten afirmar que la resolución mencionada cumple su finalidad normativa en el contexto evaluado.
3. Se concluye que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor al permitir ingresar cada alimento y bebidas adquiridas fuera del local, como mecanismo de libre elección del

consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023, conforme se puede observar en los resultados obtenidos de las tablas 9 al 16 y sus respectivas figuras; en las que el 64% de los encuestados consideran que se dispensan alimentos bajo prácticas adecuadas, el 88% afirma que se permite el ingreso de productos externos, mientras que el 82% percibe que se exige un mecanismo de libre elección, el 88% manifiesta que se garantiza efectivamente la libertad de consumo. En cuanto a las prácticas de compra, el 56% de los consumidores opta por adquirir productos dentro del cine, mientras que un 30% prefiere llevar sus propios alimentos. Pese a esta diversidad en las decisiones de compra, el 88% coincide en que se respeta el proceso de elección individual. Por su parte, el 80% de los expertos opina que los mecanismos de supervisión y sanción aplicados por INDECOPI son efectivos, y el 60% considera que se respeta el derecho de libre elección en los cines de Huánuco. En suma, se confirma que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI , protege los intereses económicos del consumidor, promoviendo la libre elección para permitir ingresar algún producto externo en los cines.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al INDECOPI continuar con la implementación y seguimiento riguroso del cumplimiento de esta resolución en todo el ámbito nacional, ya que se ha demostrado su eficacia en proteger los derechos del consumidor en Cineplanet Huánuco. Asimismo, se sugiere que otras cadenas de cines a nivel nacional adopten buenas prácticas similares a las observadas en Cineplanet Huánuco, fomentando de manera diligente la observancia de la libre facultad electiva del consumidor, y que se establezcan protocolos estandarizados de control e inspección, para garantizar que la normativa se cumpla de manera uniforme en todas las salas de cine.
2. Se recomienda al Ministerio de Educación, coordinando con INDECOPI, desarrollar campañas educativas y concientización en derechos del consumidor, especialmente en espacios públicos y redes sociales, con el fin de que los usuarios estén plenamente informados sobre el alcance de sus derechos. Asimismo, a las empresas como Cineplanet, se les sugiere implementar estrategias de comunicación visual y digital dentro de sus establecimientos, informando claramente que está permitido el ingreso de alimentos del exterior, en cumplimiento con la resolución y a INDECOPI fortalecer su labor de difusión normativa para reducir el porcentaje de consumidores que aún no están completamente informados, según lo indicado por el 60% de los expertos.
3. Se recomienda a los establecimientos cinematográficos continuar promoviendo un ambiente de consumo justo y competitivo, asegurando la posibilidad real del consumidor de elegir entre comprar en el local o llevar sus propios productos, y a INDECOPI realizar monitoreos periódicos y auditorías en los cines a nivel nacional, para evaluar la correcta aplicación de la norma y sancionar cualquier incumplimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. 7ma. Ed. México: MacGraw Hill interamericana. p. 91, 132.
- Córdova Pasco, B. A. (2021). *Los límites legales a la protección al consumidor frente a la libertad de empresa, en el sector entretenimiento, basado en el caso Cineplex vs Aspec*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional USAT: <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3841>
- Escobar Huerto, K. M. (2017). *Branding y fidelización del cliente en el centro comercial Real Plaza de la provincia de Huánuco, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional UDH: <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/848/ESC>
- García Consuegra, A. E. y Mercado Vera, E. A. (2018). *Mecanismos de protección al consumidor electrónico: Conocimiento y ejercicio de los mecanismos de protección al consumidor electrónico de los estudiantes de la Facultad de Derecho de la Universidad de la Costa de Barranquilla*. [Tesis de pregrado, Universidad de la Costa]. Repositorio institucional CUC: <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/112/72195492%20%201042432405.pdf?sequence=1>
- Leal Rodríguez, C. A. (2019). *La necesidad de establecer una protección al consumidor, desde la perspectiva de la Comunidad Andina de Naciones*. [Tesis posgrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio institucional Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/45565>
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2021). *Código de Defensa y Protección del Consumidor*. 3ra. Ed. https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/CodigoConsumo_Indecopi_Minjus_Feb_2021/48503e7b-f323-7e5d-525d-b1b32c30ba1f

- Montes Orihuela, L. L. (2022). *Informe sobre el expediente N° 148-2017/CC2*. [Tesis pregrado, Universidad Esan]. Repositorio institucional Esan: <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/2212>
- Naciones Unidas UNCDAT (2016). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Directrices para la protección del Consumidor. https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf
- Olivieri, C. (2016). *La libertad de consumo y el estado paternalista*. Noticias. <https://blogs.usil.edu.pe/novedades/la-libertad-de-consumo-y-el-estado-paternalista#:~:text=Es%20el%20derecho%20a%20la,el%20Gobierno%20co%20nfunde%20su%20rol>.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. 8va. Ed. Pearson Educación de México, S.A. de C.V. p. 8.
- Sampieri, F. & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta. Ed. México: MacGraw Hill interamericana.
- Sánchez Ayen, W. S. M. (2021). *Análisis de la Resolución 0219-2018/SPC-INDECOPI: Derecho a la libertad de empresa en el modelo de negocio de los cines frente al derecho a elegir de los consumidores*. [Tesis de máster, Universidad de Piura]. Repositorio institucional UDEP: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4723/MAE_DER_D E-RM_2001.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. 1ra. Ed. Universidad Ricardo Palma Vicerrectorado de Investigación.
- Uribe Amorós, O. A. (2018, 13 de marzo). La Fuerza y el Poder de la Libertad de Elección, Indecopi, el cine y las relaciones de consumo. <https://elperuano.pe/suplementosflipping/juridica/679/web/index.html>
- Uribe, O. A. (s/f). *La fuerza y el poder de la libertad de elección. Indecopi, el cine y las relaciones de consumo*.

<https://elperuano.pe/suplementosflipping/juridica/679/web/index.html>

Valdez, J. L. (2005). La sociedad filmada. Apuntes sobre la historia del Perú a partir de tres películas. file:///C:/Users/wilfo/Downloads/1301-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5015-1-10-20120324.pdf

Varón Bravo, L. A. (2021). *Protección al consumidor colombiano en el marco del comercio electrónico transfronterizo*. [Tesis de posgrado, Universidad Externado de Colombia]. Repositorio institucional UEXTERNADO:

<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/401ae426-c061-45da-8c1b-551980c76759/content>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Poma Esteban, M. (2025). *El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: El nivel de eficacia de la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en cineplanet Huánuco, 2023

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es el nivel de eficacia de la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar el nivel de eficacia de la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.</p>	<p>Hipótesis general: La Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI es altamente eficaz como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.</p>	<p>Variable independiente: Nivel de eficacia de la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI</p> <p>Dimensiones e indicadores Respeto a las leyes de protección al consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idoneidad del servicio. • Protección del contrato de consumo. <p>Garantía de libertad de consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas. • Ingreso de alimentos y bebidas al cine traídos por el consumidor. 	<p>Tipo de estudio. Es aplicada.</p> <p>Diseño de investigación. El diseño es Descriptivo Simple.</p> <p>Población y muestra. La población estará constituida por las personas de los clientes y expertos; y la muestra estará definida a conveniencia de la investigadora, conformada por 50 clientes asistentes a Cineplanet Huánuco, 2023 y cinco expertos en derecho de protección del consumidor entre 02 abogados y 03 funcionarios de INDECOPI.</p> <p>Técnica e instrumento de recolección de datos. La técnica a utilizar será la encuesta y como instrumento: el cuestionario.</p>

<p>Problemas específicos:</p> <p>¿De qué manera la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI resulta idónea como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?</p> <p>¿De qué forma la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la manera en que la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI resulta idónea como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.</p> <p>Determinar la forma en que la Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>HE1. La Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI es idónea porque cumple su finalidad como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.</p> <p>HE2. La Resolución N.º 0219-2018/SPC-INDECOPI protege los intereses económicos del consumidor al permitir el ingreso de alimentos y bebidas adquiridas fuera del local, como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023.</p>	<p>Variable dependiente: —</p> <p>Mecanismo de libre elección del consumidor</p> <p>Dimensiones e indicadores</p> <p>Elección de consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico. • Frecuencia con la que el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento cinematográfico. <p>Libertad de consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se respeta el tipo de comida y bebida que desea consumir el cliente dentro del establecimiento cinematográfico. • Acceso de comidas y bebidas al establecimiento cinematográfico es libre de restricciones.
--	--	---	---

ANEXO 2

SOLICITUD DE AUTORIZACION

Huánuco, 30 de diciembre del 2023

ASUNTO: Solicito Autorización para
aplicación de Investigación

Señor:
GERENTE DEL CINEPLANET – HUÁNUCO.

Yo, **Miriam Adelisa Poma Esteban** identificado con DNI. N° 72125791, con domicilio en la Av. Ingeniería, URB 100 cayhuayna alta, Huánuco, ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, deseando obtener la autorización para la aplicación del instrumento del proyecto de investigación titulado **“EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N°0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023”** siendo requisito necesario para optar el Título Profesional, el presente cuestionario es para obtener información sobre el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI en Cineplanet Huánuco.

Seguro de contar con su valioso apoyo hago extensivo mi más sincero saludo.

Atentamente;


.....
MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN
DNI N°: 72125791


Ayer
Suena
Chavez 6.
Ay 10/12/2023
20/12/23



CARGO

Huánuco, 18 de noviembre del 2024

ASUNTO: SOLICITO AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Señora:

JINA TROYES DELGADO

ORI – HUÁNUCO

Yo MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN identificado con DNI N° 72125791, con domicilio en la Av. Ingeniería, URB 100 Cayhuayna Alta, Huánuco, ante usted con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, deseando obtener la autorización para la aplicación del instrumento del proyecto de investigación titulado "EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023" siendo requisito necesario para optar el título Profesional, solicito que autorice a (03) tres funcionarios de INDECOPI de la Comisión de Protección del Consumidor o de la Sala de Protección al Consumidor para que desarrolle el cuestionario adjunto, ya que en la investigación dentro de la población y muestra considero que se aplique a (03) tres funcionarios de INDECOPI.

Seguro de contar con su valioso apoyo hago extensivo mi más sincero saludo.

Adjunto:

- o Copia de la resolución N° 1298-2023-DFD-UDH
- o Copia de la resolución N° 1518-2023-DFD-UDH
- o Copia de la Resolución N° 1173-2024-DFD-UDH

Atentamente;

MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN

DNI N°: 72125791

ANEXO 3
CONSENTIMIENTO Y CUESTIONARIO DE ENCUESTA A
CLIENTES ASISTENTES A CINEPLANET

Anexo 4

Consentimiento informado


Yo, Rosmery Benancio Berrios, identificado 75787106, con domicilio real en cayhuana alta y ocupación casa declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello: 

Fecha : 22/11/2024

Consentimiento informado

Yo, Nancy Villaran Santa María, identificado 76868823, con domicilio real en La Esperanza Alta S.M.N y ocupación Casa declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello: _____

Fecha : _____

23-11-2024

ANEXO 3

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA CLIENTES DE
CINEPLANET HUÁNUCO

TITULO: "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023"

Descripción: Estimado participante, la presente ficha de encuesta es para obtener información sobre sus derechos de libre elección en el ingreso de alimentos en las salas de Cineplanet Huánuco; su participación es voluntaria y totalmente anónima (no se brindará datos personales); asimismo, es totalmente confidencial, por lo que nadie accederá a la información que usted pueda rendir. Solicitamos responda con total voluntad y sinceridad. Agradezco de antemano su apoyo.

VI: EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

Preguntas

Dimensión: Respeto a las leyes de protección al consumidor

1. ¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?

Si
No

2. ¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?

Si
No

3. ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?

Si
No

4. ¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?

Si
No

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

5. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?

Si
No

6. ¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?

Si
No

7. ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permite el ingreso de alimentos a sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI?

Si
No

8. ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?
Si
No

VD: MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

9. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?
Si
No

10. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay permisión para el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor?
Si
No

11. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?
Si
No

12. ¿Cree usted que, en Cineplanet Huánuco, existe la garantía del libre consumo?
Si
No

Dimensión: Elección de consumo

13. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?
Si
No

14. ¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?
Si
No

15. ¿Considera usted Cineplanet Huánuco, garantiza a sus clientes la elección del consumo?
Si
No

16. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?
Si
No

MAPE/UDH/2024

ANEXO 3

QUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA CLIENTES DE
CINEPLANET HUÁNUCO

TITULO: "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023"

Descripción: Estimado participante, la presente ficha de encuesta es para obtener información sobre sus derechos de libre elección en el ingreso de alimentos en las salas de Cineplanet Huánuco; su participación es voluntaria y totalmente anónima (no se brindará datos personales); asimismo, es totalmente confidencial, por lo que nadie accederá a la información que usted pueda rendir. Solicitamos responda con total voluntad y sinceridad. Agradezco de antemano su apoyo.

VI: EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

Preguntas

Dimensión: Respeto a las leyes de protección al consumidor

1. ¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?
Si
No
2. ¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?
Si
No
3. ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?
Si
No
4. ¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?
Si
No

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

5. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?
Si
No
6. ¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?
Si
No
7. ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permite el ingreso de alimentos a sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI?
Si
No

8. ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?
Si
No {X}

VD: MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

9. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?
Si
No {X}

10. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay permisión para el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor?
Si
No {X}

11. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?
Si
No {X}

12. ¿Cree usted que, en Cineplanet Huánuco, existe la garantía del libre consumo?
Si
No {X}

Dimensión: Elección de consumo

13. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?
Si
No {X}

14. ¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?
Si
No {X}

15. ¿Considera usted Cineplanet Huánuco, garantiza a sus clientes la elección del consumo?
Si
No {X}

16. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?
Si
No {X}

MAPE/UDH/2024

ANEXO 3

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA CLIENTES DE
CINEPLANET HUÁNUCO

TITULO: "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023"

Descripción: Estimado participante, la presente ficha de encuesta es para obtener información sobre sus derechos de libre elección en el ingreso de alimentos en las salas de Cineplanet Huánuco; su participación es voluntaria y totalmente anónima (no se brindará datos personales); asimismo, es totalmente confidencial, por lo que nadie accederá a la información que usted pueda rendir. Solicitamos respuesta con total voluntad y sinceridad. Agradezco de antemano su apoyo.

VI: EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

Preguntas

Dimensión: Respeto a las leyes de protección al consumidor

1. ¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?
Sí (X)
No ()
2. ¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?
Sí (X)
No ()
3. ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?
Sí (X)
No ()
4. ¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?
Sí (X)
No ()

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

5. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?
Sí ()
No (X)
6. ¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?
Sí ()
No (X)
7. ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permite el ingreso de alimentos a sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI?
Sí (X)
No ()

8. ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?
Si (X)
No ()

VD: MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

9. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?

Si (X)
No ()

10. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay permisión para el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor?

Si (X)
No ()

11. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?

Si (X)
No ()

12. ¿Cree usted que, en Cineplanet Huánuco, existe la garantía del libre consumo?

Si ()
No (X)

Dimensión: Elección de consumo

13. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?

Si ()
No (X)

14. ¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?

Si (X)
No ()

15. ¿Considera usted Cineplanet Huánuco, garantiza a sus clientes la elección del consumo?

Si (X)
No ()

16. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?

Si (X)
No ()

MAPE/UDH/2024

ANEXO 3

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA CLIENTES DE
CINEPLANET HUÁNUCO

TITULO: "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023"

Descripción: Estimado participante, la presente ficha de encuesta es para obtener información sobre sus derechos de libre elección en el ingreso de alimentos en las salas de Cineplanet Huánuco; su participación es voluntaria y totalmente anónima (no se brindará datos personales); asimismo, es totalmente confidencial, por lo que nadie accederá a la información que usted pueda rendir. Solicitamos responda con total voluntad y sinceridad. Agradezco de antemano su apoyo.

VI: EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

Preguntas

Dimensión: Respeto a las leyes de protección al consumidor

1. ¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?

Si
No

2. ¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?

Si
No

3. ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?

Si
No

4. ¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?

Si
No

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

5. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?

Si
No

6. ¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?

Si
No

7. ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permite el ingreso de alimentos a sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI?

Si
No

8. ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?
Si
No

VD: MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

9. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?
Si
No

10. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay permisión para el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor?
Si
No

11. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?
Si
No

12. ¿Cree usted que, en Cineplanet Huánuco, existe la garantía del libre consumo?
Si
No

Dimensión: Elección de consumo

13. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?
Si
No

14. ¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?
Si
No

15. ¿Considera usted Cineplanet Huánuco, garantiza a sus clientes la elección del consumo?
Si
No

16. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?
Si
No

MAPE/UDH/2024

ANEXO 3

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA CLIENTES DE
CINEPLANET HUÁNUCO

TITULO: "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023"

Descripción: Estimado participante, la presente ficha de encuesta es para obtener información sobre sus derechos de libre elección en el ingreso de alimentos en las salas de Cineplanet Huánuco; su participación es voluntaria y totalmente anónima (no se brindará datos personales); asimismo, es totalmente confidencial, por lo que nadie accederá a la información que usted pueda rendir. Solicitamos respuesta con total voluntad y sinceridad. Agradezco de antemano su apoyo.

VI: EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI

Preguntas

Dimensión: Respeto a las leyes de protección al consumidor

1. ¿Considera usted que hay idoneidad de servicio en Cineplanet Huánuco?
Si
No
2. ¿Considera usted que se protege el contrato de consumo en Cineplanet Huánuco?
Si
No
3. ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda Cineplanet Huánuco?
Si
No
4. ¿Considera usted que a raíz de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI, Cineplanet Huánuco, respeta las leyes de protección al consumidor?
Si
No

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

5. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se realizan prácticas adecuadas de venta y dispensa de alimentos y bebidas?
Si
No
6. ¿Cree usted que se permite el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor a Cineplanet Huánuco?
Si
No
7. ¿Considera usted que Cineplanet Huánuco permite el ingreso de alimentos a sus locales, a partir de la emisión de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI?
Si
No

8. ¿Considera usted que en Cineplanet Huánuco se garantiza la libertad de consumo?
Si
No

VD: MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO

Dimensión: Garantía de libertad de consumo

9. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se dispensan alimentos y bebidas basadas en prácticas adecuadas de venta y dispensa?

Si
No

10. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay permisión para el ingreso de alimentos y bebidas traídos por el consumidor?

Si
No

11. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, hay un mecanismo de libre elección del consumidor?

Si
No

12. ¿Cree usted que, en Cineplanet Huánuco, existe la garantía del libre consumo?

Si
No

Dimensión: Elección de consumo

13. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, el consumidor compra los alimentos y bebidas en el establecimiento cinematográfico?

Si
No

14. ¿Cree usted que frecuentemente el consumidor lleva sus alimentos y bebidas al establecimiento de Cineplanet Huánuco?

Si
No

15. ¿Considera usted Cineplanet Huánuco, garantiza a sus clientes la elección del consumo?

Si
No

16. ¿Considera usted que, en Cineplanet Huánuco, se cumple con el proceso de decisión de compra?

Si
No

MAPE/UDH/2024

ANEXO 4
CONSENTIMIENTO Y CUESTIONARIO DE ENCUESTA A
FUNCIONARIOS DE INDECOPI

Anexo 4

Consentimiento informado

Yo, HUAMÁN ROJAS CARLOS ENRIQUE identificado 42725922, con domicilio real en ANCOSES 295 H40 y ocupación _____ declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello: _____

Fecha : 03/01/25

Carlos E. Huaman Rojas
ABOGADO
C.A.T. 64597

**FICHA DE ENCUESTA
PARA EXPERTOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

INSTRUCCIONES:

Anexo 5

Estimado/a participante:

Reciba un cordial saludo y nuestro agradecimiento por participar en esta encuesta. Su objetivo es conocer su opinión sobre la efectividad de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en salas de cine, específicamente en Cineplanet Huánuco. Su participación es voluntaria, y todas las respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial.

Por favor, seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o su experiencia para cada pregunta.

Consentimiento informado:

Al completar esta encuesta, declaro que he sido informado/a de que:

Mi participación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento.

Mis respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial, y serán utilizadas exclusivamente con fines académicos.

Si está de acuerdo con estos términos, continúe con la encuesta.

A. Años de experiencia en derecho del consumidor: _____

B. Rol profesional actual:

- () Abogado especializado en derecho del consumidor
- () Operador de INDECOPI
- () Gestor de políticas de consumo
- () Otro (especifique): *COMISIONADO*

C. Frecuencia de interacción con casos relacionados a derechos del consumidor en el cine:

- () Frecuente (varias veces al mes)
- () Moderada (una vez al mes)
- () Ocasional (menos de una vez al mes)
- () Casi nunca

Preguntas de la encuesta:

1. En su opinión, ¿Considera que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?

- () Muy inefectiva
- () Poco efectiva
- () Efectiva
- () Muy efectiva

2. Según su experiencia, ¿existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a la prohibición de ingreso de alimentos externos?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- De acuerdo (X)
- Totalmente de acuerdo ()

3. ¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?

- Nada informados ()
- Poco informados (X)
- Medianamente informados ()
- Muy informados ()

4. Según su experiencia, ¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?

- Nada efectivos ()
- Poco efectivos ()
- Efectivos (X)
- Muy efectivos ()

5. En su experiencia, ¿qué tan respetado es el derecho de los consumidores a la libre elección de productos en salas de cine en Huánuco?

- Nada respetado ()
- Poco respetado (X)
- Respetado ()
- Muy respetado ()

6. ¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elección del consumidor en el contexto de los cines?

- Nada necesaria ()
- Poco necesaria ()
- Necesaria (X)
- Muy necesaria ()

Cierre y agradecimiento:

Agradecemos profundamente su tiempo y sus respuestas, las cuales serán fundamentales para nuestra investigación. Su perspectiva contribuirá al análisis y mejora de la normativa en protección al consumidor en el Perú.

MAPE/UDH/2024

Consentimiento informado

Yo, Juan Ever Pilco Herrera, identificado 43372377, con domicilio real en Huancayo, Urb. Remarco C.S y ocupación Abogado declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello: _____

Fecha : _____

02 de mayo 2025

**FICHA DE ENCUESTA
PARA EXPERTOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

INSTRUCCIONES:

Anexo 5

Estimado/a participante:

Reciba un cordial saludo y nuestro agradecimiento por participar en esta encuesta. Su objetivo es conocer su opinión sobre la efectividad de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en salas de cine, específicamente en Cineplanet Huánuco. Su participación es voluntaria, y todas las respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial.

Por favor, seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o su experiencia para cada pregunta.

Consentimiento informado:

Al completar esta encuesta, declaro que he sido informado/a de que:

Mi participación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento.

Mis respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial, y serán utilizadas exclusivamente con fines académicos.

Si está de acuerdo con estos términos, continúe con la encuesta.

A. Años de experiencia en derecho del consumidor: 23

B. Rol profesional actual:

- Abogado especializado en derecho del consumidor
- () Operador de INDECOPI
- () Gestor de políticas de consumo
- () Otro (especifique):

C. Frecuencia de interacción con casos relacionados a derechos del consumidor en el cine:

- () Frecuente (varias veces al mes)
- () Moderada (una vez al mes)
- () Ocasional (menos de una vez al mes)
- Casi nunca

Preguntas de la encuesta:

1. En su opinión, ¿Considera que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?

- () Muy inefectiva
- () Poco efectiva
- Efectiva
- () Muy efectiva

2. Según su experiencia, ¿existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a la prohibición de ingreso de alimentos externos?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
De acuerdo
Totalmente de acuerdo ()

3. ¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?

- Nada informados ()
Poco informados ()
Medianamente informados
Muy informados ()

4. Según su experiencia, ¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?

- Nada efectivos ()
Poco efectivos ()
Efectivos
Muy efectivos ()

5. En su experiencia, ¿qué tan respetado es el derecho de los consumidores a la libre elección de productos en salas de cine en Huánuco?

- Nada respetado ()
Poco respetado ()
Respetado
Muy respetado ()

6. ¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elección del consumidor en el contexto de los cines?

- Nada necesaria ()
Poco necesaria
Necesaria ()
Muy necesaria ()

Cierre y agradecimiento:

Agradecemos profundamente su tiempo y sus respuestas, las cuales serán fundamentales para nuestra investigación. Su perspectiva contribuirá al análisis y mejora de la normativa en protección al consumidor en el Perú.

MAPE/UDH/2024

Consentimiento informado

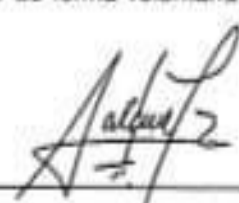
Yo, SALOMÉ TERESA REYNOSO ROMERO, identificado DNI 42738837, con domicilio real en CALLE RICARDO MENÉNDEZ 405 EL TAMBO - HUANCAYO y ocupación ABOGADA declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello:  _____

Fecha : 8 DE ENERO DE 2025 _____

**FICHA DE ENCUESTA
PARA EXPERTOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

INSTRUCCIONES:

Anexo 5

Estimado/a participante:

Reciba un cordial saludo y nuestro agradecimiento por participar en esta encuesta. Su objetivo es conocer su opinión sobre la efectividad de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en salas de cine, específicamente en Cineplanet Huánuco. Su participación es voluntaria, y todas las respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial.

Por favor, seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o su experiencia para cada pregunta.

Consentimiento Informado:

Al completar esta encuesta, declaro que he sido informado/a de que:

Mi participación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento.

Mis respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial, y serán utilizadas exclusivamente con fines académicos.

Si está de acuerdo con estos términos, continúe con la encuesta.

A. Años de experiencia en derecho del consumidor: 4 AÑOS

B. Rol profesional actual:

- () Abogado especializado en derecho del consumidor
- () Operador de INDECOPI
- () Gestor de políticas de consumo
- (x) Otro (especifique): COMISIONADA ORI JUNÍN.....

C. Frecuencia de interacción con casos relacionados a derechos del consumidor en el cine:

- () Frecuente (varias veces al mes)
- () Moderada (una vez al mes)
- (x) Ocasional (menos de una vez al mes)
- () Casi nunca

Preguntas de la encuesta:

1. En su opinión, ¿Considera que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?

- () Muy inefectiva
- () Poco efectiva
- (x) Efectiva
- () Muy efectiva

2. Según su experiencia, ¿existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a la prohibición de ingreso de alimentos externos?

- Totalmente en desacuerdo ()
- En desacuerdo ()
- De acuerdo (x)
- Totalmente de acuerdo ()

3. ¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?

- Nada informados ()
- Poco informados ()
- Medianamente Informados (x)
- Muy informados ()

4. Según su experiencia, ¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?

- Nada efectivos ()
- Poco efectivos ()
- Efectivos (x)
- Muy efectivos ()

5. En su experiencia, ¿qué tan respetado es el derecho de los consumidores a la libre elección de productos en salas de cine en Huánuco?

- Nada respetado ()
- Poco respetado ()
- Respetado (x)
- Muy respetado ()

6. ¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elección del consumidor en el contexto de los cines?

- Nada necesaria ()
- Poco necesaria (x)
- Necesaria ()
- Muy necesaria ()

Cierre y agradecimiento:

Agradecemos profundamente su tiempo y sus respuestas, las cuales serán fundamentales para nuestra investigación. Su perspectiva contribuirá al análisis y mejora de la normativa en protección al consumidor en el Perú.

MAPE/UDH/2024

ANEXO 5
CONSENTIMIENTO Y CUESTIONARIO DE ENCUESTA A
ABOGADOS EXPERTOS

Anexo 4

Consentimiento informado

Yo, SANTOS GUTIERREZ HERNANDO W. identificado 22422531, con domicilio real en JR. CHIRA Mz ELIZO y ocupación ABOGADO declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello:


HERNANDO W. SANTOS GUTIERREZ
ABOGADO

Fecha

: Hco. 25/10/2024 REG. C.A.H. N° 989

**FICHA DE ENCUESTA
PARA EXPERTOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

INSTRUCCIONES:

Anexo 5

Estimado/a participante:

Reciba un cordial saludo y nuestro agradecimiento por participar en esta encuesta. Su objetivo es conocer su opinión sobre la efectividad de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en salas de cine, específicamente en Cineplanet Huánuco. Su participación es voluntaria, y todas las respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial. Por favor, seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o su experiencia para cada pregunta.

Consentimiento informado:

Al completar esta encuesta, declaro que he sido informado/a de que:

Mi participación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento.

Mis respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial, y serán utilizadas exclusivamente con fines académicos.

Si está de acuerdo con estos términos, continúe con la encuesta.

A. Años de experiencia en derecho del consumidor: 30 Años

B. Rol profesional actual:

- () Abogado especializado en derecho del consumidor
- () Operador de INDECOPI
- () Gestor de políticas de consumo
- () Otro (especifique): ABOGADO (ESP. D° LABORAL)

C. Frecuencia de Interacción con casos relacionados a derechos del consumidor en el cine:

- () Frecuente (varias veces al mes)
- () Moderada (una vez al mes)
- () Ocasional (menos de una vez al mes)
- () Casi nunca

Preguntas de la encuesta:

1. En su opinión, ¿Considera que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?

- () Muy inefectiva
- () Poco efectiva
- (X) Efectiva
- () Muy efectiva

2. Según su experiencia, ¿existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a la prohibición de ingreso de alimentos externos?

- Totalmente en desacuerdo (X)
En desacuerdo ()
De acuerdo ()
Totalmente de acuerdo ()

3. ¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?

- Nada informados ()
Poco informados ()
Medianamente informados (X)
Muy informados ()

4. Según su experiencia, ¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?

- Nada efectivos (X)
Poco efectivos ()
Efectivos ()
Muy efectivos ()

5. En su experiencia, ¿qué tan respetado es el derecho de los consumidores a la libre elección de productos en salas de cine en Huánuco?

- Nada respetado (X)
Poco respetado ()
Respetado ()
Muy respetado ()

6. ¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elección del consumidor en el contexto de los cines?

- Nada necesaria ()
Poco necesaria ()
Necesaria ()
Muy necesaria (X)

Cierre y agradecimiento:

Agradecemos profundamente su tiempo y sus respuestas, las cuales serán fundamentales para nuestra investigación. Su perspectiva contribuirá al análisis y mejora de la normativa en protección al consumidor en el Perú.

MAPE/UDH/2024

Consentimiento informado

Yo, Ena Armida Espinoza Canali, identificado 22425392, con domicilio real en Jr. Abtao N° 970 y ocupación Abogado declaro que he sido informado e invitado a participar en la investigación denominada "El nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco, 2023", proyecto de investigación científica que es financiado por el investigador.

Comprendo que este estudio busca determinar el nivel de eficacia de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en Cineplanet Huánuco y sé que mi participación se llevará a cabo a través de los medios electrónicos y/o físicos necesarios. También se explicó que mi participación consistirá en responder a una encuesta que durará aproximadamente una hora. Tengo conocimiento que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes se encontrarán registrados única y exclusivamente para los fines de esta investigación y las respuestas que brinde no podrán ser identificados en la publicación de los resultados.

Estoy de acuerdo con que los datos no me serán entregados y que no existe ningún tipo de retribución por mi participación en el presente estudio, al igual que mi colaboración podrá beneficiar de manera indirecta a la sociedad dada la relevancia sociocultural de la investigación.

Asimismo, sé que puede negar mi participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto participar de forma voluntaria en este estudio y recibo una copia del presente documento.

Firma y/o sello: 
GOBIERNO REGIONAL DE HUÁNUCO
 DIRECCIÓN REGIONAL DE TRABAJO
 Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO
 Mg. Ena A. Espinoza Canali
 SUBDIRECTORA DE PROMOCIÓN

Fecha : 19 de febrero de 2025

**FICHA DE ENCUESTA
PARA EXPERTOS EN DERECHO DEL CONSUMIDOR**

INSTRUCCIONES:

Anexo 5

Estimado/a participante:

Reciba un cordial saludo y nuestro agradecimiento por participar en esta encuesta. Su objetivo es conocer su opinión sobre la efectividad de la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI como mecanismo de libre elección del consumidor en salas de cine, específicamente en Cineplanet Huánuco. Su participación es voluntaria, y todas las respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial. Por favor, seleccione la opción que mejor refleje su nivel de acuerdo o su experiencia para cada pregunta.

Consentimiento informado:

Al completar esta encuesta, declaro que he sido informado/a de que:
Mi participación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento.
Mis respuestas serán tratadas de manera anónima y confidencial, y serán utilizadas exclusivamente con fines académicos.

Si está de acuerdo con estos términos, continúe con la encuesta.

A. Años de experiencia en derecho del consumidor: 25 años

B. Rol profesional actual:

- () Abogado especializado en derecho del consumidor
- () Operador de INDECOPI
- () Gestor de políticas de consumo
- () Otro (especifique): Abogado (esp. Dº Laboral)

C. Frecuencia de interacción con casos relacionados a derechos del consumidor en el cine:

- () Frecuente (varias veces al mes)
- (x) Moderada (una vez al mes)
- () Ocasional (menos de una vez al mes)
- () Casi nunca

Preguntas de la encuesta:

1. En su opinión, ¿Considera que la Resolución N° 0219-2018/SPC-INDECOPI es efectiva para garantizar el derecho de libre elección del consumidor en salas de cine como Cineplanet en Huánuco?

- () Muy inefectiva
- () Poco efectiva
- (x) Efectiva
- () Muy efectiva

2. Según su experiencia, ¿existen discrepancias significativas entre la normativa establecida por la Resolución y la práctica comercial de Cineplanet en cuanto a la prohibición de ingreso de alimentos externos?

- Totalmente en desacuerdo ()
En desacuerdo ()
De acuerdo (X)
Totalmente de acuerdo ()

3. ¿Considera que los consumidores en Huánuco están suficientemente informados sobre sus derechos para el ingreso de productos alimenticios en salas de cine?

- Nada informados ()
Poco informados (X)
Medianamente informados ()
Muy informados ()

4. Según su experiencia, ¿Qué tan efectivos considera los mecanismos de supervisión y sanción implementados por INDECOPI en Huánuco para asegurar el cumplimiento de la Resolución en Cineplanet?

- Nada efectivos ()
Poco efectivos ()
Efectivos (X)
Muy efectivos ()

5. En su experiencia, ¿qué tan respetado es el derecho de los consumidores a la libre elección de productos en salas de cine en Huánuco?

- Nada respetado ()
Poco respetado ()
Respetado (X)
Muy respetado ()

6. ¿Qué tan necesaria considera una revisión o mejora de la Resolución N°0219-2018/SPC-INDECOPI para asegurar una mayor protección del derecho de libre elección del consumidor en el contexto de los cines?

- Nada necesaria ()
Poco necesaria ()
Necesaria (X)
Muy necesaria ()

Cierre y agradecimiento:

Agradecemos profundamente su tiempo y sus respuestas, las cuales serán fundamentales para nuestra investigación. Su perspectiva contribuirá al análisis y mejora de la normativa en protección al consumidor en el Perú.

MAPE/UDH/2024

ANEXO 6

VALIDACION DE CUESTIONARIO DE ENCUESTA DE EXPERTOS

CARGO

CARTA A EXPERTO

PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Huánuco, 25 de octubre de 2024

Dr. Alfredo MARTEL SANTIAGO

Docente de la Investigación de la UDH

Yo, **Miriam Adelisa POMA ESTEBAN**, identificado con DNI N° 72125791 domiciliada en la Av. Ingeniería Urb. 100 – Cayhuayna Alta, con número de celular: **943153923** y con correo electrónico **2013210049@uch.edu.pe** aspirante a título de Abogada por la UDH; con código N° **2013210049**; actualmente sustentante de tesis en Derecho a usted con la debida consideración, me presento y le expreso lo siguiente:

Por medio del presente es grato dirigirme a usted con la finalidad de saludarlo cordialmente, y al mismo tiempo solicitarle encarecidamente su apoyo en calidad de experto en materia de investigación, con la finalidad de que tenga a bien **validar mi instrumento de investigación** para así posteriormente aplicarlo para la obtención de información de los expertos.

El instrumento adjunto al presente servirá para la realización de mi tesis de Investigación titulado **"EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"**; para dicho efecto adjunto los referidos instrumentos, además de mi matriz de consistencia y la ficha de validación donde usted podrá hacer su evaluación correspondiente.

Sin otro particular y reconociéndole por anticipado su valioso apoyo me despido de usted muy agradecida.

Atentamente;



Bach. Miriam Adelisa POMA ESTEBAN

DNI N° 72125791

Recibido 
Alfredo Martel Santiago
ABOGADO
DNI. C.A.B. N° 1164
Hco 25/10/2024

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: "EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"

I.1. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y nombres.	Alfredo Martel Santiago
Cargo o Institución donde labora	Docente de investigación en la UDH
Nombre del Instrumento	Ficha de encuesta a experto
Teléfono del validador	961810986
Autora del Instrumento	Bach. MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SÍ	NO
Claridad	Los ítems del instrumento están formulados con un lenguaje apropiado y claro.	X	
Objetividad	Los ítems están expresados en conductas observables.	X	
Contextualización	Los ítems están adecuados a lo que se pretende medir en el contexto del problema de investigación.	X	
Organización	Los ítems guardan un criterio de organización lógica.	X	
Cobertura	Los ítems abarcan todos los aspectos de las dimensiones en cantidad y calidad.	X	
Intencionalidad	El instrumento es adecuado para valorar y/o medir aspectos del problema de investigación.	X	
Consistencia	Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos.	X	
Coherencia	Los ítems guardan coherencia con los indicadores y las dimensiones de sus variables.	X	
Metodología	Los ítems están formulados de manera estratégica, pues permiten probar las hipótesis de la investigación.	X	
Pertinencia	El instrumento a la vista es pertinente para ser aplicado en la muestra propuesta: (Ficha de entrevista)	X	

II. OPINIÓN DEL EXPERTO RESPECTO AL INSTRUMENTO PRESENTADO.

Es pertinente

IV. RECOMENDACIONES

Recomienda que se apique también a los operadores del INDECOPI

V. RESULTADO

APROBADO (X)

OBSERVADO ()

DESAPROBADO ()

Huánuco, 25 de octubre del 2024



Alfredo Martel Santiago

Registro ORCID N° 0000-0001-5129-5345

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: "EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"

III. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y nombres : Alfredo Martel Santiago
 Cargo o Institución donde labora : Docente de investigación en la UDH
 Nombre del Instrumento : Ficha de encuesta
 Teléfono del validador : 962810986
 Autora del Instrumento : Bach. MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SÍ	NO
Claridad	Los ítems del instrumento están formulados con un lenguaje apropiado y claro.	X	
Objetividad	Los ítems están expresados en conductas observables.	X	
Contextualización	Los ítems están adecuados a lo que se pretende medir en el contexto del problema de investigación.	X	
Organización	Los ítems guardan un criterio de organización lógica.	X	
Cobertura	Los ítems abarcan todos los aspectos de las dimensiones en cantidad y calidad.	X	
Intencionalidad	El instrumento es adecuado para valorar y/o medir aspectos del problema de investigación.	X	
Consistencia	Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos.	X	
Coherencia	Los ítems guardan coherencia con los indicadores y las dimensiones de sus variables.	X	
Metodología	Los ítems están formulados de manera estratégica, pues permiten probar las hipótesis de la investigación.	X	
Pertinencia	El instrumento a la vista es pertinente para ser aplicado en la muestra propuesta: (Ficha de entrevista)	X	

V. OPINIÓN DEL EXPERTO RESPECTO AL INSTRUMENTO PRESENTADO

Se advierte una coherencia mínima suficiente de sus preguntas con sus indicadores del problema.

IV. RECOMENDACIONES

Se recomienda aplicarlos en el tiempo donde haya mayor recurrencia de usuarios los cines y a los que tenga mayor asistencia.

V. Resultado:

APROBADO (X)
OBSERVADO ()
DESAPROBADO ()

Huánuco, 25 de octubre del 2024



Alfredo Martel Santiago
Registro ORCID N° 0000-0001-5129-5345
Docente de la investigación UDH

CARGO

CARTA A EXPERTO

PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Huánuco, 25 de octubre de 2024

Mg. Victor Raúl CONDEZO CALERO

Docente de la Investigación de la UDH

Yo, **Miriam Adelisa POMA ESTEBAN**, identificado con DNI N° **72125791** domiciliada en la Av. Ingeniería Urb. 100 – Cayhuayna Alta, con número de celular: **943153923** y con correo electrónico 2013210049@udh.edu.pe aspirante a título de Abogada por la UDH; con código N° **2013210049**; actualmente sustentante de tesis en Derecho a usted con la debida consideración, me presento y le expreso lo siguiente:

Por medio del presente es grato dirigirme a usted con la finalidad de saludarlo cordialmente, y al mismo tiempo solicitarle encarecidamente su apoyo en calidad de experto en materia de investigación, con la finalidad de que tenga a bien **validar mi Instrumento de Investigación** para así posteriormente aplicarlo para la obtención de información de los expertos.

El instrumento adjunto al presente servirá para la realización de mi tesis de investigación titulado **"EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"**; para dicho efecto adjunto los referidos instrumentos, además de mi matriz de consistencia y la ficha de validación donde usted podrá hacer su evaluación correspondiente.

Sin otro particular y reconociéndole por anticipado su valioso apoyo me despido de usted muy agradecida.

Atentamente;



Bach. Miriam Adelisa POMA ESTEBAN

DNI N° 72125791



Mg. Victor R. Condezo Calero
ABOGADO
C.A. N° 17 128

Recibi
25-10-24

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: "EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"

1.1. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y nombres.	Condezo Calero, Víctor Raúl
Cargo o Institución donde labora	Docente de investigación en la UDH
Nombre del Instrumento	Ficha de encuesta a experto
Teléfono del validador	949056242
Autora del Instrumento	Bach. MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SÍ	NO
Claridad	Los ítems del instrumento están formulados con un lenguaje apropiado y claro.	X	
Objetividad	Los ítems están expresados en conductas observables.	X	
Contextualización	Los ítems están adecuados a lo que se pretende medir en el contexto del problema de investigación.	X	
Organización	Los ítems guardan un criterio de organización lógica.	X	
Cobertura	Los ítems abarcan todos los aspectos de las dimensiones en cantidad y calidad.	X	
Intencionalidad	El instrumento es adecuado para valorar y/o medir aspectos del problema de investigación.	X	
Consistencia	Sus dimensiones e Indicadores están basados en aspectos teórico científicos.	X	
Coherencia	Los ítems guardan coherencia con los indicadores y las dimensiones de sus variables.	X	
Metodología	Los ítems están formulados de manera estratégica, pues permiten probar las hipótesis de la investigación.	X	
Pertinencia	El instrumento a la vista es pertinente para ser aplicado en la muestra propuesta: (Ficha de entrevista)	X	

II. **OPINIÓN DEL EXPERTO RESPECTO AL INSTRUMENTO PRESENTADO.**
El Instrumento si cumple con los requisitos para su aplicación, por lo tanto es pertinente.

IV. **RECOMENDACIONES**
Ninguna.

V. **RESULTADO**
APROBADO (X)
OBSERVADO ()
DESAPROBADO ()

Huánuco, 25 de octubre del 2024



Me. Víctor R. Condezo Calero
ABOGADO
C.A.N. Reg. N° 1228

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: "EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N° 0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023"

I. DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO VALIDADOR

Apellidos y nombres : Condezo Calero, Víctor Raúl
 Cargo o Institución donde labora : Docente de investigación en la UDH
 Nombre del Instrumento : Ficha de encuesta
 Teléfono del validador : 949056242
 Autora del Instrumento : Bach. MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Valoración	
		SÍ	NO
Claridad	Los ítems del instrumento están formulados con un lenguaje apropiado y claro.	X	
Objetividad	Los ítems están expresados en conductas observables.	X	
Contextualización	Los ítems están adecuados a lo que se pretende medir en el contexto del problema de investigación.	X	
Organización	Los ítems guardan un criterio de organización lógica.	X	
Cobertura	Los ítems abarcan todos los aspectos de las dimensiones en cantidad y calidad.	X	
Intencionalidad	El instrumento es adecuado para valorar y/o medir aspectos del problema de investigación.	X	
Consistencia	Sus dimensiones e indicadores están basados en aspectos teórico científicos.	X	
Coherencia	Los ítems guardan coherencia con los indicadores y las dimensiones de sus variables.	X	
Metodología	Los ítems están formulados de manera estratégica, pues permiten probar las hipótesis de la investigación.	X	
Pertinencia	El instrumento a la vista es pertinente para ser aplicado en la muestra propuesta: (Ficha de entrevista)	X	

III. OPINIÓN DEL EXPERTO RESPECTO AL INSTRUMENTO PRESENTADO

Es pertinente

IV. RECOMENDACIONES

Se recomienda aplicarlos los fines de semanas donde haya mayor asistencia de las personas ingresantes al cine.

V. Resultado:

APROBADO (X)
OBSERVADO ()
DESAPROBADO ()

Huánuco, 25 de octubre del 2024



Mg. Víctor H. Condazo Calero
ABOGADO
C.O.A.B. Reg. N° 1238

ANEXO 7
FOTOGRAFÍAS



ANEXO 8

RESOLUCION DE DESIGNACION DE ASESOR



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
RESOLUCIÓN N° 515 -2023-DFD-UDH
Huánuco, 19 de Mayo del 2023



Visto, la solicitud con ID: 00004093 formulado por doña **MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN**, Bachiller del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Huánuco, quien solicita la designación de docente Asesor para la elaboración y desarrollo del Proyecto de Trabajo de Investigación Científica (Tesis) intitulado: "**LA ACCIÓN DEL HECHO SEXUAL COMO FACTOR CONDICIONANTE DE PERMANENCIA EN EL TRABAJO, GOBIERNO REGIONAL DE HUANUCO, 2022**";

CONSIDERANDO:

Que, la Ley Universitaria N°30220 concordante con el Art. 14° del Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco; establece en el numeral uno que para obtener el Título Profesional de Abogada se tiene que realizar un Trabajo de Investigación Científica (Tesis), y el Art. 27° del Reglamento acotado, establece que la candidata solicitará al Decano de la Facultad, la designación de un docente asesor;

Que, la docente Asesor tiene la responsabilidad de orientar permanentemente a la candidata durante la elaboración del Proyecto de Investigación, culminado el proyecto, la candidata presentará tres ejemplares del proyecto de investigación visados por el docente asesor, de acuerdo a los esquemas de investigación, solicitando su aprobación;

Que, estando a lo dispuesto en la Ley Universitaria N° 30220, concordante con el estatuto y Art. 27° del Reglamento General de Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 466-2016-R-CU-UDH del 23 de mayo de 2016 y la facultad contemplada en la Res. N° 644-2016-R-UDH; de fecha 25 de Agosto del 2016 y la Resolución N° 005-2022-R-AU-UDH del 28/DIC/22;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- DESIGNAR como docente Asesor al **DR. PEDRO ALFREDO MARTINEZ FRANCO** el Proyecto y desarrollo del Trabajo de Investigación Científica (Tesis), a realizar por la Bachiller **MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN** Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad de Huánuco;

Artículo Segundo.- ESTABLECER, que de acuerdo a la Resolución N°1232-2017-R-CU-UDH del 30 de junio del 2017 la Bachiller tiene un plazo de 6 meses pudiendo solicitar ampliación por única vez 2 meses para presentar su informe final;

Regístrese, comuníquese y archívese



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
Dr. Pedro Alfredo Martínez Franco
Dr. Fernando Corzo Barrueta
DECANO

Distribución .- Exp. Grad.- Int.- Asesor.- Archivo FCB/gtc

ANEXO 9

RESOLUCION DE APROBACION DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
RESOLUCIÓN N° 1173-2024-DFD-UDH
Huánuco, 25 de Octubre del 2024

Visto; la solicitud con ID: 000008837, presentado por la Bachiller **MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN** del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas, quien solicita Aprobación el Trabajo de Investigación intitolado: "**EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N°0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023**";

CONSIDERANDO:

Que, la Bachiller ha cumplido con presentar la documentación exigida por la Comisión de Grados y Títulos del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas, para ejecutar el Trabajo de Investigación conducente al Título Profesional;

Que, con Resolución N° 1518-23-DFD-UDH de fecha 04/DIC/23 se designan como Jurados Revisores: MTRA. RUTH MARIKSA MONTALDO YERENA Informe N° 0116-2023-RMMY-UDH del 11/DIC/23, MTRA. ROCIO JANETH RAMIREZ ROSALES Carta N° 018-2024-DOCENTE-ABG-RJRR del 17/OCT/24, y MTRO IVAN MOISES CAMPOS DE LA ROSA Informe N° 06-2024-JCDLR/ABOG de fecha 29/JUL/24, quienes informan **APROBADO** el Trabajo de Investigación;

Que, estando a lo dispuesto en el Art. 26 del Reglamento General de Grados y Títulos de la UDH, el Art. 44° inc. C) del Estatuto Universitario y las atribuciones del Decano conferida mediante Resolución N° 795-2018-R-CU-UDH, de fecha 13 de julio de 2018 y la Resolución N° 552-2023-P-CD-UDH del 16/AGO/23;

SE RESUELVE:-

Artículo Único. - **APROBAR** el Trabajo de Investigación Científica (tesis) intitolado: "**EL NIVEL DE EFICACIA DE LA RESOLUCIÓN N°0219-2018/SPC-INDECOPI COMO MECANISMO DE LIBRE ELECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CINEPLANET HUÁNUCO, 2023**" presentado por la Bachiller **MIRIAM ADELISA POMA ESTEBAN** del Programa Académico de Derecho y Ciencias Políticas.

Regístrese, comuníquese y archívese



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
D. FERNANDO CORCOBARRUETA
DECANO

DISTRIBUCIÓN: Esp. Grad.- Int.- Asesor, Archivo, FCB/gtc.