

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA

FILIAL ICA

FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



**EL NIVEL DE INFLUENCIA DEL DERECHO DE INFORMACIÓN
DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA IDONEIDAD DEL
PRODUCTO O SERVICIO Y SU IMPACTO EN
LA RELACIÓN DE CONSUMO EN LA
CIUDAD DE ICA- AGOSTO 2015**

TESIS

PRESENTADO POR BACHILLER

SOLAR VÁSQUEZ BRYAN ANTONELLO WALTER

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE

ABOGADO

ICA-PERU

2016

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, surge por la necesidad de conocer las causas del déficit de información del consumidor y su conducta negligente que comete a la hora de consumir productos y servicios. Para ello se estructuró el estudio en seis capítulos.

El primer capítulo versa sobre el marco teórico y la importancia de los conceptos básicos del derecho del consumidor, su historia, sus alcances y su relación de consumo con el proveedor (empresario).

El segundo capítulo describe la realidad problemática y la justificación del presente trabajo de estudio, siendo el problema la falta de información relevante del consumidor que hace que este realice muchas denuncias ante INDECOPI, motivo por el cual la presente tesis se justifica en corregir esas fallas de mercado y reducir los índices de estos reclamos y denuncias.

El tercer capítulo está referido a la hipótesis y variables, en donde se establece como hipótesis general, que si existe influencia de la información en el consumidor frente al deber de idoneidad del proveedor, entonces es probable que exista un impacto en la relación de consumo en la ciudad de Ica. Y se establece como objetivo principal el de establecer el nivel de influencia de la Información en el consumidor frente al deber de idoneidad del proveedor y ver el impacto que tiene en la relación de consumo en la ciudad de Ica.

El cuarto capítulo se refiere a la metodología que es cualitativo, cuantitativo y no experimental y tiene una muestra de 100 personas. El quinto capítulo establece los resultados de la investigación, resultados que comprueban y validan las hipótesis planteadas en un inicio.

Finalmente, el sexto capítulo contiene las conclusiones y sugerencias de la investigación realizada.

Palabra Claves: Consumidor, Información, Proveedor y Relación de consumo.