



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**BUENAS PRÁCTICAS EN TRANSACCIONES
COMERCIALES: COSTO DE INCUMPLIR EN LA EMPRESA
COMERCIAL, CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA:

Bach. CAROL SMITH MANIHUARI VÁSQUEZ

ASESOR:

CPC CARLOS ANÍBAL GARCÍA DEL CASTILLO, MGR.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE
MERCADOS Y TERRITORIOS**

IQUITOS – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido alcanzar este logro, por estar siempre conmigo en mi camino y ponerme a personas en el trayecto que han sido pieza fundamental. A mi Mama Anita Vásquez, pues sin ella no lo hubiera logrado Gracias por tus motivaciones. A mis Padres Luz y Gerardo por haberme dado la vida.

También dedico este trabajo a mi hija Luz Alejandra, quien es mi fuente de inspiración y superación; a Julio Abel y Cristian Willy, quienes estuvieron conmigo en estos años de formación; por eso quiero compartir este logro y agradecer todo sus apoyo y comprensión.

CAROL SMITH MANIHUARI VASQUEZ

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo y sincero va dirigido a quienes han forjado mi camino y me han dirigido por el sendero correcto. A CRISTHIAM MANUYAMA por ser ese soporte en esta última etapa de mi carrera. A La UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERU, Facultad de Negocios; a los docentes que forzaron con gran vocación impartieron sus conocimientos.

También mi agradecimiento al CPC. CARLOS ANIBAL GARCIA DEL CASTILLO, porque es un ejemplo y a quien admiro, por su esfuerzo y consejos brindados para que culmine y me gradué como profesional.

CAROL SMITH MANIHUARI VASQUEZ

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 875-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 21 de diciembre de 2022, se autorizó la sustentación para el día viernes 23 de diciembre de 2022.

Siendo las 17.00 horas del día 23 de diciembre se constituyó de modo presencial Jurado para escuchar la presentación y defensa del informe Final de Tesis BUENAS PRÁCTICAS EN TRANSACCIONES COMERCIALES: COSTO DE INCUMPLIR EN LA EMPRESA COMERCIAL, CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2021.

Presentado por:

MANIHUARI VASQUEZ CAROL SMITH
Para optar el título profesional de Contador Público

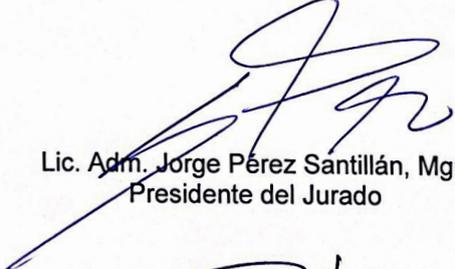
Asesor: CPC. Carlos Aníbal García Del Castillo, Mgr.

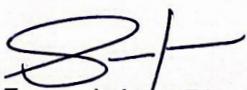
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

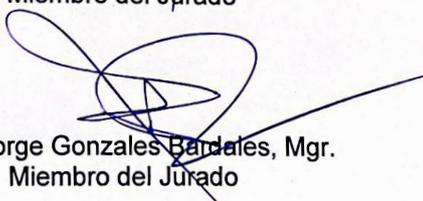
La sustentación es: APROBADA POR MAYORIA

A las 18.50 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mgr.
Presidente del Jurado


CPC. Paul Fernando Lazo Ríos, Mgr.
Miembro del Jurado


CPC. Jorge Gonzales Badales, Mgr.
Miembro del Jurado

Contáctanos:

Sede Iquitos – Perú
065 - 261088 / 065 - 262240
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto – Perú
042-564903
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

"BUENAS PRÁCTICAS EN TRANSACCIONES COMERCIALES: COSTO DE INCUMPLIR EN LA EMPRESA COMERCIAL, CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2021"

De los alumnos: **CAROL SMITH MANIHUARI VASQUEZ**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **4% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 22 de Noviembre del 2022.

Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética – UCP

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Portada	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Acta de sustentación.....	iv
Constancia de originalidad.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	
1.1 Antecedentes del estudio	01
1.2 Bases teóricas.....	04
1.2.1 Las ventas en las empresas comerciales.....	04
1.2.2 Las buenas prácticas comerciales.....	08
1.3 Definición de términos básicos.....	13
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1 Descripción del problema	15
2.2 Formulación del problema	17
2.3 Objetivos de la investigación	18
2.3.1 Objetivo general	18
2.3.2 Objetivos específicos	18
2.4 Hipótesis	18
2.4.1 Hipótesis general	18
2.4.2 Hipótesis específica	18
2.5 Variables y operacionalización.....	19

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1	Tipo y diseño	20
3.2	Población y muestra	20
3.2.1	Población.....	20
3.2.2	Muestra.....	21
3.3	Técnica, instrumento y procedimiento de recolección de datos.....	21
3.4	Procedimiento y análisis de datos	21

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1	Sectores económicos con malas prácticas comerciales en el país.....	22
4.2	Malas prácticas comerciales en la ciudad de Iquitos.....	33

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	DISCUSIÓN.....	33
5.2	CONCLUSIONES.....	35
5.3	RECOMENDACIONES.....	36

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....37

ANEXOS.....38

Anexo 1:	Instrumento de recolección de datos.....	38
----------	--	----

ÍNDICE DE TABLAS

N°	TÍTULO	Página
01	Operacionalización de la variable	19
02	Sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, totales Perú, periodo 2019 – 2021 (cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)	23
03	Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, por sectores económicos Perú, periodo 2019 – 2021 (cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)	24
04	Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, por sectores económicos Perú, años 2019 y 2021 (Participación porcentual)	25
05	Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos Perú, periodo 2019 – 2021 (UIT: Unidades Impositivas Tributarias)	26
06	Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos Perú, años 2019 y 2021 (UIT: Unidades Impositivas Tributarias) (Participación porcentual)	27
07	Sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sede Iquitos, periodo 2019 – 2021 (cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)	28
08	Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos sede Iquitos, periodo 2019 – 2021 (cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)	30

09	Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos sede Iquitos, años 2019 y 2021 (Participación porcentual)	30
10	Referente a las sanciones expresadas en UIT, se observa Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores sede Iquitos, periodo 2019 – 2021 (UIT: Unidades Impositivas Tributarias)	31
11	Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos sede Iquitos, años 2019 y 2021 (Participación porcentual)	32

RESUMEN

Buenas prácticas en transacciones comerciales: costo de incumplir en la empresa comercial, ciudad de Iquitos, año 2021

Carol Smith Manihuari Vázquez

Las empresas realizan diversas actividades para generar ingresos económicos y gastos de apoyo (administrativos y comerciales) y gastos financieros, desde esta perspectiva se aplican las buenas prácticas.

El Estado impulsa las herramientas y condiciones que permitan lograr un ambiente de negocios productivo en el Perú, donde las empresas puedan invertir, innovar, crear empleos y expandirse.

El diseño es descriptivo y no experimental.

Se toma como información, los sectores económicos y comerciales sancionados por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales.

Hay alto incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales han incurridos en la ciudad de Iquitos, un alto grado de concentración de sectores económicos sancionados por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, a nivel de Perú, periodo 2019 - 2021.

En materia de cantidad de sanciones, la sede Iquitos, representa una pequeña fracción en el contexto nacional, el 1,08% en el año 2019 y se reduce al 0,85% en el año 2021, mostrando mejora del performance de las empresas con sus clientes.

Palabras claves: Buenas prácticas, Organización, Incumplimiento.

ABSTRACT

Good practices in commercial transactions: cost of non-compliance in the commercial company, city of Iquitos, year 2021

Carol Smith Manihuari Vázquez

Companies carry out various activities to generate economic income and support expenses (administrative and commercial) and financial expenses, from this perspective good practices are applied.

The State promotes the tools and conditions that make it possible to achieve a productive business environment in Peru, where companies can invest, innovate, create jobs, and expand.

The design is descriptive and not experimental.

The economic and commercial sectors sanctioned by Indecopi for consumer complaints for bad practices in commercial transactions are taken as information.

There is a high degree of non-compliance with good practices in commercial transactions in the city of Iquitos, a high degree of concentration of economic sectors sanctioned by Indecopi for consumer complaints for bad practices in commercial transactions, at the level of Peru, period 2019 - 2021.

In terms of the number of sanctions, the Iquitos headquarters represents a small fraction in the national context, 1.08% in 2019 and is reduced to 0.85% in 2021, showing improvement in the performance of companies with Your clients.

Keywords: Good practices, Organization, Breach.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes del estudio.

Dávila Pereyra (2016), en su tesis *Afectación al deber de idoneidad de servicios en los casos de retrasos de vuelos aéreos de los consumidores de acuerdo a las denuncias tramitadas ante Indecopi de la oficina regional de San Martín, periodo 2015*, tuvo como objetivo identificar los factores que intervinieron en los casos afectos a retrasos de vuelos y denuncias tramitadas.

Su metodología fue de diseño descriptivo y no experimental; con población formada por las resoluciones finales de las denuncias tramitadas, y una muestra de cinco de ellas, sobre las que aplicó análisis documental.

Concluye que, en cuatro casos las líneas aéreas no cumplieron el deber de idoneidad, siendo los factores de retraso la verificación mecánica de las naves, acumulación del tráfico aéreo y la meteorología. Estos han ocurrido en tres líneas aéreas, a quienes dieron cuatro sanciones leves. El libro de reclamaciones es uno de las medidas que pueden utilizar los pasajeros frente a los retrasos de vuelos. No todos los pasajeros denuncian el retraso de vuelo aéreo debido a la falta de tiempo, desconocimiento y desidia

Finalmente, concluye que cuatro casos denunciados han sido sancionados por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos del INDECOPI de la Oficina Regional de San Martín con sanciones administrativas leves (hasta 50 Unidades Impositivas Tributarias) y sólo un uno no ha sido sancionado, al no haberse acreditado el retraso del vuelo aéreo por parte de los afectados.

Mormontoy Ccanahuire (2017), en su tesis *Aplicación de la sanción pecuniaria del Indecopi a los infractores del código de protección y defensa del consumidor según los criterios utilizados por la comisión de protección del consumidor de la oficina regional del Indecopi-Cusco, 2014-2016*, tuvo como objetivo determinar la naturaleza jurídica de la sanción pecuniaria, los criterios para sancionar pecuniariamente a los infractores, y los efectos adversos que genera la sanción en el proveedor.

Su metodología fue de diseño descriptivo y no experimental; con población formada por las resoluciones de Indecopi, y una muestra de diez de ellas, y aplicó entrevista a los abogados con experiencia en la materia.

Concluye que, sobre uno de los casos la aplicación de la sanción pecuniaria a los infractores del Código de Protección y Defensa del Consumidor, es de forma indebida, ello a consecuencia del uso discrecional e inadecuado de los criterios de graduación de las sanciones, creándose así, criterios objetivos sobre la aplicación de sanciones pecuniarias no previstos en la norma, en la jurisprudencia ordinaria y vinculante, tales como, que el monto para la infracción sobre la no implementación y visualización del libro de reclamaciones, sin la utilización de la metodología especial es de 0.75 UITs y para las infracciones que versen sobre la falta de devolución del depósito a plazo fijo considerado como agravio al consumidor, es de 1 UIT por cada diez mil soles.

Arias Ricardo *et al.* (2021), en su tesis *Buenas prácticas en la gestión de equipos de ventas en empresas del sector financiero peruano*, tuvieron como objetivo identificar buenas prácticas en la selección de los equipos de ventas, operaciones de ventas y control de resultados comerciales.

Su metodología fue de diseño descriptivo y no experimental; con población formada por los equipos de venta de 54 instituciones financieras, y una muestra de 30 de ellos, a quienes aplicaron entrevista.

Concluyen que, una buena práctica en empresas financieras requiere de un líder del equipo de ventas con cuatro rasgos: competencias para dirigir a un equipo, capacidad para desarrollar a las personas, generar influencia positiva en las mismas y lograr alcanzar un objetivo común. El área de recursos humanos debe enfocarse en las competencias: actitud, proactividad, capacidad de comunicación, experiencia comercial, perseverancia, empatía y compromiso.

Añaden que, las empresas deben aplicar la mejora continua en sus procesos basadas en los principios de gestión de calidad, norma ISO 9001, medido en eficacia, eficiencia y flexibilidad, y en una cultura de gestión de procesos. En el área comercial los procesos deben ser automatizados y sistemas integrados, para evitar tareas repetitivas que demandan tiempo y aportan poco valor.

Finalmente concluye que, la productividad de los equipos de ventas se mide con indicadores de gestión, de manera continua (diaria o semanal), con información relevante, de fácil entendimiento, al alcance de todos, y recomiendan usar el cuadro de mando integral o balance scorecard.

Escobar y Pérez (2011), en su tesis *Estrategia de negociaciones de ventas centralizadas en un conglomerado de empresas*, tuvieron como objetivo analizar los beneficios y riesgos de centralizar las ventas en un conglomerado, bajo un modelo de negociación de compras centralizadas.

Su metodología fue de diseño descriptivo y no experimental, con población formada por los trabajadores de un conglomerado de empresas, Carbajal, y una muestra de 20 de ellos, a quienes aplicaron entrevista.

Concluye que, los clientes institucionales y empresariales comunes no están conformes de contactar con vendedores de diferentes empresas del conglomerado para obtener los productos y servicios, lo califican como descoordinación interna y preferirían obtener un sólo contacto y negociar sus necesidades a través de un portafolio de productos y servicios. Y que pueden correr el riesgo de falta de servicio postventa o respaldo deficiente.

Finalmente concluyen que, al unificar una sola marca para los productos y servicios que ofrece el conglomerado, se fortalecería para posicionarlo en las personas y esto aumenta las posibilidades de éxito para ingresar nuevos productos y servicios bajo el nombre o marca posicionada. Una estrategia de centralización de ventas correctamente implementada afectaría positivamente su crecimiento de mercado y agregación de valor a los accionistas y su sostenimiento en el mediano y largo plazo.

1.2 Bases teóricas.

1.2.1 Las ventas en las empresas comerciales.

Las empresas realizan diversas actividades para generar ingresos económicos y que permitan generar costos, gastos de apoyo (administrativos y comerciales) y gastos financieros, caso que asuman deudas y pagar los intereses, además de amortizar parte de la deuda.

El IASCF (2007) en la Norma Internacional de Contabilidad 18 (NIC 18) describe el concepto de ingreso de las empresas desde dos fuentes importantes: “comprende tanto los ingresos de actividades ordinarias como las ganancias”. Cabe indicar que fue reemplazado por la NIIF 15 proporciona un marco integral para el reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes.

Agrega referente a los ingresos de actividades ordinarias que ellas “surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad y adoptan una gran variedad de nombres, tales como ventas, comisiones, intereses, dividendos y regalías”.

Referente al nombre de ventas esta expresa la actividad final en la que debe culminar toda actividad productiva (venta de productos) o de servicios (prestación de servicios). Y sobre ella se establecen transacciones con los clientes (se busca proteger al consumidor, entendida como la parte débil) o se generan obligaciones tributarias (Impuesto a la renta, Impuesto General a las Ventas, Impuesto Selectivo al Consumo).

El producto es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, producido o no en el país, materia de una transacción comercial con un consumidor (art. 3, Decreto Legislativo 716, Código de Protección al Consumidor, año 1991, derogado).

El concepto de producto se ha mantenido en el tiempo, cambiando el aspecto de su procedencia, de “producido” al de “origen”.

El producto es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no (art. 4, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, año 2010, vigente).

La NIC 18 define el término productos como “los producidos por la entidad para ser vendidos, como los adquiridos para su reventa, tales como las mercaderías de los comercios al por menor”.

Fue reemplazada por la NIIF 15 proporciona un marco integral para el reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes.

También define que “la prestación de servicios implica, normalmente, la ejecución, por parte de la entidad, de un conjunto de tareas acordadas en un contrato, con una duración determinada en el tiempo. Los servicios pueden prestarse en el transcurso de un único periodo o a lo largo de varios periodos contables”.

Servicios es cualquier actividad de prestación de servicios, que se ofrece en el mercado a cambio de una retribución, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguridad y los servicios profesionales (art. 3, Decreto Legislativo 716, Código de Protección al Consumidor, año 1991, derogado).

El concepto de servicio se ha mantenido en el tiempo, agregando dos nuevas actividades de crecimiento importante en el país, las “previsionales” y los “servicios técnicos”.

Servicio es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales (art. 4, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, año 2010, vigente).

Las ventas son el corazón de los negocios y esas deben crecer sosteniblemente, pues hay diversos intereses en ellas. Primero, las

empresas desarrollan estrategias para incrementarlas (permiten generar mayor riqueza para sus propietarios o accionistas). Segundo, los trabajadores al recibir una fuente de trabajo y las respectivas remuneraciones. Tercero, el gobierno al recibir ingresos tributarios (por ejemplo, los impuestos directos e indirectos). Cuarto, los clientes quienes reciben los bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

El Estado ha definido políticas para crear ambientes en las cuales los negocios crezcan y se desarrollen, y permitan satisfacer intereses de los grupos señalados.

Se ha elaborado el Plan Nacional de Competitividad y Productividad (2019), con objetivos prioritario (OP). El OP6 señala que “el Estado impulsa las herramientas y condiciones que permitan lograr un ambiente de negocios productivo en el Perú, donde las empresas puedan invertir, innovar, crear empleos y expandirse. [...] se plantearon diversas medidas que buscan incrementar la rentabilidad de las empresas a la cercanía de los insumos, la presencia de proveedores de servicios especializados y un ambiente que permita elevar estándares de calidad y gestión” (pág.29 y 30).

En las transacciones participan el proveedor, como empresa, y el consumidor, o cliente, cada uno con roles y capacidad de influir en sus propios beneficios, muchas veces con perjuicio del otro.

Respecto al proveedor, este podía tener roles de productor o fabricante, importador, distribuidor o comerciante, prestador (art. 4, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, año 2010, vigente), con los conceptos siguientes:

- a. Proveedor. Fabrica, elabora, manipula, acondiciona, mezcla, envasa, almacena, prepara, expende o suministra bienes o presta servicios a los consumidores.
- b. Distribuidor o comerciante. En forma habitual vende o provee de otra forma al por mayor, al por menor, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.
- c. Productor o fabricante. Produce, extrae, industrializa o transforma bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
- d. Importador. En forma habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
- e. Prestador. En forma habitual presta servicios a los consumidores

Se define al consumidor como las personas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional (art. 4, numeral 1.1, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

2.2.2 Las buenas prácticas comerciales.

En las operaciones de ventas, muchas empresas incurren en malas prácticas al no detectar los riesgos y establecer las obligaciones respectivas.

La NIC 18 señala que “una entidad puede retener riesgos significativos de diferentes formas”.

Fue reemplazado por la NIIF 15 proporciona un marco integral para el reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes.

A continuación, presenta ejemplos de situaciones en las que la entidad puede conservar riesgos y asumir obligaciones:

- a. Cuando la entidad asume obligaciones derivadas del funcionamiento insatisfactorio de los productos, que no entran en las condiciones normales de garantía;
- b. Cuando la recepción de los ingresos de actividades ordinarias de una determinada venta es de naturaleza contingente porque depende de la obtención, por parte del comprador, de ingresos de actividades ordinarias derivados de la venta posterior de los bienes;
- c. Cuando los bienes se venden junto con la instalación de los mismos y la instalación es una parte sustancial del contrato, siempre que ésta no haya sido todavía completada por parte de la entidad;
- d. Cuando el comprador tiene el derecho de rescindir la operación por una razón especificada en el contrato de venta y la entidad tiene incertidumbre acerca de la probabilidad de devolución.

Los actos de las personas deben beneficiar a otros, no perjudicarlos. Pero, en la práctica ello no ocurre, hay muchos accioneros de las empresas que perjudican, como es el caso en las transacciones comerciales, donde participan los consumidores, y

tienen derechos, pero por su actuación individual tienen alto grado de vulnerabilidad.

El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor (art. VI, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

Por ello, se ha establecido un mandato constitucional basada en tres derechos de los consumidores (art. 65, Constitución política del Perú 1993):

1. Derecho a la información sobre bienes y servicios;
2. Derecho a la salud; y,
3. Derecho a la seguridad.
4. También se comprende que las instituciones públicas están obligadas a llevar libros de reclamaciones.

Para poner en práctica estos derechos constitucionales de los consumidores, se ha establecido que “el Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes” (art. VI, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

Se han dado diversas normas para regular la defensa y protección del consumidor:

- a. Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor (Decreto Supremo 011-2011-PCM, del 19 febrero 2011).
- b. Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor (Decreto Supremo 029-2011-PCM, del 14 abril 2011).
- c. Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores (Decreto Supremo 030-2011-PCM, del 14 abril 2011).
- d. Reglamento que establece los mecanismos para la propuesta y designación de los representantes de las entidades y gremios al Consejo Nacional de Protección al Consumidor (Decreto Supremo 031-2011-PCM, del 14 abril 2011).
- e. Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo (Decreto Supremo 103-2019-PCM, del 29 mayo 2019).

Sobre la defensa de los consumidores y usuarios, el Estado asume esa función: “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios”. (art. 65, Constitución Política de 1993).

La protección de los consumidores es ejercida por el Indecopi, entidad quien, en su calidad de autoridad nacional de protección del consumidor, es competente para verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Decreto Legislativo 1033, Organización y funciones del

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi).

Indecopi ha establecido sanciones:

- a. Multas coercitivas por incumplimiento de mandato: si la empresa incumple la medida cautelar, Indecopi le puede imponer una multa coercitiva no menor de 1 Unidad Impositiva Tributaria (UIT), si es una microempresa, o no menor de tres 3 UIT, en caso de no serlo. Si el incumplimiento persiste, Indecopi puede duplicar sucesivamente las multas hasta el límite de 200 UIT.
- b. Sanciones administrativas de hasta 450 UIT: adicionalmente, Indecopi puede sancionar las acciones del proveedor que califiquen como una infracción al Código de Protección y Defensa del Consumidor, con una amonestación y/o multas de hasta 450 UIT, de la siguiente manera: Infracciones leves, con una amonestación o el pago de hasta 50 UIT; infracciones graves, con una multa de hasta 150 UIT; e infracciones muy graves, con multas de hasta 450 UIT.
- c. Medidas correctivas reparadoras y complementarias: además de la sanción administrativa que se le imponga al proveedor, el Indecopi puede ordenar medidas correctivas reparadoras y complementarias. Las reparadoras buscan resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas originadas por la infracción (por ejemplo: entrega de producto con características similares, devolución de dinero, entre otros). Las complementarias persiguen revertir los efectos de la infracción o evitar que esta se repita en el futuro (por ejemplo: publicación de avisos rectificatorios o, en caso de infracciones

muy graves y de reincidencia, la clausura temporal del establecimiento, entre otros).

AÑO	UIT	VARIACIÓN
2019	4200	100%
2020	4300	103%
2021	4400	105%

1.3 Definición de términos básicos.

- a. Exhibición de precios o de listas de precios. Los establecimientos comerciales están obligados a consignar de manera fácilmente perceptible para el consumidor los precios de los productos en los espacios destinados para su exhibición. Igualmente, deben contar con una lista de precios de fácil acceso a los consumidores. En el caso de los establecimientos que expenden una gran cantidad de productos o servicios, estas listas pueden ser complementadas por terminales de cómputo debidamente organizados y de fácil manejo para los consumidores (art. 5, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

- b. Medio de pago. En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros, dicha información deber ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares. En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio (art. 7, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

- c. Información acerca de los productos envasados. los productos envasados ofrecidos al consumidor deben tener de manera visible y legible la información establecida en la norma sectorial de rotulado correspondiente. En el caso de productos destinados a la alimentación y la salud de las personas, esta obligación se extiende a informar sobre sus ingredientes y componentes (art. 10, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

- d. Información sobre productos no originales o con defectos. Cuando se expende al público productos con alguna deficiencia o defecto, usados, reconstruidos o remanufacturados, debe informarse notoriamente esta circunstancia al consumidor, mediante mecanismos directos de información, haciéndolo constar indistintamente en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, y en los comprobantes de pago correspondientes, siendo su responsabilidad acreditar el cumplimiento de dicha obligación. El incumplimiento de esta exigencia es considerado contrario a la buena fe en el comportamiento exigible al proveedor (art. 11, Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor).

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

2.1 Descripción del problema.

En el ámbito internacional ocurren muchos casos de malas prácticas en el ámbito comercial, con proveedores y con clientes, y sobre las cuales se aplicaron diversas sanciones económicas, y esto impactó en los resultados económicos de la empresa sancionada,

Sandro Pozzi (2009), periodista internacional, explica que “Pfizer, el gigante farmacéutico fue sancionado con 2.300 millones de dólares (1.613 millones de euros) por las prácticas ilícitas en la comercialización de varios de sus medicamentos, como los tratamientos contra el dolor Bextra y Lyrica. La farmacéutica estaba ofreciendo Bextra, Lyrica, Geodon (esquizofrenia) y Zyvox (infecciones) para condiciones médicas diferentes a las indicaciones para las que fue autorizado por la autoridad”.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia – CNMC de España (2019) informa que diez de las principales compañías de la industria láctea española han sido sancionadas con 80,6 millones de euros. El regulador les acusa de "coordinar estrategias comerciales en detrimento de los intereses de los ganaderos. Estas consistían en intercambiar información a nivel nacional y regional sobre precios de compra de leche cruda de vaca, volúmenes de compra de ganaderos y excedentes de leche. El objetivo era consensuar y adoptar una estrategia conjunta para controlar el mercado de aprovisionamiento de leche cruda de vaca”.

A nivel de Perú, las sanciones son diversas y ellas son establecidas por el organismo regulador Indecopi.

Ivo Gagliuffi (2017), presidente del Indecopi, señaló que “el ente fiscalizador ha realizado 267 inspecciones en las diferentes actividades comerciales de productos y servicios demandados por la ciudadanía en las zonas declaradas en emergencia por los desastres naturales. La operación se llevó a cabo en 15 regiones. Con mayor intensidad en Tumbes, Piura, Lambayeque, Ancash, la Libertad y Lima”.

Agrega que, “tenemos 45 días fiscalizando el mercado. Salimos a investigar si se estaban respetando los precios o se ocultaban productos en los supermercados y mercados de abastos”.

Añade que “entre las posibles infracciones se encuentran no cumplir con el endoso y postergación de pasajes, no contar con libro de reclamaciones y no informar de manera adecuada la lista de precios (esto en el servicio del transporte aéreo). Asimismo, en algunos supermercados se encontraron posibles infracciones en la obligación de informar de manera adecuada los precios de los productos, lo que también se verificó en algunos mercados de abastos”.

Indecopi (2022), a través de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (CCD), resolvió que Tiendas Efe difundió una promoción de ventas del Televisor AOC 32” (Modelo 32S5285), en la que habría una supuesta rebaja de S/ 899 a S/ 699, lo cual daba a entender a los consumidores que estarían adquiriendo un precio más ventajoso. Sin embargo, en realidad no existía una verdadera rebaja del precio regular, pues los consumidores pagaban S/ 699 antes y después de la promoción, lo cual infringe la Ley de Represión de la Competencia Desleal (DL N°1044). En la práctica, el proveedor atentó contra el interés económico de los consumidores y su derecho a la información y transgredió el concepto de promoción de ventas,

contrario a las exigencias de la buena fe empresarial, por lo que incurrió en un acto de engaño.

Como consecuencia de este hecho, la CCD sancionó a Tiendas Efe con una amonestación e inscribió en el Registro de Infractores creado para tal fin.

Estos hechos también ocurren en diversas ciudades del Perú, como es el caso de Iquitos, y se requiere observar el proceso seguido por parte de los consumidores y el accionar de la institución Indecopi.

2.2 Formulación del problema.

El problema descrito se resume en la siguiente interrogante general:

¿Qué incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales han incurridos las empresas, en la ciudad de Iquitos, Sede Iquitos, año 2021?

Las interrogantes específicas son las siguientes:

¿Cuáles fueron los sectores económicos sancionados por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, a nivel de Perú, periodo 2019 - 2021?

¿Cuáles fueron los sectores comerciales sancionados por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, en la ciudad de Iquitos, sede Iquitos, periodo 2019 - 2021?

2.3 Objetivos de la investigación.

2.3.1 Objetivo general.

Estudiar el incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales que se han incurridos las empresas en la ciudad de Iquitos, Sede Iquitos, año 2021.

2.3.2. Objetivos específicos.

- a. Determinar los sectores económicos sancionados por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, a nivel de Perú, periodo 2019 - 2021.
- b. Determinar los sectores comerciales por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, en la ciudad de Iquitos, Sede Iquitos, periodo 2019 - 2021.

2.4 Hipótesis.

2.4.1 Hipótesis general.

Se observan alto incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales han incurridos las empresas en la ciudad de Iquitos, Sede Iquitos, año 2021.

2.4.2 Hipótesis específica.

Se observan alto grado de concentración de sectores económicos sancionados por Indecopi por denuncia de los

consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, a nivel de Perú, periodo 2019 - 2021.

Se observan tendencia creciente de casos de proveedores sancionados por Indecopi por denuncia de los consumidores por malas prácticas en las transacciones comerciales, en la ciudad de Iquitos, Sede Iquitos, periodo 2019 – 2021

2.5 Variables y operacionalización.

Tabla N° 01

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales	1. Sectores o actividades económicas Perú	1.1 Tipos de sectores o actividades económicas. 1.2 Cantidad de sanciones. 1.3 Monto económico (UIT) 1.4 Año 2019 = 100 1.5 Variación anual.
	2. Sectores o actividades económicas sede Iquitos	2.1 Tipos de sectores o actividades económicas. 2.2 Cantidad de sanciones. 2.3 Monto económico (UIT) 2.4 Año 2019 = 100 2.5 Variación anual. 2.6 Participación en el total nacional

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.

3.1 Tipo y diseño.

El diseño es descriptivo y no experimental. Es descriptivo, por cuanto solo se describieron las resoluciones de sanciones y amonestaciones, tomadas por el regulador Indecopi ante las denuncias de los consumidores en las transacciones ante las empresas comerciales. Es no experimental, porque no se buscó modificar el comportamiento de la variable.

El tipo de estudio es retrospectivo, porque se tomó información ocurrida en el pasado, en el periodo de tiempo, antes indicado.

El tipo de estudio es de intensidad transversal, porque el instrumento de recolección de datos se aplicó en una sola oportunidad.

También es de casos, porque se observó el comportamiento de un ámbito territorial, la sede Loreto.

3.2 Población y muestra.

3.2.1 Población.

Se explica por los criterios de inclusión:

Elemento: sanciones ante denuncias realizadas ante INDECOPI.

Alcance: sede Iquitos. (Ciudad de Iquitos – Centraliza todo el accionar del Departamento de Loreto)

Unidad de muestreo: sanción realizada por el regulador INDECOPI.

Unidad de análisis: el sector y la empresa

Tiempo: hechos ocurridos en el periodo 2019 - 2021.

3.2.2 Muestra.

Considerando que es una población finita, un periodo de tiempo, se seleccionaron los años 2019, 2020 y 2021. Se utilizó el muestreo no probabilístico.

3.3 Técnica, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.

La técnica son las hojas estadísticas de análisis de información cuantitativa.

El trabajo de investigación seguirá el procedimiento siguiente:

- Se identificaron las operaciones de obtener información, portal institucional de INDECOPÍ.
- Se determinó la veracidad de la información.
- Se organizó la información en tablas de doble entrada y se expresaron en estructuras porcentuales.

3.4 Procedimientos y análisis de datos.

La tabulación de la información se realizó mediante cuadros de una sola variable en un periodo de tiempo. El análisis de la información utiliza la estadística descriptiva utilizando medidas tales como: promedios, porcentuales y unidades monetarias.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Sectores económicos con malas practicas comerciales en el país.

Las actividades de las empresas están presentando malas prácticas comerciales en diversos aspectos y ellas reciben las sanciones respectivas de Indecopi. Para llegar a las sanciones, previamente se sigue un procedimiento administrativo para la atención de los reclamos.

En el periodo de estudio, al año 2021 ha ocurrido una reducción en la cantidad de sanciones, cerca del 12% respecto al año 2019, lo que expresa el accionar del regulador para la prevención de conflictos.

Similar a lo que ocurre en cantidad de sanciones, también está ocurriendo en la magnitud económica de ellas. En el periodo de estudio, al año 2021 ha ocurrido una fuerte reducción en el número de UIT que representaron las sanciones, cerca del 24% respecto al año 2019, lo que vuelve a expresar el accionar de prevención de conflictos de la institución reguladora.

Tabla N° 02

Sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, totales Perú, periodo 2019 – 2021 (cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)

	2019	2020	2021
Cantidad de sanciones	8,716	7,356	7,677
2019 = 100	100.00	84.40	88.08
Variación anual		-15.60%	4.36%
Tamaño económico (UIT)	15,421.66	15,037.36	11,849.81
2019 = 100	100.00	97.51	76.84
Variación anual		-2.49%	-21.20%

Nota: La información corresponde al total de sanciones reportadas en las resoluciones firmes en sede administrativa

Fuente: Indecopi, varios periodos.

Elaboración: la autora

A nivel del país, una observación por sectores económicos señala que hay alta concentración de las cantidades de sanciones en cuatro sectores de ellos, quienes juntos representaron algo más de las tres cuartas partes del total nacional, el 76,04% en el año 2020, y subió al 79,90% en el año 2021.

En el periodo de tiempo estudiado, el sector de mayor ocurrencia de sanciones ha sido el financiero, seguros y pensiones, el 29,59% en el año 2019, y con fuerte incremento al 34,31% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales.

Tabla N° 03

Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, por sectores económicos Perú, periodo 2019 – 2021

(cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)

Sector económico	2019	2020	2021
Financiero, seguros y pensiones	2,579	2,392	2,634
Transporte y viajes	1,694	1,181	1,287
Comercio, ventas por menor y mayor	1,348	1,199	1,554
Educación, todos los niveles	1,007	917	659
Construcción e inmobiliaria	674	477	400
Telecomunicaciones	248	217	249
Servicios, salud, técnicos y maquinarias	563	571	451
Turismo y hotelería	404	241	270
Manufactura, industria	117	98	116
Otros	82	63	57
Total	8,716	7,356	7,677

Valor de la UIT	4200	4300	4400
El total esta expresado en millones de soles			

Fuente: Indecopi, varios periodos.

Elaboración: la autora

Tabla N° 04

Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, por sectores económicos Perú, años 2019 y 2021

(Participación porcentual)

2019	Concentración		2021	Concentración
29.58%		Financiero, seguros y pensiones	34.33%	
19.44%		Transporte y viajes	16.76%	
15.47%		Comercio, ventas por menor y mayor	20.24%	
11.55%	76.04%	Educación, todos los niveles	8.58%	79.91%
7.73%		Construcción e inmobiliaria	5.21%	
2.85%		Telecomunicaciones	3.24%	
6.46%		Servicios, salud, técnicos y maquinarias	5.87%	
4.64%		Turismo y hotelería	3.52%	
1.34%		Manufactura, industria	1.51%	
0.94%	23.96%	Otros	0.74%	20.09%
100.00%	100.00%		100.00%	100.00%

Fuente: Tabla N° 03

Elaboración: la autora

Referente a los sectores económicos observados por cantidad de UIT.

Tabla N° 05

Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos Perú, periodo 2019 – 2021

(UIT: Unidades Impositivas Tributarias)

Sector económico	2019	2020	2021
Financiero, seguros y pensiones	2,821.14	2,036.58	2,423.16
Transporte y viajes	4,739.58	5,701.27	3,627.72
Comercio, ventas por menor y mayor	1,429.65	729.72	1,755.68
Educación, todos los niveles	2,154.24	2,257.57	1,204.37
Construcción e inmobiliaria	1,666.82	2,057.69	1,277.16
Telecomunicaciones	357.64	399.51	101.76
Servicios, salud, técnicos y maquinarias	1,266.26	700.74	816.97
Turismo y hotelería	609.78	826.06	328.81
Manufactura, industria	224.48	62.61	193.83
Otros	152.07	265.61	120.35
Total	15,421.66	15,037.36	11,849.81

Valor de la UIT	4200	4300	4400
El total esta expresado en millones de soles			

Fuente: Indecopi, varios periodos.

Elaboración: la autora

Tabla N° 06

Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos Perú, años 2019 y 2021

(UIT: Unidades Impositivas Tributarias)

(Participación porcentual)

2019	Concentración		2021	Concentración
18.29%		Financiero, seguros y pensiones	20.45%	
30.73%		Transporte y viajes	30.61%	
9.27%		Comercio, ventas por menor y mayor	14.82%	
13.97%		Educación, todos los niveles	10.16%	
10.81%	83.07%	Construcción e inmobiliaria	10.78%	86.82%
2.32%		Telecomunicaciones	0.86%	
8.21%		Servicios, salud, técnicos y maquinarias	6.89%	
3.95%		Turismo y hotelería	2.77%	
1.46%		Manufactura, industria	1.64%	
0.99%	16.93%	Otros	1.02%	13.18%
100.00%	100.00%		100.00%	100.00%

Fuente: Tabla N° 03

Elaboración: la autora

4.2 Malas prácticas comerciales en la Ciudad de Iquitos

En materia de cantidad de sanciones, en la ciudad de Iquitos, sede Iquitos representa una pequeña fracción en el contexto nacional, el 1,08% en el año 2019 y se reduce al 0,85% en el año 2021, mostrando buen performance de las empresas con sus clientes.

La sede Iquitos, sigue representando una reducida fracción en el contexto nacional, el 0,63% en el año 2019 y se reduce al 0,54% en el año 2021, mostrando buen performance de las empresas con sus clientes.

Tabla N° 07

**Sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor,
sede Iquitos, periodo 2019 – 2021
(cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)**

	2019	2020	2021
Cantidad de sanciones	94	64	65
2019 = 100	100.00	68.09	69.15
Variación anual		-31.91%	1.56%
Participación Loreto / Perú	1.08%	0.87%	0.85%
Tamaño económico (UIT)	96.52	64.87	64.40
2019 = 100	100.00	67.21	66.72
Variación anual		-32.79%	-0.72%
Participación Loreto / Perú	0.63%	0.43%	0.54%

Nota: La información corresponde al total de sanciones reportadas en las resoluciones firmes en sede administrativa

Fuente: Indecopi, varios periodos.

Elaboración: la autora

A nivel de la sede Iquitos, una observación por sectores económicos señala, similar a lo que ocurre a nivel del país, hay alta concentración de las cantidades de sanciones en cuatro sectores de ellos, quienes juntos representaron algo menor de las tres cuartas partes del total nacional, el 74,47% en el año 2020, y subió fuertemente al 89,23% en el año 2021.

En el periodo de tiempo estudiado, el sector de mayor ocurrencia de sanciones ha sido transporte aéreo y otros, el 29,79% en el año 2019, y con ligera reducción al 21,54% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales. El sector financiero es el sector con las más altas malas prácticas comerciales, el 41,54% en el año 2021.

Tabla N° 08

Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos sede Iquitos, periodo 2019 – 2021

(cantidad de sanciones: multas y amonestaciones)

Sector económico	2019	2020	2021
Financiero, seguros y pensiones	16	20	27
Transporte y viajes	28	8	14
Comercio, ventas por menor y mayor	15	12	12
Educación, todos los niveles	11	14	5
Construcción e inmobiliaria	3	-	1
Telecomunicaciones	8	2	3
Servicios, salud, técnicos y maquinarias	2	5	3
Turismo y hotelería	3	1	-
Manufactura, industria	-	-	-
Otros	8	2	-
Total	94	64	65

Fuente: Indecopi, varios periodos.

Elaboración: la autora

Tabla N° 09

Cantidad de sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos sede Iquitos, años 2019 y 2021

(Participación porcentual)

2019	Concentración		2021	Concentración
17.02%		Financiero, seguros y pensiones	41.54%	
29.79%		Transporte y viajes	21.54%	
15.96%	62.77%	Comercio, ventas por menor y mayor	18.46%	81.54%
11.70%		Educación, todos los niveles	7.69%	
3.19%		Construcción e inmobiliaria	1.54%	
8.51%		Telecomunicaciones	4.61%	
2.13%		Servicios, salud, técnicos y maquinarias	4.62%	
3.19%		Turismo y hotelería	0.00%	
0.00%		Manufactura, industria	0.00%	
8.51%	37.23%	Otros	0.00%	18.46%
100.00%	100.00%		100.00%	100.00%

Fuente: Tabla N° 03

Elaboración: la autora

Tabla N° 10

**Referente a las sanciones expresadas en UIT, se observa
Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de
protección del consumidor, sectores sede Iquitos, periodo 2019 – 2021
(UIT: Unidades Impositivas Tributarias)**

Sector económico	2019	2020	2021
Financiero, seguros y pensiones	17.00	13.00	20.90
Transporte y viajes	22.00	12.37	15.50
Comercio, ventas por menor y mayor	11.00	15.00	7.00
Educación, todos los niveles	17.28	13.00	11.00
Construcción e inmobiliaria	1.00	-	3.00
Telecomunicaciones	6.00	1.00	4.00
Servicios, salud, técnicos y maquinarias	3.00	4.50	3.00
Turismo y hotelería	1.74	-	-
Manufactura, industria	-	-	-
Otros	17.50	6.00	-
Total	96.52	64.87	64.40

Valor de la UIT	4200	4300	4400
El total esta expresado en millones de soles			

Fuente: Indecopi, varios periodos.

Elaboración: la autora

Tabla N° 11

Monto económico de las sanciones aplicadas por Indecopi en materia de protección del consumidor, sectores económicos sede Iquitos, años 2019 y 2021 (Participación porcentual)

2019	Concentración		2021	Concentración
17.61%		Financiero, seguros y pensiones	32.45%	
22.79%		Transporte y viajes	24.07%	
11.40%		Comercio, ventas por menor y mayor	10.87%	
17.90%	69.70%	Educación, todos los niveles	17.08%	84.47%
1.04%		Construcción e inmobiliaria	4.66%	
6.22%		Telecomunicaciones	6.21%	
3.11%		Servicios, salud, técnicos y maquinarias	4.66%	
1.80%		Turismo y hotelería	0.00%	
0.00%		Manufactura, industria	0.00%	
18.13%	30.30%	Otros	0.00%	15.53%
100.00%	100.00%		100.00%	100.00%

Fuente: Tabla N° 06

Elaboración: la autora

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. DISCUSIÓN

- a. A nivel del país, los sectores económicos señalan que hay alta concentración de las cantidades de sanciones en cuatro sectores de ellos, quienes juntos representaron algo más de las tres cuartas partes del total nacional, el 76,04% en el año 2020, y subió al 79,90% en el año 2021.

El sector de mayor ocurrencia de sanciones ha sido el financiero, seguros y pensiones, el 29,59% en el año 2019, y con fuerte incremento al 34,31% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales.

- b. En cuanto al pago de las sanciones se hace mención que para el año 2019, se obtuvo una recaudación de S/ 8, 716, expresado en millones de soles, para el año 2020, se obtuvo S/ 7, 356, expresado en millones de soles y para el año 2021, un monto de S/ 7, 677, expresado en millones de soles.
- c. En cuanto a la contabilización de la sanción y el pago, el sector de mayor ocurrencia de sanciones ha sido transporte aéreo y otros, el 29,79% en el año 2019, y con ligera reducción al 21,54% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales. El sector financiero es el sector con las más altas malas prácticas comerciales, el 41,54% en el año 2021.
- d. El reflejo en el estado de resultados económicos se evidencia en la cantidad de sanciones, en la ciudad de Iquitos, sede Iquitos representa una pequeña fracción en el contexto nacional, el

1,08% en el año 2019 y se reduce al 0,85% en el año 2021, mostrando buen performance de las empresas con sus clientes.

La sede Iquitos, sigue representando una reducida fracción en el contexto nacional, el 0,63% en el año 2019 y se reduce al 0,54% en el año 2021, mostrando buen performance de las empresas con sus clientes.

5.2 CONCLUSIONES

Las principales conclusiones del proyecto de investigación son las siguientes:

- a. A nivel nacional el incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales ha incurridos en muchas empresas privadas y públicas por desconocimiento, que existe un ente regulador que emite normas y sanciones, en la ciudad de Iquitos, sede Iquitos, año 2021.
- b. A nivel de la ciudad de Iquitos (Centraliza todo el accionar del Departamento de Loreto), el sector de mayor ocurrencia de sanciones ha sido transporte aéreo y otros, el 29,79% en el año 2019, y con ligera reducción al 21,54% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales. El sector financiero es el sector con las más altas malas prácticas comerciales, el 41,54% en el año 2021.
- c. Los sectores económicos sancionados por Indecopi fueron financiero, seguros y pensiones, el 29,59% en el año 2019, y con fuerte incremento al 34,31% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales.
- d. Los sectores comerciales sancionados por Indecopi fueron financiero, seguros y pensiones, el 15.47% en el año 2019, y con fuerte incremento al 20.24% en el año 2021, lo que constituye un sector de muchas malas prácticas comerciales

5.3. RECOMENDACIONES

A continuación, se mencionan algunas recomendaciones para mejorar el estudio del proyecto de investigación:

- a. Establecer normas más claras y mejorar los procedimientos administrativos por parte de la entidad regulador, aplicando un horario de mejorar atención al cliente, con la finalidad de evitar incumplimientos de las buenas prácticas en las transacciones comerciales y conflictos entre el ente regulador y las empresas en proceso de sanción o sancionadas.
- b. En caso de Loreto, poner mayor énfasis en el control y seguimiento de la entidad reguladora de las malas prácticas en las empresas comerciales son sus clientes, en especial las empresas de transporte aéreo que tiene mayores denuncias.
- c. Con la aplicación de las normas de maneras eficiente y eficaz, con campañas de accesibilidad e información de las personas para presentar su denuncia, y prevención y solución de conflictos a nivel nacional, es primordial que Indecopi, debe realizar un control y seguimiento a las empresas comerciales para evitar las malas prácticas, caso contrario para mitigar malas prácticas aplicar sanciones drásticas, con una mejora en las normas y procedimiento administrativo.
- d. El Estado impulsa las herramientas y condiciones que permitan lograr un ambiente de negocios productivo, donde las empresas puedan invertir, innovar, crear empleos y expandirse, incrementar la rentabilidad, razón fundamental para aminorar el incumplimiento de las buenas prácticas en las transacciones comerciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Arias Ricardo, Mario Fernando; Cáceres Flores, Juliana Lisett; Haro Hoyos, Daniel Fernando; Miyamoto Vega, Takeshi Israel. 2021. *Buenas prácticas en la gestión de equipos de ventas en empresas del sector financiero peruano*. [Tesis para grado de magister en administración estratégica de empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú].

Dávila Pereyra, Liz Jhoana. 2016. *Afectación al deber de idoneidad de servicios en los casos de retrasos de vuelos aéreos de los consumidores de acuerdo a las denuncias tramitadas ante Indecopi de la oficina regional de San Martín, periodo 2015*. [Tesis para título de abogado, Universidad César Vallejo, Perú].

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia – CNMC de España. 2019. *Nestlé, Danone, Pascual y otras 7 empresas, multadas por manipular el precio de la leche*. Portal, Invertia el español, 12 de julio de 2019. En: <https://www.lespanol.com/invertia/empresas/20190712>

Constitución Política del Perú. Año 1993. *Título III del régimen económico, capítulo, principios generales, art. 65 protección del consumidor*. En: <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas>

Decreto Legislativo 716. Año 1991. Código de Protección al Consumidor, año 1991. En: <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas>

Escobar, Karen y Pérez, Jefferson. 2011. *Estrategia de negociaciones de ventas centralizadas en un conglomerado de empresas*. [Tesis para grado de magister en administración con énfasis en finanzas, Universidad ICESI, Cali, Colombia].

Gagliuffi, Ivo. 2017. *Indecopi investiga a empresas por malas prácticas ante Fenómeno El Niño*. En: RPP noticias, 24 de marzo del 2017, Lima, Perú. En: <https://rpp.pe/economia>.

Indecopi 2022. *Mira quien compras. Ranking de empresas sancionadas, años 2019, 2020 y 2021*.
En: <https://enlinea.indecopi.gob.pe/miraaquienlecompras/>

Indecopi 2022. *Mira quien compras. Ranking de sectores sancionados, del años 2019, 2020 y 2021*.
En: <https://enlinea.indecopi.gob.pe/miraaquienlecompras/>

Indecopi. 2022. *Indecopi sanciona a Tiendas EFE por descuentos engañosos y sienta precedente*. En: Macronorte.pe, 19 de enero de 2022, Perú. En: <https://macronorte.pe/2022>.

IASCF. 2007. *Norma Internacional de Contabilidad N° 18 Ingresos Ordinarios*. En:
https://www.mef.gob.pe/.../conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/1...

Ley 29571. Año 2010. *Código de Protección y Defensa del Consumidor*.
En: <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas>

Mormontoy Ccanahuire, Carlos Cristhian. 2017. *Aplicación de la sanción pecuniaria del Indecopi a los infractores del código de protección y defensa del consumidor según los criterios utilizados por la comisión de protección del consumidor de la oficina regional del Indecopi-Cusco, 2014-2016*. [Tesis para título de abogado, Universidad Andina del Cuzco, Perú].

Plan Nacional de Competitividad y Productividad. año 2019. Decreto Supremo N° 237-2019-EF.

En: <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas>

Pozzi, Sandro. 2009. *Multa récord a Pfizer por malas prácticas comerciales.*

En: El País, 3 de setiembre del 2009. En: <https://elpais.com/diario>