

Artículo original

ENTRE LA PRÁCTICA COMERCIAL Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR: LA PERSISTENCIA DE LOS CARTELES DE PROHIBICIÓN DE CAMBIOS Y DEVOLUCIONES

*Between Commercial Practice and Consumer Protection: The
Persistence of Notices Prohibiting Exchanges and Returns*

Yeimy Yudith Arenas García

Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú

Correo: ya2024079906@virtual.upt.pe | ORCID: [0009-0005-9993-769X](https://orcid.org/0009-0005-9993-769X)

Mijael Santos Flores Flores

Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú

Correo: mf2024079721@virtual.upt.pe | ORCID: [0009-0006-9704-9784](https://orcid.org/0009-0006-9704-9784)

Karla del Rosario Granados Basurco

Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú

Correo: kg2024080068@virtual.upt.pe | ORCID: [0009-0007-6063-7299](https://orcid.org/0009-0007-6063-7299)

Recibido: 7 de junio de 2026 | Aceptado: 21 de junio de 2026
Publicado: 29 de junio de 2026

RESUMEN

En esta investigación nos centramos en el Derecho del consumidor, buscando analizar la contradicción entre la práctica mercantil de establecer cláusulas abusivas y limitantes en el marco legal vigente. Por medio de un estudio de enfoque mixto, que combina el análisis dogmático de la Ley N° 29571 con trabajo de campo en establecimientos comerciales de Tacna, se examinó cómo estas cláusulas buscan delimitar la responsabilidad del proveedor y despojan al consumidor de su derecho fundamental a la idoneidad y al equilibrio contractual; los hallazgos

revelan una normalización alarmante de estas restricciones, potenciada por una desinformación sistemática que paraliza al usuario, entonces estos avisos son ineficaces frente a la protección legal irrenunciable, siendo urgente transitar de la resignación pasiva hacia la exigibilidad activa de derechos, respaldada por política de fiscalización preventiva que devuelvan la equidad al acto del consumo.

Palabras clave: Derecho del consumidor; Cláusulas abusivas; Protección al consumidor; Idoneidad del producto.

ABSTRACT

In this research, we focus on Consumer Law, seeking to analyze the contradiction between the commercial practice of establishing abusive and limiting clauses within the current legal framework. Through a mixed-methods study, combining a dogmatic analysis of Law No. 29571 with fieldwork in commercial establishments in Tacna, we examined how these clauses aim to limit the supplier's responsibility and deprive the consumer of their fundamental right to suitability and contractual balance. The findings reveal an alarming normalization of these restrictions, exacerbated by systematic misinformation that paralyzes the user. Therefore, these notices are ineffective in the face of inalienable legal protection, making it urgent to move from passive resignation to the active enforceability of rights, supported by preventive oversight policies that restore fairness to the act of consumption.

Keywords: Consumer Law; Abusive Clauses; Consumer Protection; Product Suitability.

Cómo citar: Arenas García, Y. Y., Flores Flores, M. S., & Granados Basurco, K. del R. (2026). Entre la práctica comercial y la protección del consumidor: la persistencia de los carteles de prohibición de cambios y devoluciones. *Derecho*, 18(18), 184-211. <https://doi.org/10.47796/derecho.v18i18.1496>

1. INTRODUCCIÓN

En estos tiempos, el Derecho del Consumidor muestra una relevancia creciente en el ordenamiento jurídico peruano, dado su impacto cotidiano en las relaciones mercantiles. La protección del consumidor pasa a ser un pilar fundamental, consagrado en la Ley N° 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor”. Sin embargo,

persiste una contradicción evidente entre estas normas protectoras y la realidad, donde la tensión existente se manifiesta en la proliferación de cláusulas abusivas en contratos de adhesión que en la actualidad han sido normalizados en la oferta comercial de establecimientos minoristas e informales. Un claro ejemplo es la estipulación genérica de “no se aceptan cambios ni devoluciones”, que busca apartar al proveedor de responsabilidades legales.

En consecuencia es esencial señalar que en el sector empresarial con menor presencia institucional o local, esta problemática se vuelve más grave, pues la implementación de cláusulas restrictivas no siempre es el resultado de una estrategia deliberada de evasión fiscal o legal, sino del desconocimiento profundo que tienen los proveedores y comerciantes sobre las leyes que regulan el consumo. Los agentes económicos tienden a repetir prácticas comerciales incorrectas por imitación o tradición, con la falsa idea de que la autonomía de su voluntad les habilita para acordar en contra de la ley, sin tener en cuenta que el sistema jurídico peruano concede a las normas de protección al consumidor un carácter irrenunciable e imperativo.

Es urgente examinar cómo cláusulas que parecen inofensivas, como la prohibición general de cambios y devoluciones, se convierten en norma en las ofertas comerciales, a pesar de que infringen derechos mínimos del consumidor y no tienen respaldo legal. Teniendo en cuenta ello, la investigación realizada ayuda a establecer los límites de la autonomía de la voluntad en contratos de adhesión por parte de los proveedores y a fortalecer el concepto de que la protección al consumidor no es simplemente un principio general, excepto una regulación pública que requiere ser respetada y aplicada con efectividad por las autoridades y los comerciantes.

Como objetivos específicos, se busca:

Determinar la invalidez jurídica de la prevalencia de estas cláusulas y examinar desde un punto de vista transdisciplinario la eficacia del sistema de protección al consumidor en el Perú, con especial énfasis

en los criterios interpretativos desarrollados por el Tribunal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) y la Doctrina del Derecho de Consumo.

Colaborar en el debate académico acerca de la importancia de combinar habilidades legales elementales con la regulación comercial para fomentar relaciones comerciales justas y que honren la buena fe objetiva, contribuyendo así a la reflexión y el conocimiento. Bajo esta premisa, la investigación no se limita a realizar un diagnóstico del conocimiento de los estudiantes de Derecho en el sur del país, más que se adentra en la contrastación de lo que dicta la ley con lo que realmente sucede en el mercado local, identificando las fracturas entre el derecho positivo y la realidad de los establecimientos minoristas.

1.1 NATURALEZA JURÍDICA DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La protección al consumidor en el Perú no se limita a un conjunto de reglas comerciales; tiene una base constitucional (artículo 65 de la Constitución Política del Perú), configurándose como un ordenamiento imperativo y de orden público consagrado en la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor (CPDC). Esta naturaleza significa que los derechos del consumidor son irrenunciables y no pueden ser pactados en contra por la sola voluntad de las partes, salvo que el legislador lo autorice de forma expresa.

En sintonía con el sustento fundamental de la materia, Quinteros (2023) argumenta que la tutela del consumidor bajo el modelo de la Economía Social de Mercado consagrado en la Constitución Política del Perú trasciende la categoría de mera directriz política. Para el autor, el bloque de constitucionalidad exige que las cláusulas e interpretaciones del mercado se sometan a un control de convencionalidad y de razonabilidad fáctica, lo que dota de un blindaje normativo de orden público a las prerrogativas de los usuarios e impide que las denominadas costumbres de los proveedores locales rebasen los límites mínimos de protección estatal.

La Sala Especializada en Protección al Consumidor (SPC) de Indecopi ha mantenido que la protección del consumidor no es únicamente una norma comercial, también es una acción de justicia para rectificar la desigualdad inherente entre el proveedor y el consumidor. Según la SPC ha determinado en su Resolución 1788-2025/SPC-INDECOPI (relativa al expediente 0596-2023/CC2), aquellas cláusulas que restringen por completo la posibilidad de reembolso a los consumidores, sobre todo si no existen excepciones para fallas en el servicio o incumplimiento de la oferta, infringen el marco normativo vigente que protege derechos irrenunciables. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, cualquier cláusula o política interna que busque excluir derechos mínimos del consumidor (como la devolución por vicio o incumplimiento de la oferta) impacta directamente en el carácter irrenunciable e imperativo del CPDC.

Desde una perspectiva evolutiva e institucional, Carranza y Alcántara (2022) sostienen que el modelo de protección al consumidor en el Perú se ha configurado a través de un proceso de maduración normativa influenciado por estándares globales, consolidando al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) como un ente con facultades correctivas singulares. Esta evolución histórica demuestra que el endurecimiento de las reglas contra las prácticas comerciales restrictivas no es un fenómeno aislado, por el contrario; es una respuesta regulatoria indispensable para mitigar los fallos estructurales de un mercado minorista históricamente caracterizado por la informalidad.

1.2 EL PRINCIPIO DE IDONEIDAD Y EL EQUILIBRIO CONTRACTUAL

De acuerdo al artículo 18 del CPDC, el principio de idoneidad es un fundamento esencial para proteger los derechos del consumidor y se erige como una herramienta clave para lograr la equidad contractual en las relaciones de consumo, por lo que además de tratarse de que el bien o servicio sea adecuado para el uso al cual está destinado, sino de

igual forma exista total correspondencia entre lo que promete o brinda el proveedor y lo que espera y recibe legítimamente el consumidor. Para fortalecer esta postura, García (2014) señala a la idoneidad como el acto en donde lo que reciba el cliente sea congruente con sus expectativas. Así, se relaciona esta responsabilidad con la protección del consumidor y la evaluación de sus expectativas razonables en el contexto legal. Este principio es importante porque busca eliminar la disparidad de poder e información entre los proveedores y los consumidores, evitando que la necesidad, desinformación e ignorancia de estos últimos sea explotada, así como evitar que los comerciantes transfieran el riesgo de su negocio al usuario, en otras palabras, obligar a los consumidores a asumir las consecuencias de sus propias ineficiencias.

Echaiz-Moreno (2012) añade que el derecho a la seguridad del consumidor no tiene que limitarse únicamente al hecho de que los bienes sean seguros físicamente, es decir, debe abarcar una dimensión de seguridad en términos económicos y jurídicos contractuales, a lo que refiere la introducción de un producto defectuoso en el tráfico mercantil o la imposición de barreras coercitivas para su restitución atentan directamente contra la legítima expectativa de confianza y seguridad del adquirente, legitimando la intervención inmediata de los órganos de control del Estado para restablecer la certidumbre en las transacciones.

Se entiende que al vulnerarse el principio de idoneidad se produce una ruptura del equilibrio contractual, ya que el consumidor entrega una contraprestación esperando una funcionalidad, calidad y seguridad que no se materializan al final. Por ello, a través de las acciones por falta de idoneidad, se intenta restablecer este balance perdido, permitiendo que el cliente solicite la reparación, el cambio o devolución del dinero.

Teniendo en cuenta que en el caso de que existan defectos o fallas en el bien, el adquirente está protegido por la ley a través del artículo 1, literal e, del CPDC, que estipula explícitamente su derecho a que el

producto sea reparado o reemplazado; Los autores Bullard y Saavedra (2012) precisan que la tutela del consumidor en la vía administrativa se materializa en la facultad de exigir una prestación idónea al proveedor; lo cual legitima no solo el arreglo o sustitución del artículo, sino que la devolución del dinero cuando el incumplimiento resulta definitivo o cuando la ejecución defectuosa ya no satisface los intereses del usuario. Se comprende que establecer políticas comerciales restrictivas dirigidas a prohibir de manera total los cambios o reembolsos implica una desnaturalización y un ejercicio abusivo de los derechos establecidos, lo cual elimina totalmente las posibilidades de reclamación que la ley concede irrenunciablemente a cada uno de los ciudadanos.

1.3 CLÁUSULAS ABUSIVAS EN CONTRATOS DE ADHESIÓN

Todo lo generado por las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión representa uno de los mayores desafíos para el derecho del consumidor, ya que afecta directamente el principio de equilibrio contractual. Según Barturén (2020), para que una cláusula sea considerada abusiva, no debe haber existido una negociación previa, por lo tanto, si un elemento del contrato fue discutido directamente con el cliente, esta pierde su carácter vejatorio y es responsabilidad del proveedor demostrar que efectivamente hubo tal negociación.

Desde un enfoque dogmático, la cláusula abusiva no se trata de un error menor dentro de las prácticas comerciales, sino que constituye un defecto en la formación del contrato. Estas estipulaciones son aquellas que una parte impone sin dar oportunidad de negociación a la otra, y al vulnerar normas imperativas de orden público padece de una ineficacia absoluta y automática. En el ordenamiento peruano, esto refiere a que dichas disposiciones contradicen el mandato de protección que el legislador estableció, así que en consecuencia, la cláusula abusiva no logra integrarse de forma válida al contrato ni puede producir efectos de carácter obligatorio para la parte que la aceptó por adhesión. Sin embargo, a pesar de ello, el resto del acuerdo

mantiene su vigencia siempre que tenga concordancia con la norma imperativa que la ley dispone para ese caso.

Al respecto, Ródriguez Chavéz (2012), señala que las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión fracturan el equilibrio de la relación comercial al desplazar los riesgos hacia el consumidor, resultando en la disminución de los derechos del usuario y la incrementación de sus obligaciones, de igual manera otorgándole ventajas desproporcionadas al proveedor, exonerándolo de sus deberes contractuales básicos. Por esta razón, se comprende que estos contratos se distinguen porque los términos son fijados unilateralmente por el proveedor y la única opción del consumidor frente al desconocimiento normativo es aceptar o rechazar todo el contrato, lo que crea desigualdad de poder que se aprovecha por medio de cláusulas perjudiciales para la parte más débil. Este desequilibrio normativo debe analizarse aplicando el principio de buena fe objetiva, el cual actúa como estándar rector en toda la teoría general del contrato. En la contratación por adhesión, la buena fe no se entiende como una mera creencia interna del sujeto, sino como un mandato obligatorio en la conducta que exige probidad, transparencia y lealtad recíproca durante todas las etapas del contrato. En este contexto, cuando un proveedor incluye condiciones restrictivas de manera unilateral, está materializando un acto de mala fe objetiva.

Por medio de la jurisprudencia desarrollada por INDECOPI, se obtiene un mayor control sobre las cláusulas, puesto que se evidencia la intención sobre determinar si la estipulación va en contra de las exigencias de buena fe e incluso si puede haber un desequilibrio de gran magnitud; la prohibición general de cambios y devoluciones es un claro ejemplo de una cláusula que, sin excepción ni justificación legal, busca eliminar la responsabilidad por idoneidad.

1.4 LA AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD Y SUS LÍMITES

No podemos interpretar el principio de autonomía de la voluntad como absoluto, al contrario, a pesar que se le confiere a los dueños de tiendas la libertad de establecer sus propias reglas comerciales, no pueden

colisionar directamente con el marco legal de protección al consumidor. Un cartel que manifiesta la oración: "No aceptamos devoluciones ni cambios" no tiene validez legal frente a los derechos inalienables del cliente, pues las reglas internas de una empresa no pueden violar el marco jurídico.

En Perú, el CPDC (Ley N° 29571) establece derechos mínimos y obligatorios que son considerados de orden público, de tal manera el consumidor y el proveedor no pueden realizar un acuerdo en contra de lo dispuesto en aquella norma; cualquier intento por parte del comerciante de delimitarlos o anularlos a través de un aviso o política interna es automáticamente nulo, ya que lo señalado en la ley de consumo opera como un estándar mínimo de protección que siempre prevalece.

Es importante mencionar la perspectiva que Durand (2010) tiene sobre ello, puesto que consagra al Derecho del Consumidor como una disciplina jurídica plenamente autónoma y desvinculada de los dogmas tradicionales del Derecho Privado clásico, principalmente porque posee principios rectores propios y finalidades tuitivas específicas, desplazando las reglas ordinarias de la libre contratación cuando se detecta una asimetría fáctica. Como resultado, las políticas internas de exclusión de responsabilidad carecen de eficacia civil o comercial, debido a que la autonomía de la voluntad contractual encuentra un límite infranqueable en el carácter imperativo de la legislación protectora.

Bajo lo señalado, se resalta que los derechos del consumidor, como el derecho a la idoneidad del producto y a la garantía frente a defectos, son irrenunciables. Por eso, un cartel que prohíbe la devolución o el cambio busca forzar la renuncia a estos derechos antes de que se complete la transacción, lo cual es ilegal, dado que esta práctica se interpreta como una cláusula abusiva, ya que genera un desequilibrio injustificado en la relación contractual, trasladando todo el riesgo de un producto defectuoso o no idóneo al consumidor. Además, si un producto presenta fallas o incumple gravemente las condiciones de

venta, el cartel no exime a la tienda de su obligación legal de aceptar el reclamo, el cambio o la devolución, pues la ley de protección al consumidor siempre rige sobre las políticas internas de cualquier negocio.

2. MÉTODO

Esta investigación se llevó a cabo empleando un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) de tipo aplicado, utilizando un diseño fenomenológico, por eso la idea es contrastar cómo los criterios administrativos del Indecopi se alinean con las prácticas comerciales diarias en Tacna. Para lograr los objetivos planteados, el método se organizó en tres fases secuenciales y complementarias.

Comencemos con la parte cualitativa, se hizo un análisis detallado de la jurisprudencia administrativa emitida por los órganos del Indecopi. En esta etapa, se logró clasificar las normas legales actuales, que determinan la distinción entre la legalidad de las restricciones y las garantías comerciales voluntarias frente al abuso de cláusulas que pueden poner en riesgo la legalidad del producto.

En segundo lugar, para comparar la teoría con la realidad, se realizó una investigación empírica a través de la observación directa no participante en las principales áreas comerciales del centro de Tacna. Se enfocaron en las galerías del Centro Comercial Tacna Centro, el Mercadillo Túpac Amaru II, y la Feria 28 de Julio. El objetivo de esta verificación fue recopilar de manera sistemática, usando una ficha de cotejo, la presencia de letreros o carteles que dijeran “no se aceptan cambios ni devoluciones” en la venta de ropa, calzado y prendas íntimas.

Por último tenemos que la investigación incorporó una fase cuantitativa a través de la aplicación de encuestas estructuradas de opción múltiple, técnica justificada para medir el nivel de conocimiento técnico sobre la licitud o abusividad de los mencionados avisos restrictivos. La muestra, de tipo no probabilística por conveniencia, estuvo constituida por un total de 100 participantes de

la localidad. Con el fin de obtener una perspectiva holística del fenómeno socio-jurídico, el universo de estudio se estratificó integrando en su gran mayoría a consumidores, pero incluyendo de manera estratégica a comerciantes de los establecimientos locales, gracias a esto permitió evaluar estadísticamente las brechas de información y las asimetrías de conocimiento existentes sobre ambos extremos de la relación de consumo en el mercado tacneño.

Limitaciones del estudio. Debido a que la investigación empleó una muestra no probabilística por conveniencia y se circunscribió a determinados establecimientos comerciales y consumidores del ámbito local, los resultados obtenidos deben interpretarse dentro de los límites metodológicos propios del estudio. En consecuencia, los hallazgos permiten identificar tendencias y patrones observados en la muestra analizada, sin pretender realizar generalizaciones estadísticas respecto de la totalidad del comercio tacneño o del mercado peruano en su conjunto.

3. RESULTADOS

3.1. Hallazgos del Análisis Jurisprudencial y de la Observación de Campo

La revisión dogmática de las pautas de la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Indecopi posibilitó determinar que la administración pública castiga de forma constante las cláusulas que excluyen totalmente la responsabilidad, porque considera que van en contra del principio de idoneidad.

Sin embargo, la etapa de observación directa no participante que tuvo lugar en los conglomerados comerciales del centro de Tacna (Mercadillo Túpac Amaru II, Feria 28 de Julio y Centro Comercial Tacna Centro) reveló una realidad opuesta: una exhibición abundante y diaria de carteles informativos impresos y manuscritos con el mensaje “no se aceptan cambios ni devoluciones”, disfrazados como normas habituales del comercio minorista.

3.2. ANÁLISIS CUANTITATIVO Y TABULACIÓN DE LA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN

Se exponen a continuación los resultados que se obtuvieron al aplicar el instrumento cuantitativo en una muestra estratificada de 100 agentes del mercado local, con la finalidad de evaluar el efecto de esta normalización comercial:

TABLA 1
Rol de los participantes y sectores comerciales con mayor incidencia de la restricción

Variable	Categoría	N (100)	%
Rol principal en la interacción comercial	<i>Cliente</i>	91	91.0%
	<i>Comerciante</i>	09	9.0%
Sector donde más se observa la restricción	<i>Ropa y Textilería</i>	49	49.0%
	<i>Tecnología / Electrónica</i>	22	22.0%
	<i>Hogar / Bazar</i>	12	12.0%
	<i>Calzado</i>	11	11.0%
	<i>Otros (Farmacias, Comida, etc.)</i>	06	6.0%

Nota. Elaboración Propia. La categoría "Otros" agrupa respuestas abiertas de menor frecuencia.

Interpretación

La muestra estuvo conformada predominantemente por consumidores (91.0%), con una participación minoritaria de comerciantes (9.0%). Respecto a la incidencia de políticas restrictivas de cambios y devoluciones, el sector de *Ropa y Textilería* se identificó como el rubro de mayor aplicación de estas prácticas, acumulando casi la mitad de los reportes (49.0%), seguido por el sector de *Tecnología y Electrónica* (22.0%). Esto evidencia que las restricciones hacia el consumidor se concentran principalmente en la venta minorista de indumentaria y aparatos tecnológicos.

TABLA 2
Nivel de conocimiento sobre el Código de Protección y Defensa del Consumidor

Variable	Respuesta	N (100)	%
Conoce la prohibición de letreros de "no devoluciones"	<i>No lo sabía</i>	72	72. 0%
	<i>Sí, estaba al tanto</i>	28	28.0%
Conoce el derecho a la Garantía Legal (fallas de fábrica)	<i>Sí</i>	70	70.0%
	<i>No</i>	30	30.0%

Nota. Elaboración Propia.

Interpretación

Se identifica un severo desconocimiento sobre la ilegalidad de los carteles restrictivos, alcanzando el 72.0% de encuestados, lo que muestra una vulnerabilidad frente a prácticas comerciales abusivas. En contraposición, un considerable 70.0% de los encuestados manifestó tener conocimiento sobre la vigencia del derecho a la garantía legal ante vicios redhibitorios o fallas de fabricación. Este contraste demuestra que, si bien la ciudadanía identifica sus prerrogativas sustantivas de indemnización, ignora los mecanismos formales de tutela preventiva regulados por el ordenamiento jurídico.

TABLA 3
Frecuencia de exposición a los letreros con cláusulas abusivas

Frecuencia con la que observa los letreros restrictivos	N (100)	%
Muy frecuentemente	26	26.0%
A veces	51	51.0%
Rara vez	22	22.0%
Nunca	01	1.0%

Nota. Elaboración Propia.

Interpretación

Los resultados sugieren que una alta incidencia de presuntas cláusulas abusivas en el mercado local, toda vez que el 77.0% de encuestados

reportó estar expuesto a letreros restrictivos de manera regular (acumulando las categorías “Muy frecuentemente” y “A veces”).

TABLA 4
Experiencia del consumidor frente a la restricción y negativa de cambios comerciales

¿Le han negado un cambio basándose en el letrero?	N (100)	%
Sí	47	47. 0%
No	24	24.0%
No he intentado realizar cambios	29	29.0%

Nota. Elaboración Propia.

Interpretación

Los resultados muestran que el 47.0% de la muestra reportó haber recibido una negativa materialmente a una pretensión de cambio o devolución con sustento exclusivo en dichos avisos.

TABLA 5
Percepción general sobre el impacto de los letreros y el rol del Estado

Variable	Respuesta	N (100)	%
Considera que el letrero desanima al cliente a reclamar sus derechos	Sí	75	75.0%
	No	15	15.0%
	No está seguro	10	10.0%
Percepción sobre la fiscalización de autoridades (INDECOPI)	Sí, es suficiente	13	13.0%
	No, falta mucha supervisión	72	72.0%
	Desconozco su labor	15	15.0%

Nota. Elaboración Propia.

Interpretación

La gran mayoría de encuestados (75.0%) percibe estos letreros como una barrera que efectivamente limita y desanima a los clientes a reclamar sus derechos. Asimismo, los datos sugieren una percepción de insuficiente supervisión institucional, ya que el 72.0% considera

que falta mucha supervisión por parte de entidades competentes, como INDECOPI.

4. DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS CRÍTICO DE LA PRAXIS COMERCIAL EN EL MERCADO MINORISTA DE TACNA

Teniendo como base los resultados de la investigación, se identifica que en la ciudad de Tacna la práctica comercial con respecto a las cláusulas abusivas, en mayor medida las que dictan “no se aceptan cambios ni devoluciones”, no es homogénea, sino que, según el rubro del establecimiento que lo emplea como parte de su política, varía de manera significativa. Como hallazgo positivo y diferenciador, son las jugueterías infantiles las que presentan ausencia total de letreros restrictivos, lo que sugiere que los proveedores de este sector cuentan con una mayor alineación en cuanto a los estándares de idoneidad y poseen políticas de fidelización más flexibles ante productos destinados a menores. En contraste, el mercado de calzados y el sector de ropa de vestir exhiben una diferencia críticamente superior, mostraron en abundancia la presentación de estas estipulaciones prohibitivas, ocupando así el primer lugar en puntos críticos comerciales con mayor riesgo de asimetría informativa en la localidad entrevistada.

Por otro lado, los resultados expuestos también fueron examinados bajo una visión cualitativa y de análisis, donde se registró que los avisos abusivos hallados en los conglomerados comerciales de Tacna muestran variaciones en su redacción, alterando el grado de afectación a los derechos del consumidor. Mientras que algunos establecimientos recurren a la fórmula tradicional, otros optan por fragmentar la restricción al orientarla exclusivamente a la retención financiera mediante cláusulas que dictan “no se aceptan devoluciones de dinero” o limitándolo a sustitución física: “no se aceptan cambios”. Asimismo, se observó un patrón que coincide con la jurisprudencia administrativa analizada anteriormente, sobre todo en el ámbito de prendas íntimas,

donde los proveedores justifican la exclusión de cambios guiándose por criterios de higiene y bioseguridad. No obstante, a diferencia de lo que exigen los estándares del Indecopi, los comerciantes no informaban a los consumidores que la garantía legal por vicios ocultos, entendidos como los defectos de fábrica no detectados al momento de la transacción, es irrenunciable.

Otro hecho relevante resulta en que algunos negocios preferían implementar estas cláusulas abusivas en zonas con escasa visibilidad o de difícil acceso, generando dos consecuencias prácticas: en primer lugar, obstaculizaron el registro fotográfico de evidencias, y en segundo; generan un efecto sorpresa para el perjuicio del consumidor, quien solo se entera de estas restricciones después de haber realizado la compra. Esta situación desnaturaliza los principios de buena fe y la libertad de elección en el mercado, además, limita los derechos del usuario, ya que no puede decidir libremente si acepta estas condiciones o elige otro comercio.

Contextualizando, Farina (1995) explica que la abusividad no se limita a los contratos de adhesión firmados en papel, se extiende a las prácticas comerciales impuestas, por ello la sola exhibición de un cartel restrictivo configura una estipulación abusiva tácita, pues impone unilateralmente una exclusión de responsabilidad que el consumidor se ve forzado a aceptar pasivamente al momento de la compra, añadiendo, que se le proporcione la característica de abusiva no significa que sea automáticamente nula sin más análisis; el artículo 37 de la Ley de Defensa del Consumidor de Argentina, por ejemplo exige una apreciación judicial para verificar si hay un desequilibrio significativo o una violación a la buena fe, es decir, no todo cartel restrictivo es automáticamente nulo, sino que debe evaluarse si genera un desequilibrio patrimonial relevante o contraría la buena fe objetiva en el caso concreto.

4.2. CONTRASTE JURISPRUDENCIAL

Para evaluar la legitimidad de las prácticas comerciales locales, es esencial determinar el marco tuitivo que guía la actuación de los

órganos de control. En cuanto a ello Martínez (2023) subraya que es un deber de las entidades fiscalizadoras no restringir su función a la sola espera de denuncias, indicando que el juez tiene que apreciar de oficio la naturaleza abusiva de una cláusula contractual incluida en el ámbito de aplicación de la Directiva 93/13/CEE y así corregir el desbalance existente tan pronto como encuentre los elementos necesarios para ello.

Teniendo en cuenta lo anterior la jurisprudencia administrativa emitida por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Indecopi ha aterrizado este mandato a nuestra realidad nacional, configurando criterios rectores frente a las barreras contractuales. Para efectos de la presente investigación, se procedió al análisis minucioso de la Resolución N° 0796-2024/SPC-INDECOPI (Expediente 0954-2021/CC2), emitida por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Indecopi el 20 de marzo de 2024, cuando el núcleo de la controversia giró en torno a la ilegalidad de diversas estipulaciones insertas en los “Términos y Condiciones”, las cuales configuraban barreras contractuales absolutas, el especialista fundamentó que restringir las devoluciones en productos adquiridos en oferta desnaturaliza la garantía legal, toda vez que el ordenamiento jurídico ampara con el mismo estándar de idoneidad tanto a las adquisiciones de precio regular como a las ofertas. Asimismo, calificó de abusivo condicionar el derecho de reclamación a la inalterabilidad absoluta del empaque, ya que la única forma en que un usuario puede detectar un defecto o vicio oculto en bienes como calzado o prendas de vestir es mediante el uso inicial y ordinario, por eso este pronunciamiento administrativo adquiere gran relevancia para la investigación, debido a que expone con claridad la invalidez jurídica de los carteles o avisos restrictivos en el comercio, demostrando que ninguna política interna o costumbre mercantil puede dejar sin efecto los remedios que la ley otorga.

El estudio de la Resolución N° 1723-2023/SPC-INDECOPI resulta indispensable para determinar cuando una restricción corporativa

trasciende la legítima autonomía comercial y se configura como una cláusula abusiva de ineficacia absoluta. Teniendo en cuenta la resolución, la Sala Especializada en Protección al Consumidor evaluó las disposiciones de la empresa Comercial Mont S.A.C (Platanitos), las cuales prohibieron la devolución de gamas enteras de productos tales como prendas, lencería y cosméticos, así como cualquier bien adquirido bajo la modalidad de ofertas o promociones. La abusividad radicó en la amplitud y falta de distinción de la prohibición; al imponer un veto absoluto a las devoluciones, permitían al proveedor exonerarse implícitamente de su responsabilidad objetiva por idoneidad, despojando al consumidor de sus derechos mínimos e irrenunciables de reparación, sustitución o reembolso contemplados en los artículos 1.1 literal e) y 97° del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Esta aparición fijó un precedente relevante para el análisis documental de los contratos de adhesión, dictando que la exclusión generalizada de devoluciones es intrínsecamente abusiva si no introduce una salvedad expresa que tutele la garantía legal ante vicios ocultos o defectos de fabricación.

Del mismo modo, en el expediente N° 582-2025/CC2 resuelto por la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 del Indecopi, se destaca que la agrupación de consumidores Asociación Instituto Promotor de la Calidad e Idoneidad del Mercado (IPCM), cuestionó la legalidad de las políticas abusivas de la empresa Falabella.Com S.A.C., centrando el debate en la estipulación que determinaba que la ropa interior y de baño no aplican para cambios y devoluciones. Dicha disposición configuraba una cláusula abusiva de ineficacia absoluta bajo los alcances del literal e) del artículo 50 del Código de Protección y Defensa del Consumidor peruano, el cual prohíbe de forma definitiva cualquier exclusión o limitación de los derechos reconocidos a los usuarios. La Comisión aceptó como válido lo que alegó la parte demandada al constatar que cualquier restricción a los beneficios que ofrecía el programa voluntario “Satisfacción Garantizada” solo podía aplicar dentro de dicho programa, no de manera general. Del mismo modo, este programa constituye

beneficios otorgados por el proveedor. Primero, uno potestativo, es decir, la empresa no está obligada por ley a darlo, sino que es una decisión propia; así como también un beneficio adicional, ya que va más allá de lo que exige la norma básica en defensa del consumidor. Ambos beneficios regulan el derecho al arrepentimiento o cambio de opinión del comprador, prerrogativa que no se encuentra reconocida de forma irrestricta en el ordenamiento jurídico nacional.

En base a lo mencionado, se concluyó que el beneficio de “Satisfacción Garantizada” es una ventaja comercial voluntaria y no un derecho legal obligatorio, el proveedor tiene la capacidad de excluir productos tales como ropa interior y trajes de baño por motivos de higiene y salud pública. Sin embargo, esta exclusión no aplica en caso de que el producto posea vicios ocultos o defectos de fábrica, pues, en este hipotético, el régimen de responsabilidad por idoneidad del producto predomina por completo.

Además, la decisión muestra que es necesario reforzar los requisitos de información al consumidor, aunque puede parecer lógico excluir ciertos artículos por motivos de higiene, el simple hecho de mencionar que algunos productos “no admiten devoluciones ni cambios” puede perpetuar prácticas comerciales que se han empleado en la historia para desalentar el ejercicio de derechos legítimos. En esta línea, la validez de dichas restricciones deberá ir acompañada de mecanismos informáticos que sean lo suficientemente claros para que el cliente pueda diferenciar entre una limitación de los beneficios comerciales y una violación ilegal de sus derechos fundamentales como consumidor.

En cuanto al marco de la supervisión de las cláusulas generales de contratación en el sector textil y de calzado, se revisó la Resolución Final N° 444-2026/CC2, emitida el 6 de febrero del año 2026 por la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 del Indecopi. Este procedimiento sancionador tiene origen en la denuncia del Instituto Promotor de Calidad e Idoneidad del Mercado (IPCIM) en contra de la empresa Fashion Fitness Perú S.A.C, que comercia bajo el nombre

de la marca Reebok por presuntas cláusulas abusivas en sus términos y condiciones de venta por vía electrónica.

La resolución concluyó que estas restricciones impuestas por Reebok acerca de las restricciones de cambios y devoluciones se ajustan a la legislación vigente, pues, regulan únicamente beneficios comerciales de naturaleza voluntaria y adicional, no afectando el régimen de garantías legales aplicables a productos que presentan defectos. Al quedar acreditado que las cláusulas no limitaban la responsabilidad de la empresa frente a supuestos de falta de idoneidad o vicios ocultos del calzado o material textil, la autoridad administrativa desestimó la existencia de una cláusula abusiva, declarando infundada la denuncia en este extremo.

Este razonamiento administrativo resulta altamente enriquecedor para la dogmática del derecho de consumo, pues establece un límite claro a la teoría de las cláusulas abusivas, demostrando que no toda restricción o exclusión fijada por el proveedor configura per se una práctica ilícita. La resolución bajo análisis permite inferir que la infracción sólo se materializa cuando se vulneran prerrogativas de origen legal e irrenunciable.

Por ello esto resulta precedente fundamental la resolución Final N.º 1052-2025/PS3 del Indecopi contra la empresa Pierre's Pizza S.A.C., la cual ilustra una clara infracción al deber de idoneidad, en esta ocasión quedó demostrado de forma objetiva que el usuario compró una pizza americana y recibió una hawaiana, por ello al presentar el reclamo inmediato, la empresa imputada no solucionó el problema y se limitó a ofrecer un producto complementario para una futura compra, sin más durante el procedimiento, la empresa optó por la rebeldía al no presentar descargos para defenderse. Asimismo, el órgano resolutivo valoró los medios probatorios aportados por el denunciante, como boletas y mensajes, y aplicó la presunción de veracidad. Es por ello que se determinó la responsabilidad de la empresa por vulnerar el artículo 19 del CPDC, imponiéndose una multa de 3.49 UIT, su inscripción en el registro de infractores y la

obligación de reembolsar 47.80 soles por el costo del producto, junto con 36.00 soles por las costas procedimentales, dado que el criterio se respalda firmemente en la línea resolutive del Indecopi en la Sentencia N° 3354-2013/SC2 de la Sala Especializada en Protección al consumidor, la cual precisa que las opciones de reparación, cambio o compensación comercial ante un producto defectuoso constituyen únicamente soluciones residuales.

Por consecuencia del ofrecimiento de beneficios para compras futuras no revoca ni exime al proveedor de su responsabilidad por una infracción al deber de idoneidad que ya se ha consumado por completo al momento de la entrega del bien disconforme. Asimismo, es importante considerar la resolución Final N.º 1052-2025/PS3 del Indecopi en contra de Pierre's Pizza S.A.C., que muestra claramente una violación al deber de idoneidad, pues, en este caso, se demostró que un cliente compró una pizza americana pero recibió una hawaiana, cuando el usuario presentó su reclamo, la empresa no abordó el problema y sólo le ofreció un producto extra para una futura compra. Además la empresa decidió no presentar defensas durante el procedimiento, lo que fue considerado como rebeldía, Por eso el órgano que decidió el caso evaluó las pruebas que el denunciante proporcionó, como las boletas y mensajes, y aplicó la presunción de veracidad, teniendo como se encontró a la empresa responsable de violar el artículo 19 del CPDC, lo que conllevó a una multa de 3.49 UIT, su registro en el listado de infractores y la obligación de devolver 47.80 soles por el costo del producto, además de 36.00 soles por los costos del procedimiento.

En la Resolución N.º 1052-2025/PS3, emitida en el caso Pierre's Pizza, el Indecopi reafirmó que los beneficios comerciales ofrecidos por el proveedor no sustituyen ni extinguen las obligaciones derivadas del deber de idoneidad. En dicho procedimiento, la empresa entregó un producto distinto al solicitado y, frente al reclamo del consumidor, ofreció beneficios para futuras compras en lugar de restituir adecuadamente el perjuicio ocasionado. Al no presentar descargos

durante el procedimiento administrativo, se aplicó la presunción de veracidad respecto de los hechos alegados por el denunciante, concluyéndose que existió una infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Este criterio resulta coherente con la línea jurisprudencial consolidada por la Sala Especializada en Protección al Consumidor mediante la Resolución N.º 3354-2013/SC2, en la que se estableció que las alternativas comerciales ofrecidas por el proveedor constituyen mecanismos complementarios, mas no sustituyen los derechos que corresponden al consumidor cuando se ha vulnerado la idoneidad del bien o servicio. En consecuencia, los incentivos para compras futuras, descuentos o beneficios promocionales no eximen al proveedor de su responsabilidad legal frente a un incumplimiento ya consumado.

La relevancia de estos pronunciamientos radica en que permiten diferenciar claramente entre las restricciones válidas referidas a beneficios comerciales voluntarios y aquellas cláusulas que buscan limitar derechos reconocidos por la ley. Mientras el proveedor conserva libertad para establecer condiciones respecto de beneficios adicionales que ofrece de manera facultativa, no puede restringir ni excluir los derechos vinculados a la garantía legal, la idoneidad del producto o la reparación de los daños ocasionados por un incumplimiento. De este modo, la jurisprudencia administrativa ha consolidado el criterio según el cual las cláusulas de prohibición absoluta de cambios y devoluciones resultan ineficaces cuando pretenden exonerar al proveedor de responsabilidades legalmente irrenunciables.

4.3. LAS ASIMETRÍAS NORMATIVAS Y LAS PERCEPCIONES DEL CONSUMIDOR

Con respecto a los datos obtenidos en las encuestas, es fundamental señalar como aspecto positivo que algunos comercios ya no empleaban estos letreros restrictivos, lo que indica que existe un avance en cuanto al cumplimiento de las normativas establecidas. No obstante, a pesar de estos avances, la realidad señala que todavía hay

resistencia al cambio, ya que los resultados de las encuestas revelan que mucha gente sigue enfrentándose a estos carteles abusivos, principalmente en tiendas de ropa y textilera (49%) con un índice alarmante, y zapaterías (11%), un rubro más controlado pero de todos modos aún preocupante. Además, se origina una paradoja curiosa, pues la mayoría de personas saben que tienen derecho a reclamar si el bien que compraron termina siendo defectuoso, mas, no reconocen que los carteles prohibitivos que lo anulan son ilegales.

De esta manera, se genera una desconexión entre el conocimiento teórico del derecho y la aplicación práctica del día a día en el consumo, lo que abre las puertas a los proveedores a influir negativamente en la decisión final del consumidor. Este panorama respalda lo que dicta Durand (2015): el Derecho del Consumidor no es ni debe considerarse como un regalo del Estado, sino correctamente como un mecanismo que busca equilibrar la vulnerabilidad del usuario frente al conocimiento del proveedor. En la actualidad, la asimetría no se limita a ser informativa, pues de la misma forma están la económica y psicológica, lo que hace que el proveedor pueda imponer condiciones unilaterales que el consumidor acepta ya sea por necesidad o falta de conocimiento en el tema, debido a la escasa cultura de consumo, la debilidad institucional y el acceso limitado a la justicia en este campo.

A partir de los cálculos realizados, es notoria la desinformación puesto que de los 91 clientes encuestados, 65 no tenían idea de que esas cláusulas abusivas estaban prohibidas, ello correspondiendo a datos obtenidos de manera específica, y no general como se mostró en una de las tablas anteriores. La mayoría de los comerciantes, dueños de negocios o vendedores encuestados no sabían nada sobre este asunto; sólo uno de ellos sabía que esas cláusulas eran ilegales. Esto evidencia que, aunque un sector del comercio en Tacna progresa hacia prácticas adecuadas, otro continúa funcionando con regulaciones consuetudinarias y en un contexto de desinformación que no toma en cuenta la legalidad.

El estudio de las soluciones que sugieren los encuestados refleja la necesidad urgente de cambiar el modelo punitivo tradicional en la región por uno preventivo y educativo. Ello debido a que sólo el 11.0% eligió la opción de imponer multas más rigurosas cuando se les preguntó cuál sería la mejor solución para este problema.

Por otro lado, se analizaron las soluciones propuestas por los encuestados, lo que se basa principalmente en resaltar la urgencia de pasar de un modelo punitivo tradicional que opta por las penalizaciones como un arreglo principal o único a la problemática, hacia un modelo que prioriza la prevención y educación en la región, sobre todo a los proveedores. Al preguntar sobre la mejor manera de resolver este dilema, el porcentaje más bajo constituido por el 11.0% optó por imponer multas más severas. Este bajo porcentaje sugiere que las personas ven la sanción económica como una medida reactiva y con poca efectividad frente a una práctica comercial profundamente arraigada en el comercio informal. En contraste, un 49% de los encuestados muestra preferencia por el aumento de capacitación y educación para los comerciantes, mientras que el 40% restante prioriza el incentivo de campañas informativas para los mismos consumidores.

En efecto, la solución con mayor acogida entre los actores del mercado tacneño no está en la implementación de regulaciones más severas, entonces en eliminar desde la raíz la asimetría informativa. Para el derecho del consumidor, esta situación plantea un desafío urgente de crear políticas públicas donde el Indecopi y las entidades competentes no solo actúen como organismos reguladores, también como agentes que ofrezcan educación legal a los proveedores sobre sus verdaderas obligaciones y motiven a los consumidores a informarse sobre sus derechos irrenunciables de este ámbito para protegerlos.

5. CONCLUSIONES

Como ya definimos en la investigación se concluye que la práctica mercantil de exhibir letreros con la prohibición absoluta de cambios y devoluciones constituye una vulneración al marco legal peruano del

derecho del consumidor cuando la prohibición absoluta pretende excluir derechos derivados de la garantía legal o del deber de idoneidad, estas disposiciones generales califican jurídicamente como cláusulas abusivas de ineficacia absoluta dado que su ilicitud radica en que buscan eximir al proveedor de su responsabilidad objetiva frente a productos defectuosos lo cual traslada injustificadamente el riesgo comercial al comprador y quiebra el equilibrio contractual puesto que los derechos a la idoneidad y a la garantía legal son de carácter imperativo e irrenunciable, motivo por el cual ninguna política interna de un establecimiento puede anular lo establecido en la ley.

El estudio en conjunto permitió observar que el uso de estas estipulaciones restrictivas se encuentra profundamente normalizado en el mercado local, con una concentración crítica en los sectores de prendas de vestir y aparatos electrónicos. Los hallazgos permiten inferir que la proliferación de estos letreros por parte de los negocios minoristas responde frecuentemente a un desconocimiento técnico de la normativa y a la imitación de costumbres informales, más que a una estrategia deliberada de evasión legal.

La revisión de los pronunciamientos administrativos del Indecopi permitió identificar criterios relevantes respecto de los alcances de la autonomía privada en las relaciones de consumo. En ese sentido, los establecimientos tienen total libertad para determinar términos o rechazos ante beneficios comerciales estrictamente opcionales, cómo reemplazar un producto debido al simple arrepentimiento del cliente o por motivos de salud en ropa interior. No olvidar dicha restricción comercial resulta inaplicable y nula si el bien entregado presenta fallas de fábrica o vicios ocultos, escenarios donde la reparación, el cambio o la devolución del dinero proceden de manera incondicional, es decir que no se deben excluir derechos derivados de las garantías legales y de idoneidad.

Por último concluimos que resulta fundamental ejecutar medidas concretas para erradicar estas prácticas lesivas y transitar hacia una

cultura de exigibilidad de derechos, porque para alcanzar esta meta, el Estado debe implementar estrategias de alfabetización jurídica dirigidas de manera simultánea a los usuarios y proveedores locales, para su combinación de la educación legal básica con programas de fiscalización preventiva garantizará el respeto a las normas imperativas y fomentará relaciones de consumo basadas en la buena fe y la equidad.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandro Quinteros Cortez (2023) La protección del consumidor a través de la Constitución Política del Perú y la jurisprudencia del Tribunal Constitucional. Athina, (15), 280–299. <https://doi.org/10.26439/athina2023.n015.6498>
- Barturén Llanos, T. D. (2020). El control de las cláusulas abusivas en el Código de Protección y defensa del consumidor. IUS: Revista De investigación De La Facultad De Derecho, 1(1), 49-63. <https://doi.org/10.35383/ius-usat.v1i1.415>
- Bullard González, A., y Saavedra Velazco, R. (2012). Derecho del Consumidor: Comentarios a la Ley N° 29571. Palestra Editores.
- Carranza Álvarez, C. & Alcántara Francia, O. A. (2022). Consumer protection in Peru: Origins, evolution, and main regulatory influences. Journal of Consumer Policy, 45(1), 87-102. <https://doi.org/10.1007/s10603-022-09506-7>
- Congreso Constituyente Democrático. (1993, 30 de diciembre). Constitución Política del Perú. Diario Oficial El Peruano.
- Congreso de la República del Perú. (2010, 2 de septiembre). Ley 29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor. Diario Oficial El Peruano.
- Durand Carrión, J. B. (2010). Determinación del Derecho del Consumidor como Disciplina Jurídica Autónoma. Derecho & Sociedad, (34), 69–81. Recuperado a partir de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/13329>
- Durand Carrión, J. B. (2015). El código de protección y defensa del consumidor, retos y desafíos para la promoción de una cultura de consumo responsable en el Perú.

- Echaiz-Moreno, D. (2012). El derecho del consumidor a la seguridad. *Ius Et Praxis*, 43(043), 105-124.
<https://doi.org/10.26439/iusetpraxis2012.n043.329>
- Farina, J. M. (1995). *Defensa del consumidor y del usuario*. Buenos Aires: Editorial Astrea.
- García, G. R. (2014). El apogeo y la decadencia del deber de idoneidad en la jurisprudencia peruana de protección al consumidor. *THEMIS: Revista de Derecho*, (65), 303-314.
- Guerra, E. L., González, A. B., de Hornung, A. L., Camacho, W. G., & Hervias, R. M. (2010). Protección al Consumidor:¿ Por qué Tener un Código?. *Derecho & Sociedad*, (34), 165-183.
- Indecopi. Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 - Sede Central. (2026, 6 de febrero). Resolución Final N.º 0438-2026/CC2 (Expediente 582-2025/CC2). Procedimiento de parte promovido por el Instituto Promotor de la Calidad e Idoneidad del Mercado - IPCM contra Falabella.com S.A.C. <https://www.gob.pe/indecopi>
- Indecopi. Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 - Sede Central. (2026, 6 de febrero). Resolución Final N.º 444-2026/CC2 (Expediente 748-2025/CC2). Procedimiento de parte promovido por el Instituto Promotor de Calidad e Idoneidad del Mercado - IPCIM contra Fashion Fitness Perú S.A.C. - Reebok. <https://www.gob.pe/indecopi>
- Indecopi. Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3. (2025, 26 de mayo). Resolución Final N.º 1052-2025/PS3 [Expediente 2050-2023/PS3]. Procedimiento administrativo sancionador contra Pierre's Pizza S.A.C. <https://www.gob.pe/indecopi>
- Indecopi. Sala Especializada en Protección al Consumidor. (2023, 24 de julio). Resolución N.º 1723-2023/SPC-INDECOPI (Expediente 0090-2020/CC2). Procedimiento de parte promovido por la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Áncash - ACUREA contra Comercial Mont S.A.C. - Platanitos y Pedro Nolasco Mont Koc. <https://www.gob.pe/indecopi>
- Indecopi. Sala Especializada en Protección al Consumidor. (2024, 20 de marzo). Resolución N.º 0796-2024/SPC-INDECOPI (Expediente 0954-2021/CC2). Procedimiento de parte promovido por la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Áncash - ACUREA contra Superdeporte Plus Perú S.A.C. - Marathon. <https://www.gob.pe/indecopi>
- Indecopi. Sala Especializada en Protección al Consumidor. (2025). Resolución 1788-2025/SPC-INDECOPI (Expediente 0596-2023/CC2).

Procedimiento de parte seguido por Asociación Peruana Proconsumer -
Appro contra Corporación de Alimentos Balanceados S.A.C. (Manzana
Verde). <https://www.gob.pe/indecopi>

Indecopi. Sala Especializada en Protección al Consumidor. (2013, 4 de
diciembre). Resolución N.º 3354-2013/SC2. Recurso de revisión
interpuesto por Karina Elizabeth Torres Villalba contra Tiendas por
Departamento Ripley S.A.

Martínez Escribano, C. (2023). El control judicial de cláusulas abusivas en la
jurisprudencia del TC a la luz de la jurisprudencia del TJUE Cuadernos
de Derecho Privado, 5, pp. 68-99

Rodríguez Chávez, R. Y. (2012). Tutela del consumidor contra cláusulas
abusivas. Revista Oficial Del Poder Judicial, 7(8/9), 245-289.
<https://doi.org/10.35292/ropj.v7i8/9.284>

Derechos y acceso: © 2026 Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Privada
de Tacna. Artículo de acceso abierto para lectura, impresión y archivo personal sin fines de lucro,
conforme a la política editorial vigente de la revista.