

Informe de caracterización de los conflictos de consumo desde una perspectiva de género

Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC)

Agosto 2022

Informe de caracterización de los conflictos de consumo desde una perspectiva de género**Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI****Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC)****Directora**

Ana Peña Cardoza

Elaborado por:

Nelly Rivera Quintana

Melissa Torres Salguero

Revisión:

Benjamín Vila Alarcón

Las opiniones vertidas en el presente documento son responsabilidad del equipo de trabajo y no comprometen necesariamente la posición de la Alta Dirección y/o órganos resolutivos del Indecopi.

Los comentarios o sugerencias pueden ser remitidos al correo electrónico: bvila@indecopi.gob.pe

© 2022 INDECOPI. Derechos Reservados.

Calle La Prosa 104 - San Borja, Lima 41 - Perú

www.indecopi.gob.pe

Teléfono: 224-7800

Consejo Directivo

Julián Fernando Palacín Gutiérrez
Walter Otiniano Aranda
José Carlos Aguado Ñavincopa
María Teresa Barrueto Pérez

Consejo Consultivo

Geraldine Elia Denise Mouchard Infantes
Juan Pedro Van Hasselt Dávila
Óscar Javier Schiappa Pietra Cubas
Raúl Eduardo Mauro Machuco
Silvana Rosario Huanqui Valcárcel
Sara María Martínez Cadenillas

Gerente General (e)

Julio Martín Ubillús Soriano

Directora de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

Ana Peña Cardoza

Contenido

INTRODUCCIÓN	5
1. MECANISMOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN MATERIA DE CONSUMO	6
2. CONFLICTIVIDAD EN MATERIA DE CONSUMO	8
3. ANÁLISIS DE LOS RECLAMOS SEGÚN ATRIBUTOS	13
3.1. MAGNITUD DE LOS RECLAMOS	13
3.2. ÁMBITO GEOGRÁFICO	14
3.3. MEDIOS DE ADQUISICIÓN	15
3.4. CONDUCTA PREVIA DE RECLAMO	17
3.5. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LOS RECLAMOS	19
3.6. PRINCIPALES HECHOS RECLAMADOS	21
3.7. ACTIVIDADES ECONÓMICAS MÁS RECLAMADAS	23
3.8. FORMA DE CONCLUSIÓN DE LOS RECLAMOS	25
3.9. COMERCIO ELECTRÓNICO	28
4. PERCEPCIÓN DE DISCRIMINACIÓN SEGÚN GÉNERO	35
5. PERSONAL RESOLUTIVO DEL INDECOPI A NIVEL NACIONAL	36
6. CONCLUSIONES	37
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

Introducción

La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi presenta el documento denominado “ Informe de caracterización de los conflictos de consumo desde una perspectiva de género ”, que se enmarca dentro de las actividades contempladas en el Plan de Igualdad de Género 2022, y busca visibilizar, desde una perspectiva de género, la atención y solución de conflictos brindados a través del Indecopi en materia de consumo, utilizando como principal insumo la información institucional de los reclamos concluidos del periodo enero 2019 a junio del 2022.

El documento, luego de la breve introducción, está organizado de la siguiente manera: en la primera sección se presentan los diversos mecanismos de solución de conflictos en materia de consumo. En la segunda, se presenta la conflictividad en materia de consumo por parte de las y los consumidores; en la tercera, se desarrolla el análisis de los reclamos según sus atributos, segmentando la información por el género del reclamante. En la cuarta sección, se desarrolla la percepción de la discriminación según género; en la quinta, las características del personal encargado de las resoluciones de los conflictos de consumo en el Indecopi; en la sexta, se presentan las principales conclusiones del informe; y, en la séptima, la bibliografía referencial.

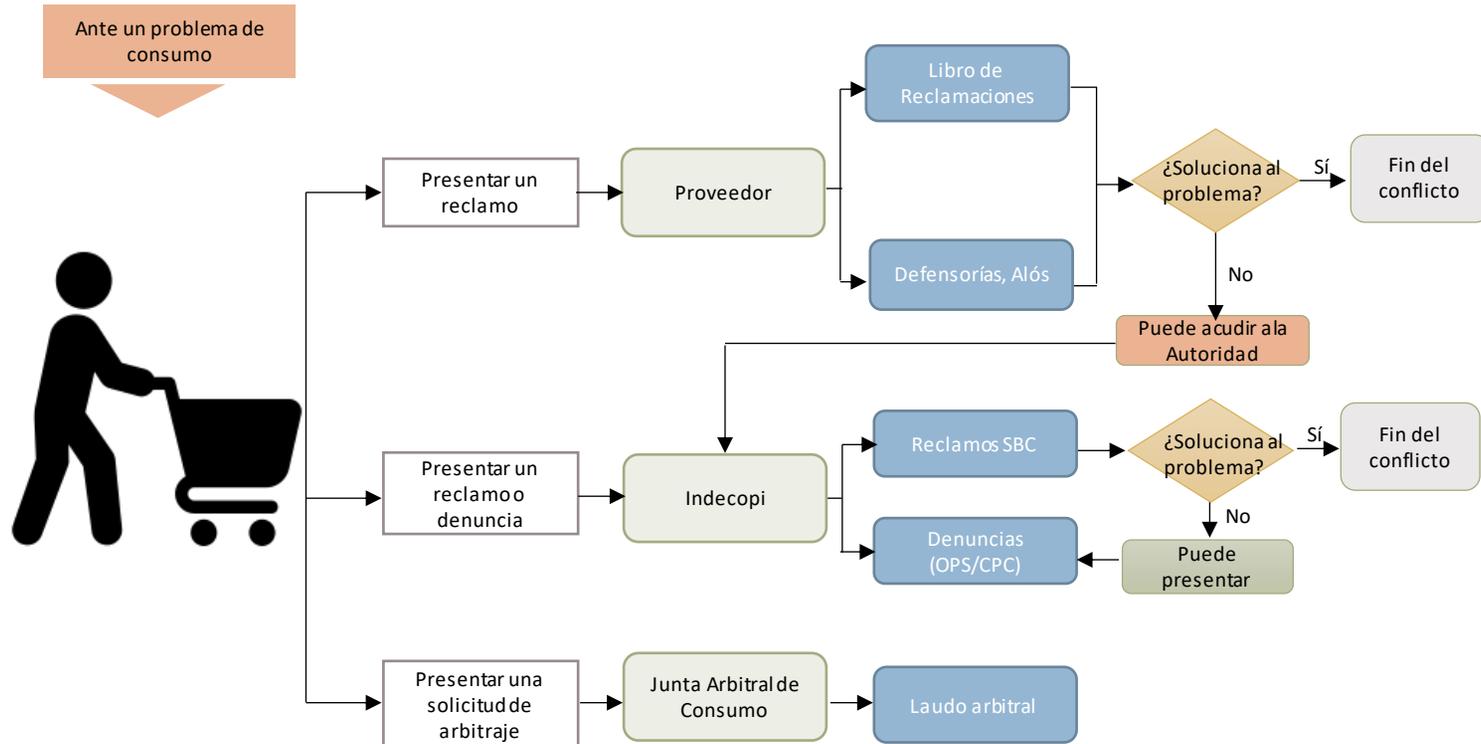
Es de destacar que, los resultados del presente informe permitieron identificar algunas diferencias que existen entre hombres y mujeres frente a conflictos de consumo y en la forma de relacionarse con el Indecopi. Estas diferencias reflejan la necesidad de un despliegue de actividades a medida de la ciudadana y el ciudadano que deben tomarse en cuenta en el momento de proponer o elaborar intervenciones orientadas al mayor empoderamiento y mayor protección de las y los consumidores.

1. Mecanismos de solución de conflictos en materia de consumo

El consumidor en el Perú cuenta con una variada gama de herramientas puestas a su disposición para la solución de aquellos problemas derivados de una relación de consumo, las cuales abarcan desde acuerdos voluntarios entre el consumidor y el proveedor; procedimientos administrativos (que pueden concluir con sanciones en contra del proveedor y medidas correctivas a favor de los consumidores) y el arbitraje de consumo (en el que se puede otorgar a favor del consumidor una indemnización que repare el perjuicio causado por la empresa). En ese sentido, frente a un problema en una relación de consumo, el consumidor tendría como alternativas:

- a. Buscar una solución directa con el proveedor. A través de la presentación de un reclamo ante la misma empresa y/o mediante el uso de su Libro de Reclamaciones, y de forma alternativa, en algunas actividades económicas, a través de mecanismos de solución de conflictos privados autocompositivos y de autorregulación como es el caso de los Alós y las defensorías.
- b. Acudir ante la autoridad competente. En el caso del Indecopi, teniéndose como alternativas el realizar:
 - i. Un reclamo ante la Subdirección de Atención al Ciudadano (en adelante, SBC). En este medio, los consumidores pueden presentar gratuitamente un reclamo (por medios presenciales y no presenciales). En este caso, la SBC promoverá la celebración de un acuerdo conciliatorio entre el proveedor y el consumidor. Las conciliaciones se efectúan en un corto periodo y en caso de incumplirse dicho acuerdo es posible que el proveedor sea sancionado, de iniciarse un procedimiento administrativo.
 - ii. Una denuncia administrativa ante los órganos resolutores del Indecopi. Que tiene por finalidad determinar si el proveedor ha cometido una infracción y por ende puede ser sancionado (con una amonestación o multa) y estar sujeto a cumplir medidas correctivas a favor del consumidor. Asimismo, posteriormente, podrían reconocerse las tasas y los honorarios de abogados en los que pudiera haber incurrido el consumidor en la tramitación del procedimiento, de ser el caso.
 - iii. Una solicitud de arbitraje ante la Junta Arbitral de Consumo. Sea de forma presencial en cualquiera de las sedes u oficinas del Indecopi, a través de un correo electrónico (arbitrajedeconsumo@indecopi.gob.pe) y la mesa de partes virtual del Indecopi. El arbitraje es un mecanismo alternativo para resolver los conflictos entre consumidores y proveedores, que se caracteriza por ser voluntario y ser de carácter vinculante para ambos. El arbitraje de consumo es gratuito y se desarrolla en el plazo máximo de 45 días hábiles desde que se admite la solicitud de arbitraje. Este mecanismo contempla el otorgamiento de indemnizaciones a favor del consumidor siempre que se acredite que el proveedor le ha generado un daño en el marco de una relación de consumo.

Gráfico N° 1
Acciones que puede tomar el consumidor frente a un conflicto en una relación de consumo



Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi.

2. Conflictividad en materia de consumo

Un conflicto de consumo corresponde a una disconformidad en la adquisición de un producto o servicio que puede tener como consecuencia el comportamiento de queja o reclamo por parte de un consumidor, el cual puede estar explicado por distintos factores o determinantes.

De acuerdo con Moliner (2007)¹, los determinantes del comportamiento de una queja relacionados al consumidor² pueden ser generales y específicos, estando en el primer grupo: i) las características demográficas, ii) la personalidad, iii) las actitudes hacia la queja, y iv) el nivel de formación y experiencia. Concretamente en lo relacionado con las características demográficas identificó a la edad, la formación, el estatus social, el nivel de ingresos y el sexo, como las características más estudiadas. En cuanto al sexo, la autora refiere que no existe acuerdo para indicar que un determinado género presenta una mayor tendencia reclamar; ya que algunos autores como Moyer (1984) concluyen que los hombres son los consumidores que más se quejan, y otros como Kolodinsky (1993), refieren que las mujeres presentan una mayor tendencia en manifestar quejas.

En el caso particular de Perú, teniendo en cuenta los resultados de la Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección del Consumidor (2019) y la información de reclamos recibidos en el Indecopi a través de la SBC, existe una mayor participación de hombres en la presentación de reclamos frente a las mujeres; sin embargo, es necesaria la caracterización de ambos géneros, en ese sentido, el presente informe se abordará de la siguiente manera:

- 1) Se utilizarán los resultados de la Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor (en adelante, Encuesta), para contar con información aproximada a nivel macro de los conflictos de consumo entre las y los consumidores y los proveedores, dado que no se cuenta con información representativa o en su totalidad de los conflictos de consumo a nivel nacional.
- 2) Se dimensionará la magnitud de conflictos de consumo, teniendo en cuenta las bases institucionales del Indecopi a nivel general.
- 3) Se analizará la conflictividad en el consumo basada en la información del registro de reclamos concluidos que posee el Indecopi a nivel nacional, la cual cuenta con variables que permitirán caracterizar los conflictos de consumo desde una perspectiva de género.
- 4) Se analizará la percepción de discriminación en las relaciones de consumo según género. Para ello, se utilizarán los resultados de la Encuesta.
- 5) Finalmente, se realizará una caracterización del personal resolutivo de alto mando a nivel nacional con competencias de protección de consumidor según género.

¹ Moliner, B. (2007). *Determinantes del comportamiento de queja del consumidor: una revisión*. Estudios sobre consumo, ISSN 0212-9469, N° 80, 2007, págs.29-48.

² Adicionalmente a los determinantes relacionados con el consumidor, también se presentan determinantes relativos a la empresa, al entorno, y a los productos y servicios.

2.1. Conflictividad en materia de consumo reportada en la Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección del Consumidor

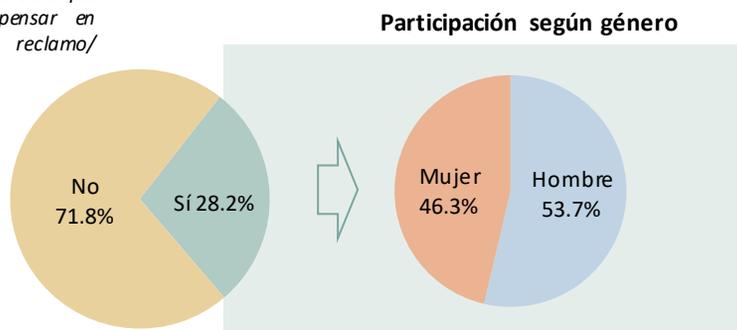
Sobre la base de los resultados de la Encuesta realizada en el 2019, se obtuvo que 03 de cada 10 consumidores (28.2%) tuvieron problemas de consumo debido a la adquisición de un producto o servicio, de los cuales el 53.7% fueron hombres y el 46.3% mujeres.

Asimismo, del total de mujeres, el 26.0% señaló que tuvo algún conflicto de consumo, lo cual es menor respecto a la proporción de hombres con conflictos de consumo (30.4%).

Gráfico N° 2
Experiencia de consumo según género

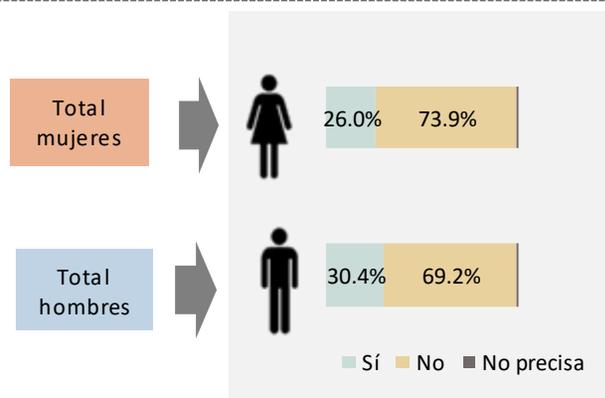
Pregunta referencial:

¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con algún producto o servicio que lo haya hecho pensar en presentar un reclamo/denuncia?



Pregunta referencial:

¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con algún producto o servicio que lo haya hecho pensar en presentar un reclamo/denuncia?



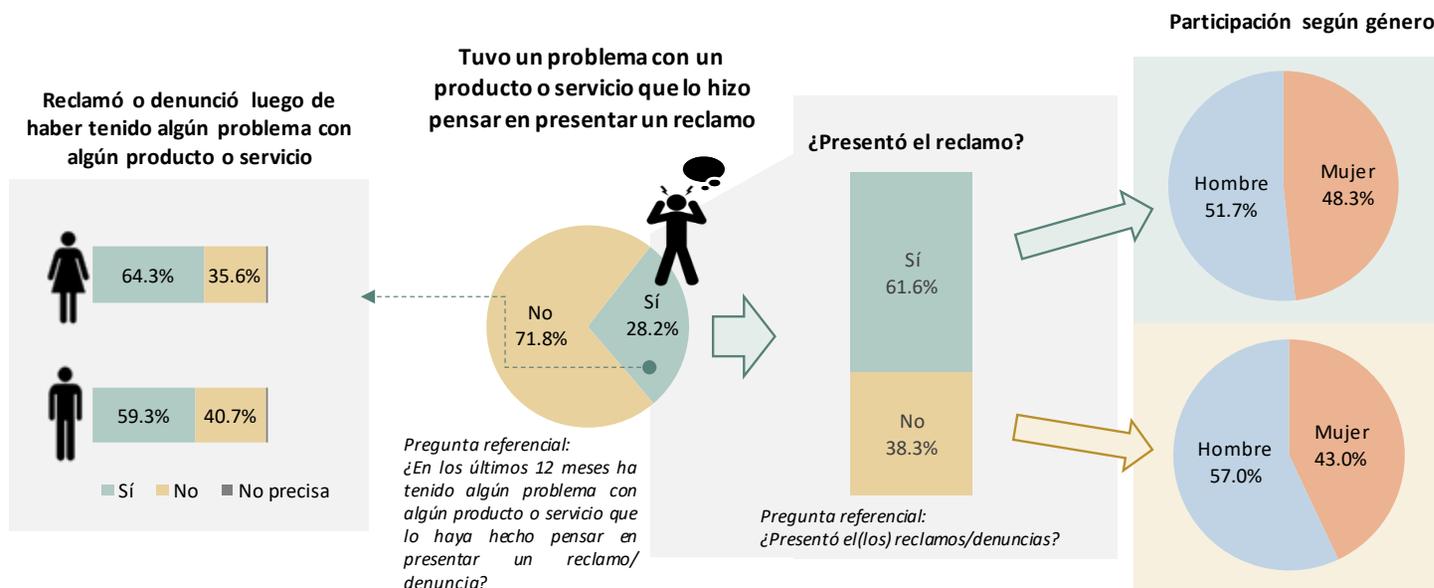
Fuente: Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2019 – Indecopi.
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Es de destacar que, 06 de cada 10 personas que tuvieron conflictos de consumo, presentaron reclamos o denuncias, de los que el 51.7% fueron hombres y el 48.3% mujeres, lo cual indica que no existe una distribución totalmente homogénea según género.

En el caso de aquellas personas que no reclamaron o denunciaron, la participación de hombres fue mucho mayor, al representar el 57.0% del total de conflictos de consumo no reclamados, versus las mujeres que representaron el 43.0%.

A pesar de lo anterior, al analizar la información según género, del total de mujeres que tuvieron un problema de consumo, el 64.3% presentó un reclamo o denuncia, participación mayor en comparación a los hombres, con el 59.3% respecto de su total.

Gráfico N° 3
Presentación de reclamos o denuncias según género



Fuente: Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2019 – Indecopi.
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

2.2. Magnitud de conflictos de consumo reportados en el Indecopi

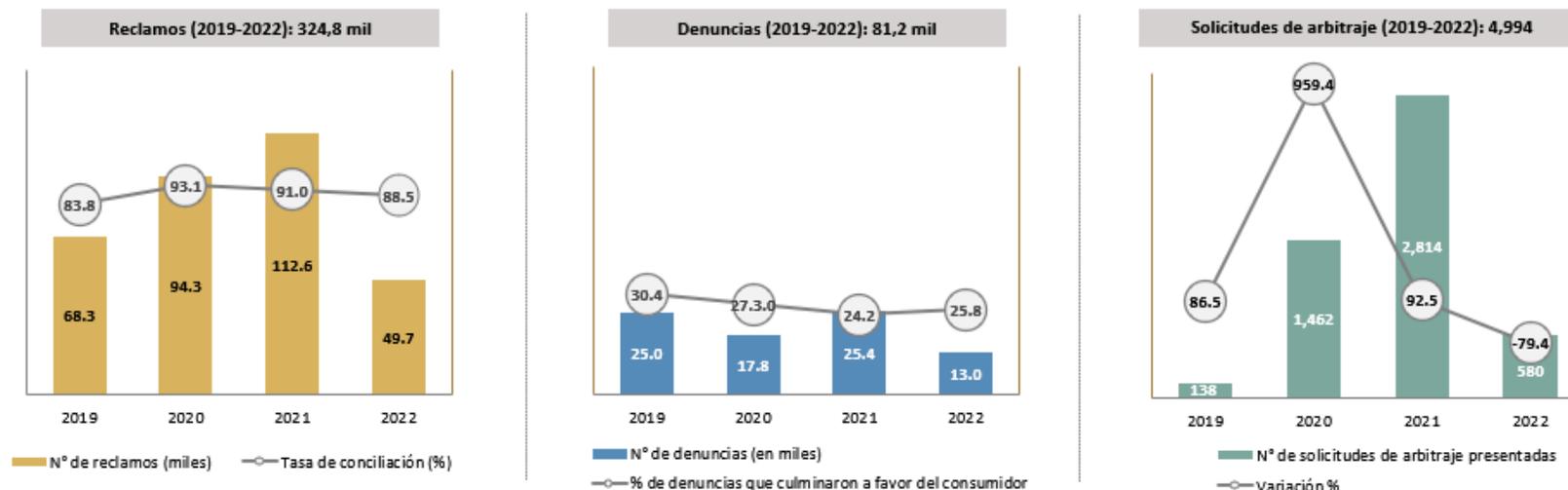
La ocurrencia de conflictos de consumo en el mercado se incrementó en los últimos años, reflejándose en el número de reclamos, denuncias y solicitudes de arbitraje. De forma referencial, entre enero del 2019 y junio del 2022 se tuvo lo siguiente:

Reclamos. Se atendieron 324,824 reclamos a nivel nacional a través de la SBC del Indecopi, los que fueron presentados en contra de proveedores de diversas actividades económicas en el mercado de bienes y servicios. Cabe indicar que en el 89.6% del total de reclamos que atravesaron la fase de conciliación y mediación³ se obtuvo una solución al conflicto de consumo.

Denuncias. Se resolvieron 81,164 denuncias en los órganos resolutores del Indecopi (tanto en los Órganos Resolutores de Procedimientos Sumarísimos – OPS, como en las Comisiones de Protección al Consumidor - CPC, por presuntas infracciones a las normas de protección al consumidor. Las CPC atendieron el 72.2% del total de denuncias; mientras que, los OPS, el 27.8% restante. En el 27.0% del total de denuncias se tuvo un resultado a favor del consumidor.

Solicitudes de arbitraje. Se recibieron 4,994 solicitudes de arbitraje⁴ ante la Junta Arbitral de Consumo. En el año 2021 se concentró el 56.3% del total de solicitudes de arbitraje.

Gráfico N° 4
Evolución de los reclamos cerrados, denuncias concluidas y solicitudes de arbitraje presentados, a nivel nacional, 2019-2022



Nota:
 Datos preliminares a junio de 2022 en reclamos y denuncias.
 Datos al 22 de junio del 2022 en solicitudes de arbitraje presentadas.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

³ La tasa de conciliación se refiere al porcentaje de conciliaciones totales (conciliaciones y mediaciones) respecto a la suma de conciliaciones totales y no conciliaciones.

⁴ Desde el 1 de enero del 2019 hasta el 22 de junio de 2022.

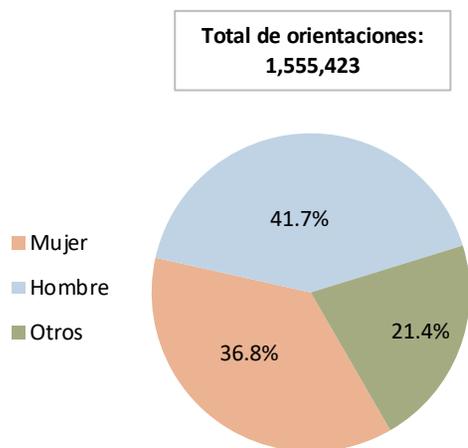
Es de destacar que uno de los servicios que se brinda en el Indecopi es el de la orientación, servicio que consiste en brindar información sobre temas dentro del ámbito de competencia del Indecopi. En materia de protección del consumidor, brinda información sobre los diferentes procedimientos para la atención de conflictos de consumo y el estado de los expedientes tramitados por las áreas resolutorias, asimismo, sobre la información relacionada con la atención de las oficinas (dirección, horario de atención, funciones) y actividades que realiza el Indecopi.

Al respecto, se tuvo el siguiente desempeño:

Orientaciones. Entre enero de 2019 y junio de 2022 se realizaron 1,555,423 orientaciones en materia de consumo en diversas actividades económicas tales como: el sistema financiero, agua y saneamiento, educación, salud, telecomunicaciones, entre otros a nivel nacional.

Del total de orientaciones, el 41.7% (648,680) fueron dirigidas a hombres, 36.8% (572,506) a mujeres y 21.4% a otros (proveedores y personas no identificadas).

Gráfico N° 5
Número de orientaciones en materia de consumo según género
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota:
 Datos preliminares a junio de 2022.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

3. Análisis de los reclamos según atributos

3.1. Magnitud de los reclamos

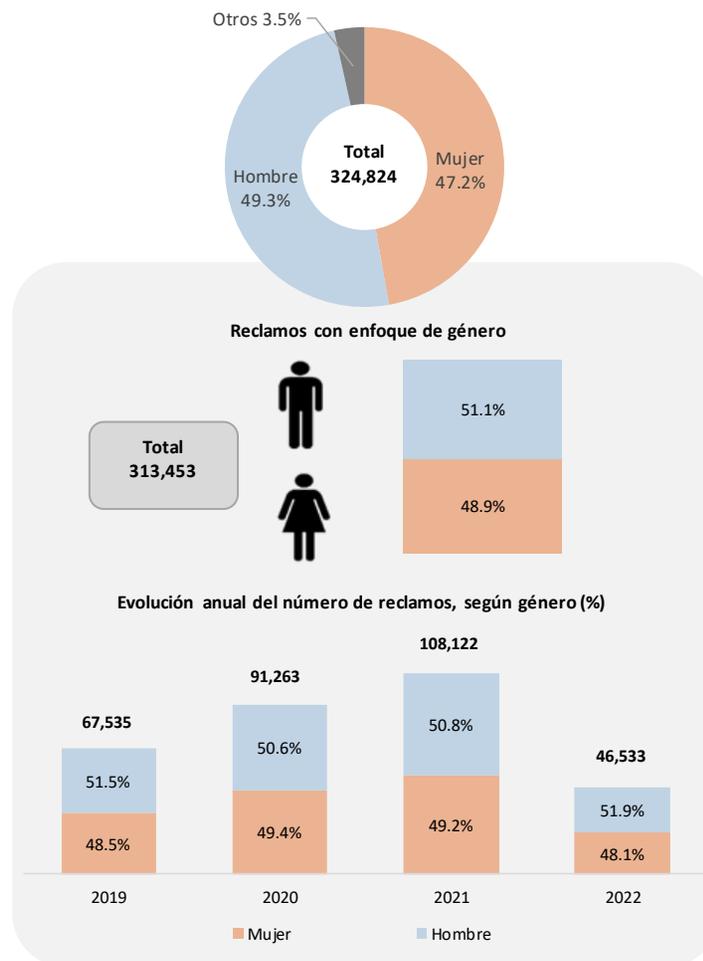
Entre enero del 2019 y junio del 2022, el número de reclamos atendidos por el Indecopi contra proveedores de diversas actividades económicas alcanzaron los 324,824, de los cuales, el 49.3% (160,150) fueron presentados por hombres, el 47.2% (153,303) por mujeres y el 3.5% (11,381) por otros (micro y pequeñas empresas - Mypes y reclamantes que no brindaron información sobre su género).

Dado que el presente informe busca caracterizar los conflictos de consumo según género, solo se considerará en el siguiente análisis los reclamos en donde se identificó plenamente el género del reclamante.

En ese sentido, el total de reclamos en los que se identifica el género del reclamante alcanzó los 313,453, de los cuales el 51.1% fueron presentados por hombres y el 48.9% por mujeres.

Teniendo en cuenta la evolución anual, se aprecia que en los últimos 04 años el hombre ha tenido una participación superior a la mujer en los reclamos.

Gráfico N° 6
Número de reclamos concluidos, según género del reclamante
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota:

Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

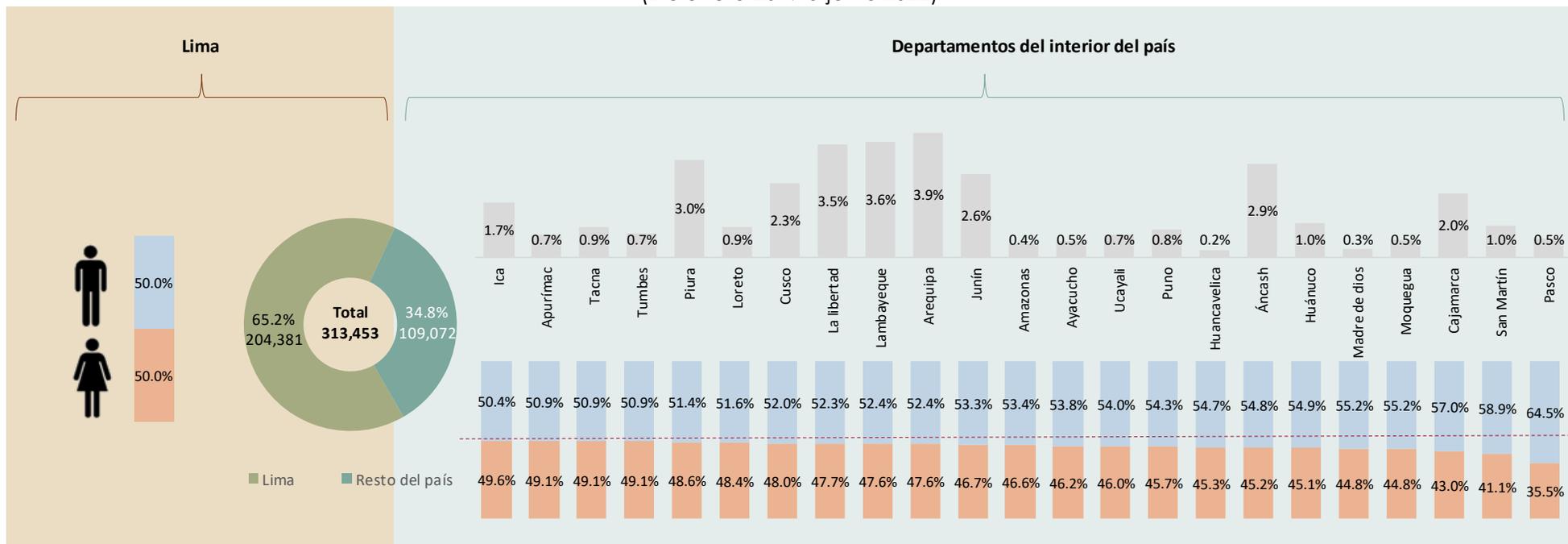
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.2. Ámbito geográfico

De enero de 2019 a junio de 2022, el mayor número de reclamos se presentó en Lima, puesto que 06 de cada 10 (65.2%) procedieron de dicho departamento, con un total de 204,381 reclamos, los cuales fueron presentados en la misma proporción por hombres y mujeres.

En el resto del país se aprecia que el porcentaje de hombres es superior; sin embargo, las participaciones varían de acuerdo con el departamento. Así, en los departamentos en donde se presenta una marcada diferencia son Pasco (hombres: 64.5% y mujeres: 35.5%), San Martín (hombres: 58.9% y mujeres: 41.1%) y Cajamarca (hombres: 57.0% y mujeres: 43.0%), entre otros. Cabe destacar que, teniendo en cuenta los departamentos en los que se concentró una mayor cantidad de reclamos (Arequipa, Lambayeque y La libertad), la diferencia en la participación es menor al 5%.

Gráfico N° 7
Participación de los reclamos según género y departamento
 (De enero 2019 a junio 2022)



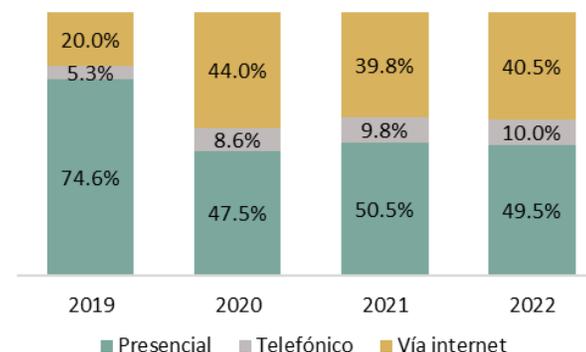
Nota:
 Datos preliminares a junio de 2022.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.3. Medios de adquisición

La llegada de la pandemia al país originada por la COVID-19 generó un crecimiento relevante del uso de medios digitales para la adquisición de bienes y servicios por parte de los consumidores. Sin embargo, esta situación vino acompañada con un incremento de conflictos de consumo entre los consumidores y proveedores por compras a través del internet, lo cual se evidenció en el incremento de reclamos por adquisición de bienes y servicios adquiridos a través de dicho medio, los cuales pasaron de tener una participación del 20.0% en el 2019 a 40.5% en el 2022 (representando un incremento de 20.5 p.p.).

Según género, se observa una proporción casi similar en las mujeres (50.1%) y hombres (49.9%) en los conflictos de consumo por compras de bienes y servicios mediante el internet. Caso contrario se aprecia en las compras realizadas de manera presencial, en donde es mayor la participación de los hombres (51.5%) versus las mujeres (48.5%).

Gráfico N° 8
Evolución de la participación de los reclamos según medio adquisición de los bienes y servicios
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Gráfico N° 9
Participación de los reclamos según medio de adquisición de los bienes y servicios y género
 (De enero 2019 a junio 2022)

Medio de adquisición	N° de reclamos	Part. de reclamos	Participación, según género
Presencial	148,584	54.3%	Mujer: 48.5% Hombre: 51.5%
Telefónico	23,399	8.5%	Mujer: 47.9% Hombre: 52.1%
Vía internet	101,773	37.2%	Mujer: 50.1% Hombre: 49.9%
Total	273,756		Mujer Hombre

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

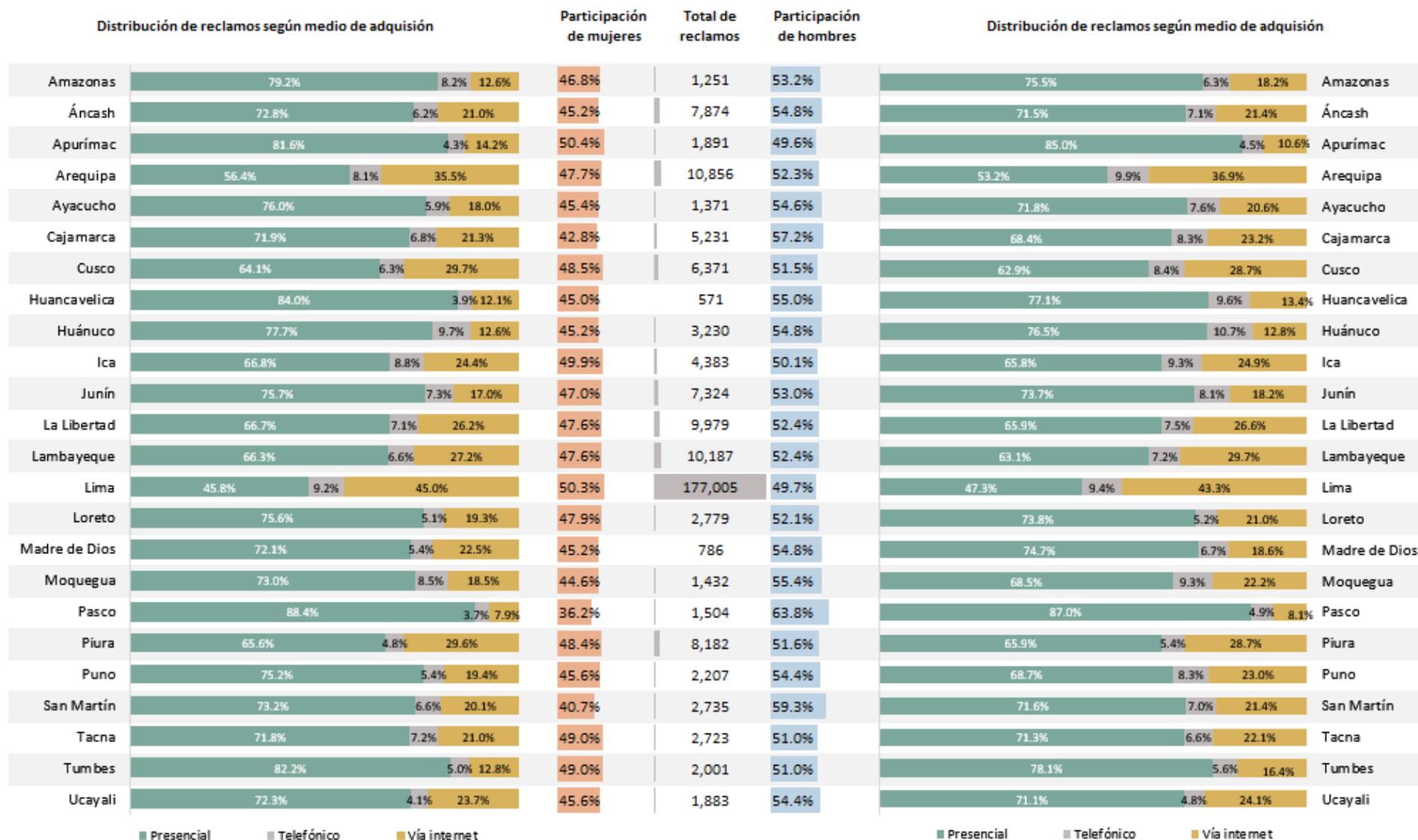
Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Con respecto al ámbito geográfico, en Lima se aprecia una mayor proporción de mujeres que tuvieron conflictos de consumo por compras por internet (45.0% del total) en comparación a los hombres (43.3%). Lo contrario sucede en Amazonas en donde es mayor la proporción de hombres con reclamos por compras realizadas por internet (18.2%) versus las mujeres (12.6%).

En el caso de Huancavelica, se destaca la proporción de mujeres con reclamos por compras realizadas presencialmente (84.0%) en comparación a los hombres (77.1%).

Los departamentos en donde se observa un mayor conflicto de consumo por compras realizadas vía internet por parte de los hombres y mujeres son Arequipa, Cusco y Piura.

Gráfico N° 10
Medio de adquisición según género
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

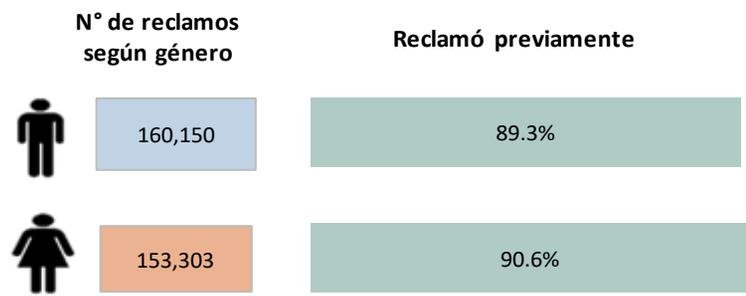
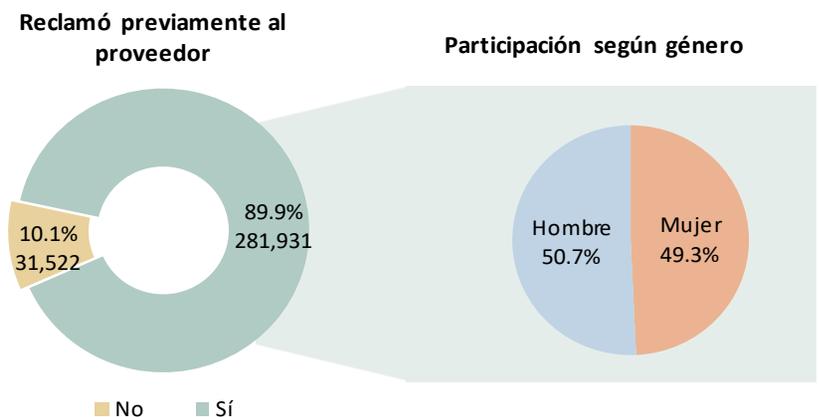
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.4. Conducta previa de reclamo

Del total de personas que reclamaron en Indecopi por conflictos de consumo, en el 89.9% (281,931) de los casos los consumidores ya habían presentado su reclamo ante el proveedor, de estos, el 50.7% fueron hombres y el 49.3% mujeres.

Del total de mujeres que reclamaron ante el Indecopi, en el 90.6% había reclamado previamente ante su proveedor, siendo mayor la proporción en comparación a los hombres que fue del 89.3%.

Gráfico N° 11
Reclamó previamente, según género
 (De enero 2019 a junio 2022)

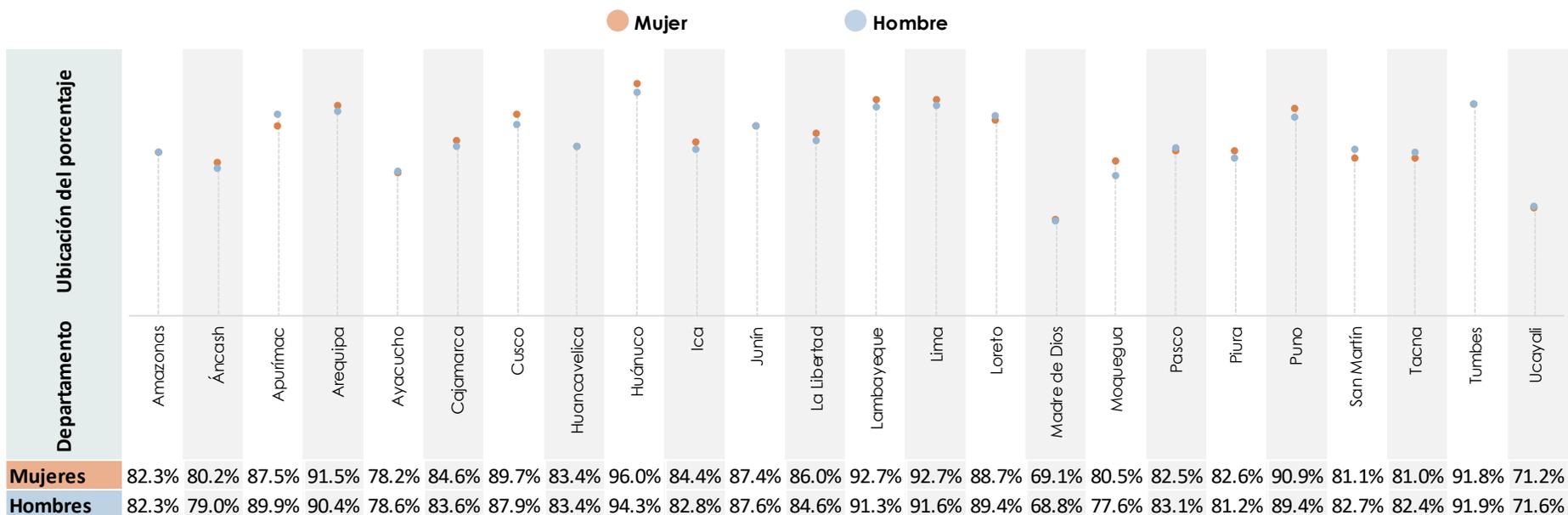


Nota: Datos preliminares a junio de 2022.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Según ámbito geográfico, se aprecia en más departamentos una mayor proporción de mujeres que reclamaron previamente a sus proveedores antes de recurrir al Indecopi, siendo Huánuco (96.0%), Cusco (89.7%) y Moquegua (80.5%) en donde existió una brecha mayor respecto a la proporción de hombres que también reclamaron previamente a su proveedor. Situación contraria sucede en Apurímac (87.5%) y San Martín (81.1%), en donde la proporción de hombres fue superior a la de mujeres.

Cabe indicar que, en el caso de Lima, es mayor el porcentaje de mujeres (92.7%) que reclamaron previamente ante su proveedor versus los hombres (89.4%).

Gráfico N° 12
Porcentaje de hombres y mujeres que reclamaron previamente al proveedor
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

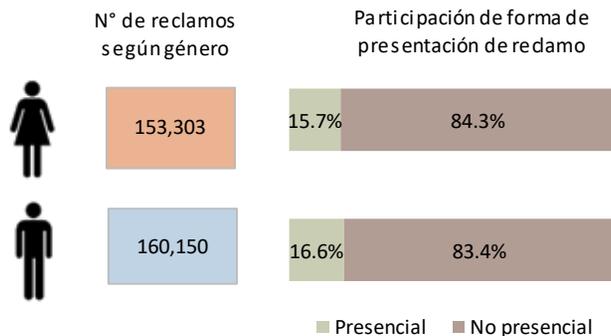
3.5. Forma de presentación de los reclamos

Entre enero del 2019 y junio del 2022, el Indecopi atendió 313,453 reclamos de los consumidores, quienes utilizaron principalmente los canales no presenciales (83.8%) para presentar sus reclamos, de los cuales 50.8% fueron hombres y el 49.2% mujeres. En el caso de la vía presencial, el 52.5% fueron hombres y el 47.5% mujeres.

Cabe destacar que, el mayor uso de canales no presenciales por parte de los consumidores a partir del año 2020 se dio en busca de reducir el contacto físico para prevenir el contagio de la COVID-19 gracias a la disponibilidad de canales virtuales brindados por el Indecopi a nivel nacional.

Por su parte, según género, no se presentaron marcadas diferencias en el uso de canales no presenciales, ya que, del total de mujeres con conflictos de consumo, el 84.3% utilizó dicho canal y de los hombres, el 83.4%.

Gráfico N° 13
Forma de presentación, según género
(De enero 2019 a junio 2022)

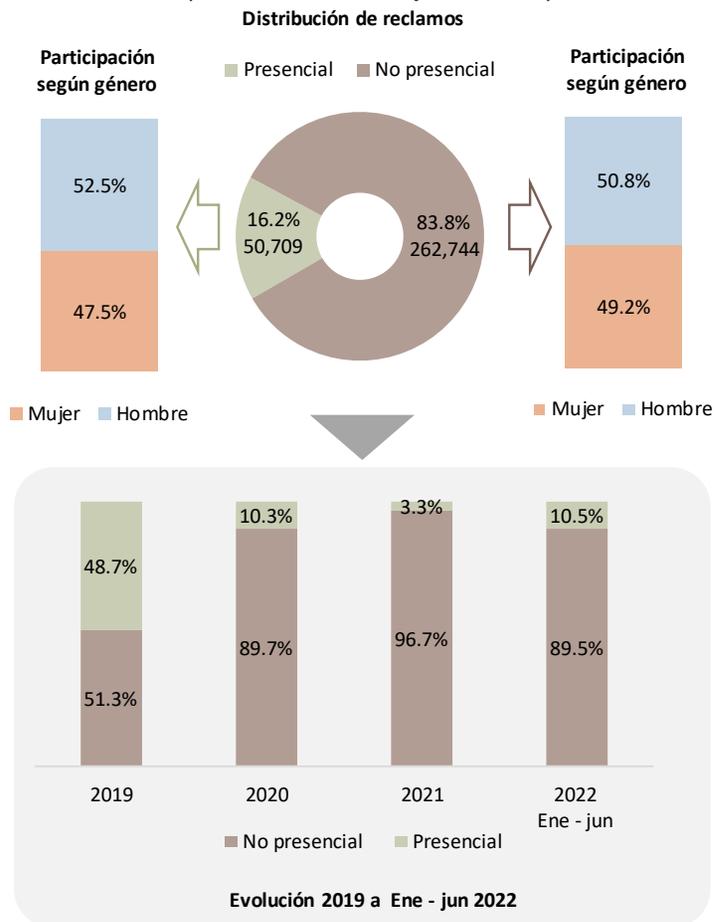


Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Gráfico N° 14
Forma de presentación del reclamo
(De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

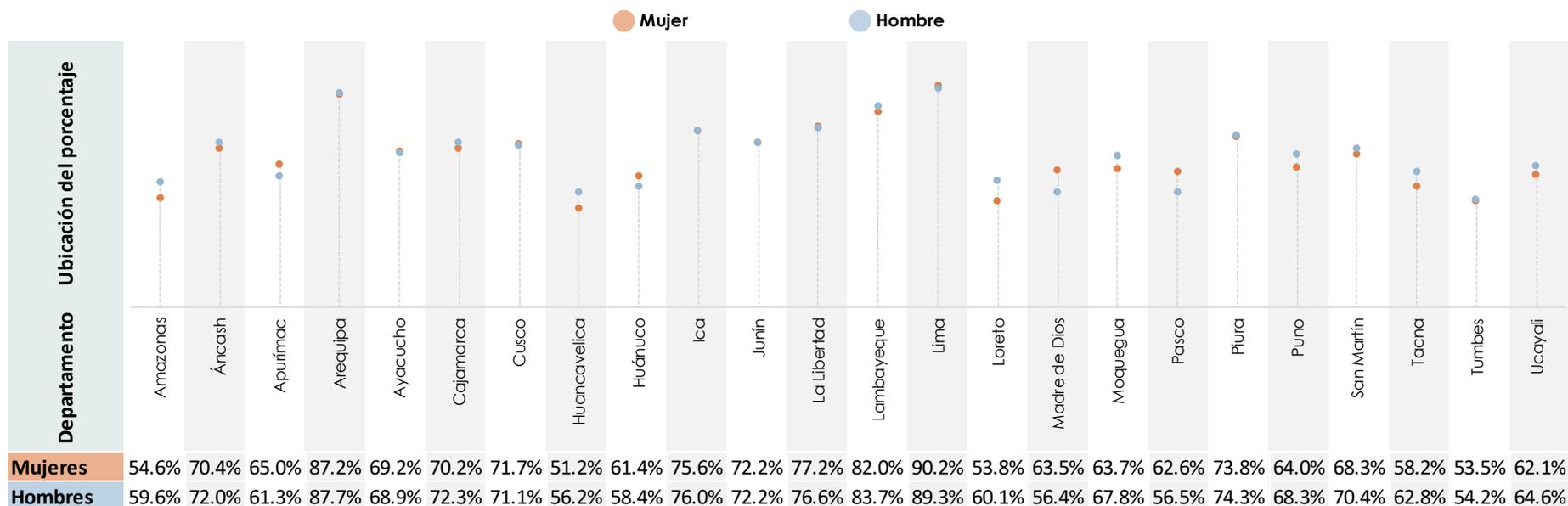
Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Según ámbito geográfico, se aprecia en un mayor número de departamentos, el uso de los canales no presenciales por parte de los hombres para la presentación de reclamos, destacando en Loreto (60.1%), Amazonas (59.6%), Huancavelica (56.2%) y Tacna (62.8%). Situación contraria sucede en Madre de Dios (63.5%), Pasco (62.6%) y Apurímac (65.0%), en donde se observa una mayor proporción de las mujeres.

En el caso de Lima, la proporción de hombres y mujeres que presentaron su reclamo mediante canales no presenciales no es muy diferente, siendo el porcentaje de mujeres de 90.2% y de hombres 89.3%.

Gráfico N° 15
Porcentaje de hombres y mujeres que reclamaron de forma no presencial según departamento
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.6. Principales hechos reclamados

Respecto a los hechos reclamados, el 90.0% (282,209 reclamos) estuvieron relacionados con la falta de idoneidad, de los cuales, el 51% fueron reclamos de hombres y el 49% de mujeres.

Considerando los 10 principales hechos reclamados, en el caso de las mujeres, se aprecia una mayor participación en: i) tarjeta de crédito (54.0%) y ii) métodos abusivos de cobranza (50.8%).

Por su parte, en los 08 restantes, son los hombres que destacan con una mayor participación, resaltando en: i) Libro de Reclamaciones (59.7%), ii) métodos de cobranza coercitivos (55.7%) y iii) reporte indebido a centrales de riesgo (53.0%).

Gráfico N° 16
Participación de los principales hechos reclamados, según género
 (De enero 2019 a junio 2022)

Hecho reclamado	N° de reclamos	Part. de reclamos	Participación, según género	
Falta de idoneidad	282,209	90.0%	49.0%	51.0%
Operaciones no reconocidas	13,125	4.2%	49.2%	50.8%
Métodos comerciales coercitivos	4,498	1.4%	44.3%	55.7%
Atención de reclamos	2,472	0.8%	47.2%	52.8%
Métodos abusivos de cobranza	2,220	0.7%	50.8%	49.2%
Libro de reclamaciones	1,971	0.6%	40.3%	59.7%
Falta de ejecución de garantía	1,788	0.6%	47.8%	52.2%
Reporte indebido a centrales de riesgo	1,766	0.6%	47.0%	53.0%
Información	1,342	0.4%	47.8%	52.2%
Tarjeta de crédito	1,212	0.4%	54.0%	46.0%
Otros	850	0.3%	47.3%	52.7%
Total	313,453	100%	Mujer	Hombre

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

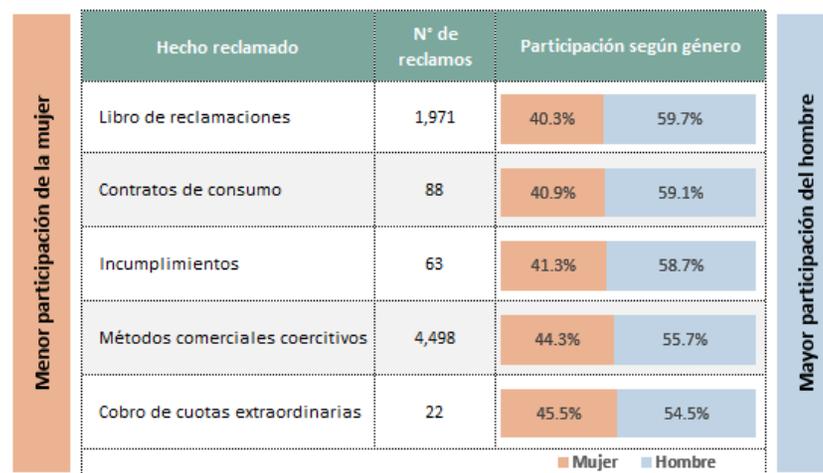
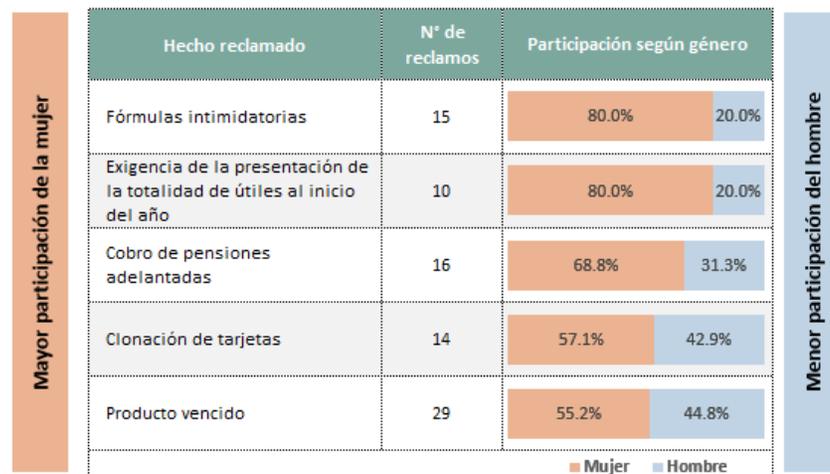
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Teniendo en consideración los hechos más y menos reclamados por los hombres y mujeres, se presentó lo siguiente:

- Destacó la mayor participación de las mujeres en reclamos relaciones con las fórmulas intimidatorias (80%), exigencia de la presentación de la totalidad de útiles al inicio del año (80%), cobro de pensiones adelantadas (68.8%), la clonación de tarjetas (57.1%) y productos vencidos (55.2%), hechos reclamados en los que el hombre presentó una participación menor al 45%. Cabe indicar que la mayoría de los hechos corresponden al sector educativo y al comercio de productos alimenticios, evidenciando el papel activo de las mujeres en la defensa de derechos en estos sectores.
- Por su parte, el hombre resaltó en aquellos reclamos relacionados con el Libro de Reclamaciones (59.7%), contratos de consumo (59.1%), incumplimientos (58.7%) y métodos comerciales coercitivos (55.7%), en los que la presencia de las mujeres representó menos del 45%.

Gráfico N° 17
Mayor y menor participación de la mujer y el hombre, según hechos reclamados

(De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.7. Actividades económicas más reclamadas

Teniendo en cuenta las primeras 15 actividades económicas en las que se reportó el mayor número de conflictos de consumo, se observan diferencias en la participación de hombres y mujeres.

Así, de los reclamos a proveedores del sistema financiero, que representaron el 38.2% (119,603) del total de reclamos a nivel nacional, se presentó una mayor participación de hombres (52.7%) en comparación con las mujeres (47.3%), comportamiento que también ha sido identificado en las actividades económicas de: i) telecomunicaciones (58% fueron hombres), ii) seguros (59.7%), iii) transporte terrestre y otros tipos de transporte (51.1%), iv) comercio minorista de línea blanca, marrón y otros (52.9%), v) comercio minorista de artículos de ferretería y afines (53.1%), y vi) venta, mantenimiento y reparación de vehículos (70.6%), siendo esta última actividad donde su participación es la mayor entre todas las actividades económicas.

Por su parte, las mujeres presentaron una mayor participación en las siguientes actividades económicas: i) transporte por vía aérea (53.7%), ii) tiendas por departamento, bazares y conexos (55.4%), iii) educación (57.0%), iv) comercio minorista de textiles, prendas de vestir y calzado (54.7%), v) supermercados, bodegas, minimarkets y similares (52.7%), vi) agencias de viajes y otros servicios de transporte (56.9%), vii) actividades artísticas, de entretenimiento y esparcimiento (50.2%) y viii) construcción e inmobiliario (51.3%).

Gráfico N° 18
Participación de las principales actividades reclamadas, según género
 (De enero 2019 a junio 2022)

Actividades económicas	N° de reclamos	Part. de reclamos	Participación según género	
Sistema financiero	119,603	38.2%	47.3%	52.7%
Telecomunicaciones	21,293	6.8%	42.0%	58.0%
Transporte por vía aérea	18,668	6.0%	53.7%	46.3%
Tiendas por departamento, bazares y conexos	16,419	5.2%	55.4%	44.6%
Educación	13,322	4.3%	57.0%	43.0%
Seguros	8,508	2.7%	40.3%	59.7%
Comercio minorista de textiles, prendas de vestir y calzado	8,426	2.7%	54.7%	45.3%
Supermercados, bodegas, minimarkets y similares	8,371	2.7%	52.7%	47.3%
Agencias viaje y otros servicios de transporte	7,328	2.3%	56.9%	43.1%
Transporte terrestre y otros tipos de transporte	7,127	2.3%	48.9%	51.1%
Actividades artísticas, entretenimiento y esparcimiento	5,861	1.9%	50.2%	49.8%
Comercio minorista de línea blanca, marrón y otras	5,399	1.7%	47.1%	52.9%
Construcción e inmobiliario	4,380	1.4%	51.3%	48.7%
Comercio minorista de artículos de ferretería y afines	4,168	1.3%	46.9%	53.1%
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos	4,017	1.3%	29.4%	70.6%
Otros	60,563	19.3%	49.8%	50.2%
Total	313,453	100%	Mujer	Hombre

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

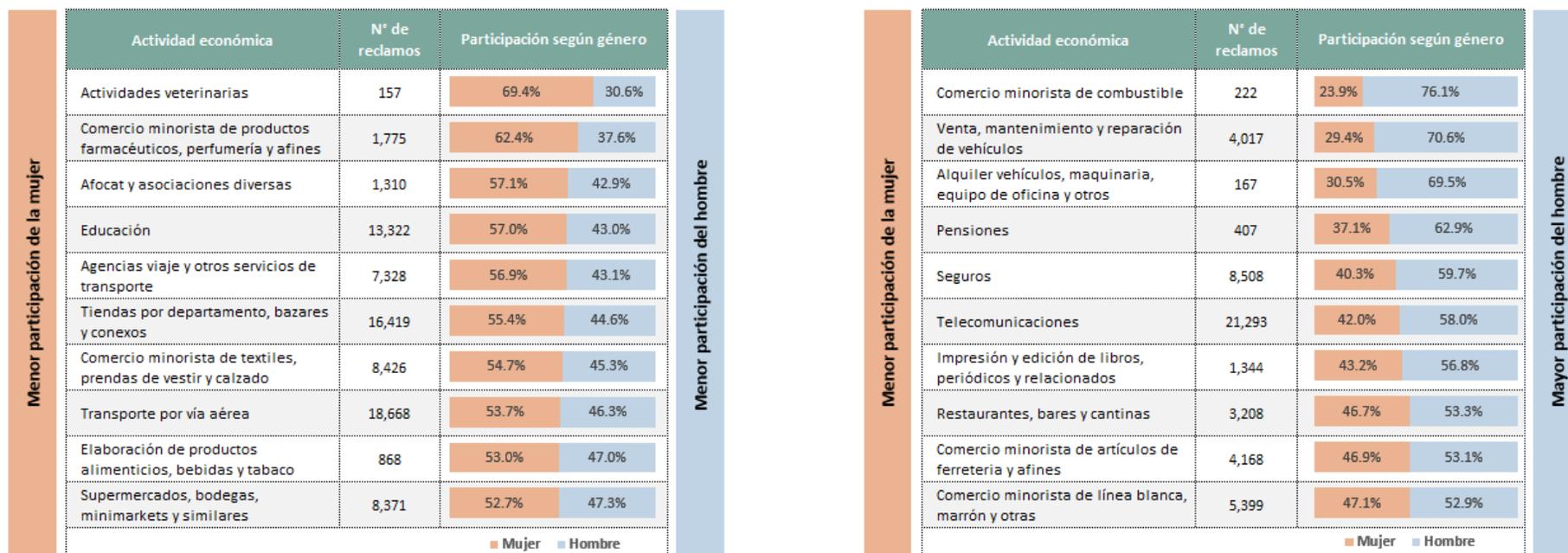
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Teniendo en cuenta a todas las actividades económicas en las que se presentaron conflictos de consumo y que fueron resueltos por el Indecopi, las mujeres presentaron una mayor participación de los reclamos hacia proveedores que pertenecen a actividades veterinarias (69.4%), siguiéndole en importancia el comercio minorista de productos farmacéuticos perfumería y afines (62.4%), Afocat y asociaciones diversas (57.1%), educación (57.0%), agencias de viajes y otros servicios de transporte (56.9%) y tiendas por departamento, bazares y conexos (55.4%), siendo estas las actividades en donde existe una menor participación de hombres.

En el caso de los hombres, se aprecia una mayor participación en las actividades económicas relacionadas con los vehículos (comercio minorista de combustibles, con 76.1%; venta, mantenimiento y reparación de vehículos, con 70.6% y alquiler de vehículos, maquinaria y equipo de oficina y otros, con 69.5%), pensiones (62.9%) y seguros (59.7%), en comparación de las mujeres.

Estos resultados, que reflejan la activa participación de las mujeres en la defensa de sus derechos en actividades como las educativas y las relacionadas con el hogar, destacan al considerarse roles preconcebidos hacia las mujeres por el estereotipo de género. Del mismo modo, hacia los hombres con relación a los vehículos y maquinarias.

Gráfico N° 19
Mayor y menor participación de la mujer y el hombre, según actividad económica reclamada
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.8. Forma de conclusión de los reclamos

Del total de reclamos atendidos por el Indecopi entre enero de 2019 y junio de 2022, el 35.2% se concluyó a través de una conciliación⁵, de los cuales el 50.8% correspondió a reclamos de hombres y 49.2% de mujeres. A pesar de que la participación de las mujeres fue menor, su tasa de conciliación (90.1%) fue superior a la de los hombres (89.1%).

Respecto a las formas de conclusión en las que el consumidor no logró una solución a su conflicto al acudir al Indecopi, se tuvieron al desistimiento del reclamante como la más destacada y al que le correspondió el 29.8% del total de reclamos. En este caso, la participación de los hombres fue de 51.1% y de los hombres 48.9%. Este mismo comportamiento con relación a la mayor participación de hombres respecto a mujeres, también se presentó en la mayoría de las formas de conclusión: inasistencia del reclamado (52.3% fueron hombres), inasistencia de ambas partes (52.6%), no conciliado (53.4%), e inasistencia del reclamante (52.7%).

Solo en la forma de conclusión de abandono del reclamo se aprecia una mayor participación de mujeres (50.3%) en comparación de los hombres (49.7%).

Gráfico N° 20
Participación de las formas de conclusión de los reclamos, según género
 (De enero 2019 a junio 2022)

Forma de conclusión	N° de reclamos	Part. de reclamos	Participación según género	
Conciliación	110,490	35.2%	49.2%	50.8%
Desistimiento del reclamante	93,394	29.8%	48.9%	51.1%
Abandono	47,753	15.2%	50.3%	49.7%
Inasistencia del reclamado	24,768	7.9%	47.7%	52.3%
Inasistencia de ambas partes	16,148	5.2%	47.4%	52.6%
No conciliado	12,833	4.1%	46.6%	53.4%
Inasistencia del reclamante	6,970	2.2%	47.3%	52.7%
Otros	1,097	0.3%	44.0%	56.0%
Total	313,453	100%	Mujer	Hombre

Tasa de conciliación	89.6%	90.1%	89.1%
-----------------------------	--------------	--------------	--------------

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

⁵ Incluye conciliación y mediación.

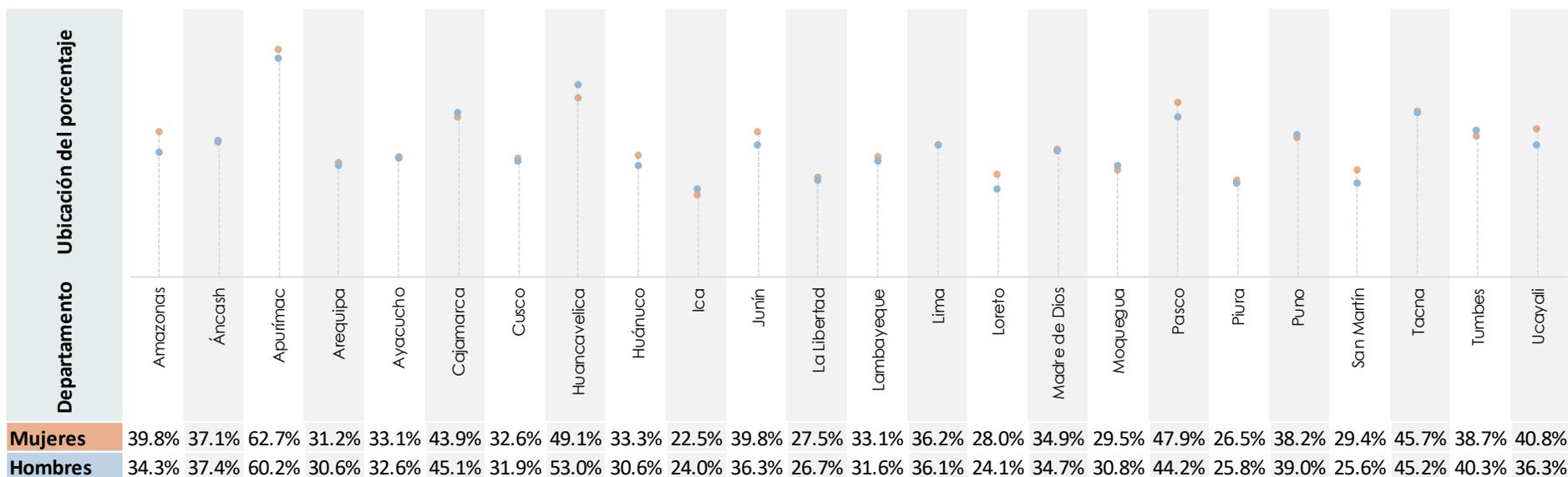
Según ámbito geográfico, en los departamentos de Amazonas (39.8%), Ucayali (40.8%), San Martín (29.4%) y Loreto (28.0%) se presentó una mayor proporción de mujeres que lograron conciliar sus conflictos de consumo, en comparación con el porcentaje de hombres que fueron del 34.3%, 36.3% y 25.6% y 24.1%, respectivamente.

Lo contrario sucedió en Huancavelica (49.1%), Tumbes (38.7%), Ica (22.5%), Moquegua (29.5%) y Cajamarca (43.9%), en donde la participación de las mujeres fue menor a la de los hombres, cuyas proporciones fueron del 53.0%, 40.3%, 24.0%, 30.8% y 45.1%, respectivamente.

Por otro lado, es importante señalar que en los departamentos de Apurímac y Huancavelica se logró una mayor proporción de hombres y mujeres que lograron conciliar sus conflictos de consumo, en comparación a los otros departamentos.

Gráfico N° 21
Porcentaje de hombres y mujeres que conciliaron
 (De enero 2019 a junio 2022)

● Mujer ● Hombre



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

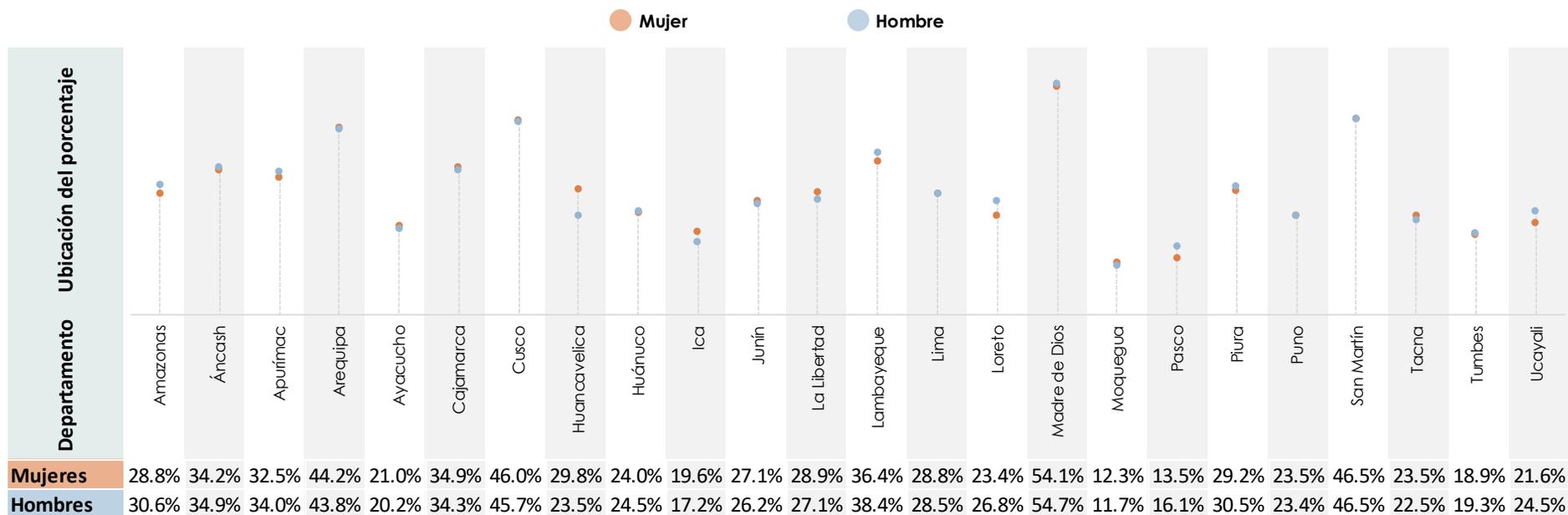
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Respecto a la forma de conclusión *desistimiento del reclamante*, en Huancavelica (29.8%), Ica (19.6%) y La Libertad (28.9%) la proporción de mujeres que desistieron de sus reclamos fue superior en comparación del porcentaje de hombres, que en dichos lugares alcanzaron el 23.5%, 17.2% y 27.1%, respectivamente.

Lo contrario se presentó en Ucayali (49.1%), Pasco (38.7%) y Lambayeque (36.4%), donde la participación de la mujer fue menor en comparación de la proporción de hombres, que tuvieron 24.5%, 16.1%, 38.4%, respectivamente.

Es de destacar, que en el departamento de Madre de Dios se presentó la mayor la proporción de hombres (54.7%) y mujeres (54.1%) que desistieron en sus reclamos en comparación a los otros departamentos.

Gráfico N° 22
Porcentaje de hombres y mujeres que desistieron de su reclamo
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.9. Comercio electrónico

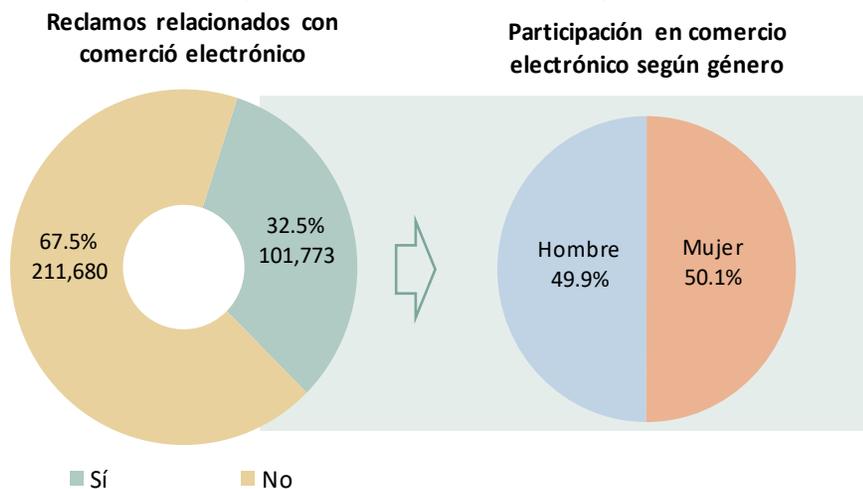
En el siguiente apartado se considera que los reclamos relacionados con comercio electrónico comprenden todos aquellos casos en los que el consumidor señaló que realizó la compra de bien o servicio reclamado a través del internet.

Magnitud

Del total de personas que reclamaron en Indecopi por conflictos de consumo, en el 32.5% (101,773) de los casos se relacionaron a productos y servicios adquiridos por comercio electrónico, los cuales estuvieron distribuidos de manera uniforme entre mujeres (50.1%) y hombres (49.9%).

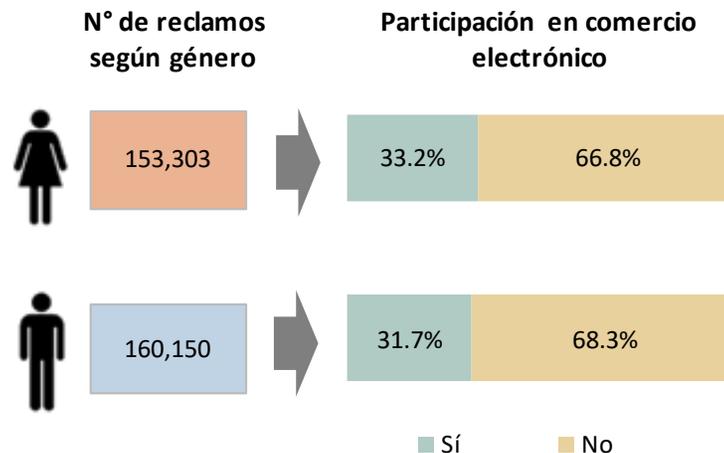
Según género, del total de mujeres que reclamaron ante el Indecopi, en el 33.2% de los casos se debieron a conflictos de consumo de productos originados en el comercio electrónico, participación mayor en comparación a la proporción de hombres que fue del 31.7% de su total.

Gráfico N° 23
Reclamos relacionados al comercio electrónico
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Gráfico N° 24
Participación según género de los reclamos relacionados al comercio electrónico
 (De enero 2019 a junio 2022)



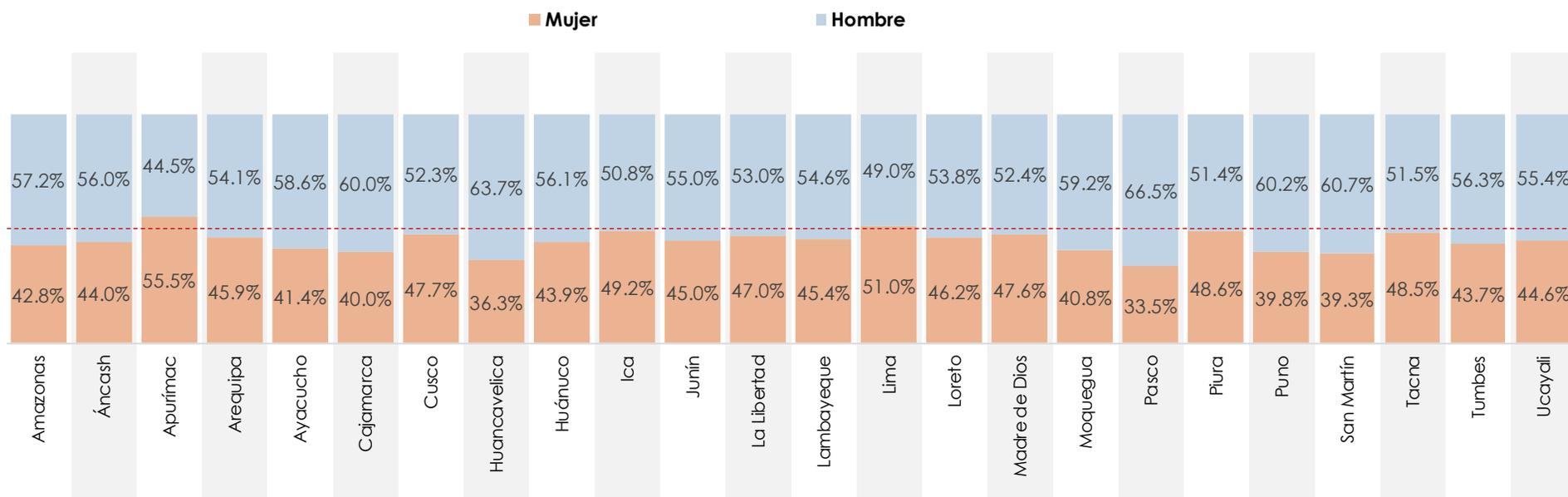
Nota: Datos preliminares a junio de 2022.
 Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Ámbito geográfico

Según ámbito geográfico, solo en dos departamentos se aprecia una mayor participación de mujeres del total de reclamos relacionados con el comercio electrónico, estos son Apurímac y Lima con una participación del 55.5% y 51.0%, respectivamente.

Caso contrario sucede en los departamentos de Pasco, Huancavelica y San Martín, en donde existe una menor proporción de mujeres con conflictos de consumo por comercio electrónico, siendo del orden del 33.5%, 36.3% y 39.3%, respectivamente; versus los hombres, en donde tienen la mayor participación.

Gráfico N° 25
Distribución de reclamos relacionados con comercio electrónico según género por departamento
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

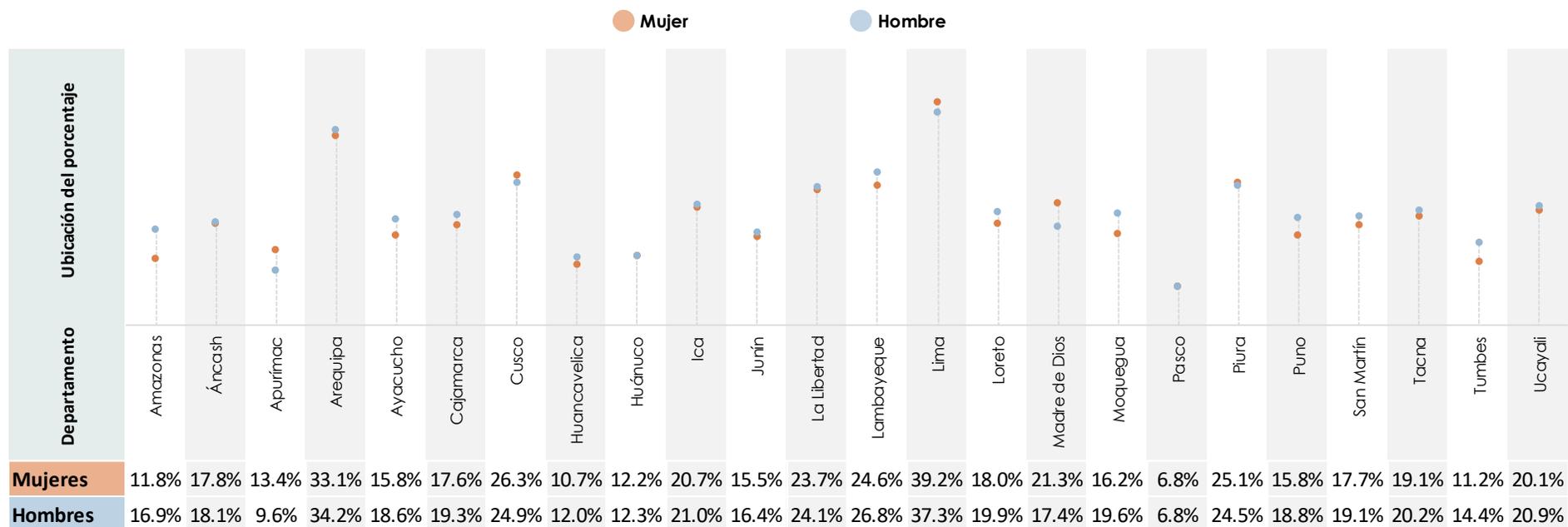
Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Según género y ámbito geográfico, en Lima se observa una mayor proporción de mujeres con conflictos de consumo relacionados con comercio electrónico (39.2% del total de mujeres que reclamaron) en comparación de los hombres (37.3% del total de hombres que reclamaron). Dicha situación se presentó también en los departamentos de Apurímac, Cusco, Madre de Dios y Piura.

Con relación a los hombres, el departamento en donde presentó una mayor proporción de reclamos relacionados con comercio electrónico fue Arequipa (34.2%), sin embargo, dicha proporción no fue alejada a la de las mujeres (33.1%). En donde se destacaron diferencias fue en el departamento de Amazonas, ya que, la proporción de hombres fue de 16.9% y la de mujeres de 11.8%, presentando una diferencia de 5.1pp, así como en Moquegua (3.4pp), Tumbes (3.2pp) y Ayacucho (2.9pp).

Gráfico N° 26
Participación de reclamos de comercio electrónico en hombres y mujeres sobre el total de reclamos por departamentos
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Hechos reclamados

Respecto a los hechos reclamados relacionados con comercio electrónico, el 97.5% (99,234 reclamos) se concentra en la falta de idoneidad, de los que el 50.1% fueron realizados por mujeres y el 49.9% por hombres.

Dentro de los 10 hechos más reclamados, se observa una mayor participación de las mujeres en reclamos relacionados con métodos abusivos de cobranza (56.4%), reportes indebidos a centrales de riesgo (53.7%) y operaciones no reconocidas (51.0%).

La participación de los hombres destaca en los hechos relacionados con el Libro de Reclamaciones (63.4%), métodos de cobranza coercitivos (57.4%) y tarjetas de crédito e información (ambos con 54.5%).

Gráfico N° 27
Principales hechos reclamados por comercio electrónico según género
 (De enero 2019 a junio 2022)

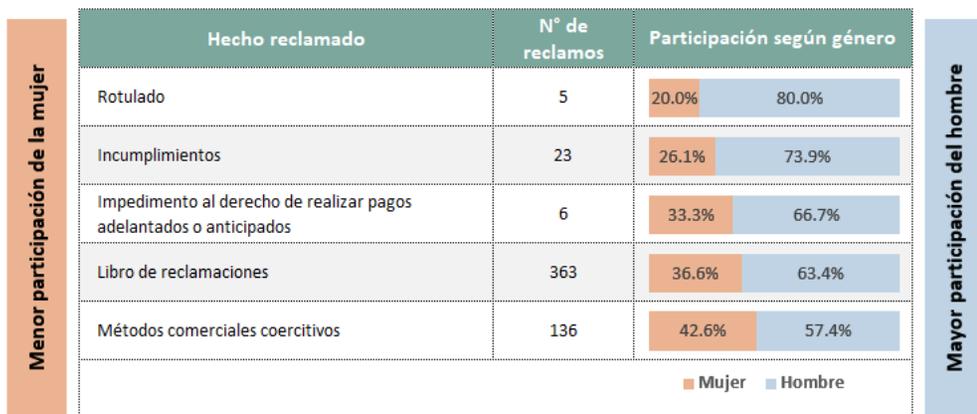
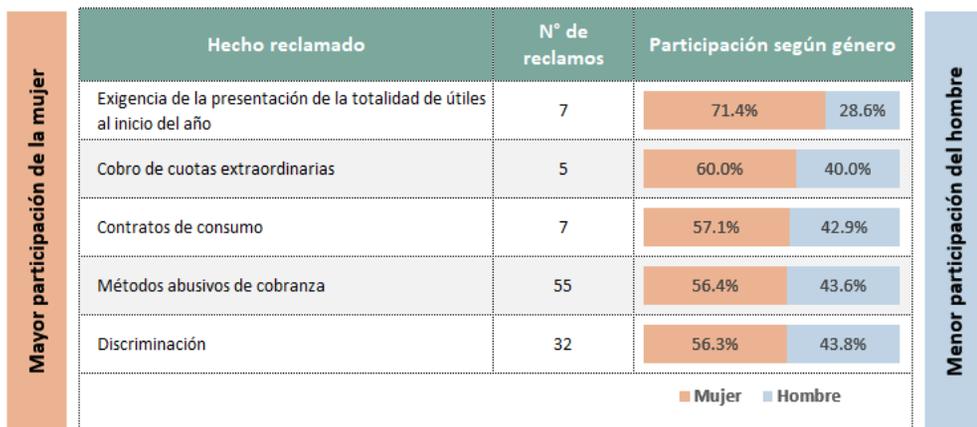
Hechos reclamados	N° de reclamos	Part. de reclamos	Participación según género	
Falta de idoneidad	99,234	97.5%	50.1%	49.9%
Atención de reclamos	712	0.7%	50.3%	49.7%
Operaciones no reconocidas	649	0.6%	51.0%	49.0%
Libro de reclamaciones	363	0.4%	36.6%	63.4%
Falta de ejecución de garantía	244	0.2%	50.0%	50.0%
Información	191	0.2%	45.5%	54.5%
Métodos comerciales coercitivos	136	0.1%	42.6%	57.4%
Métodos abusivos de cobranza	55	0.1%	56.4%	43.6%
Reporte indebido a centrales de riesgo	54	0.1%	53.7%	46.3%
Tarjeta de crédito	33	0.0%	45.5%	54.5%
Otros	102	0.1%	47.1%	52.9%
Total	101,773	100%	Mujer	Hombre

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Gráfico N° 28
Mayor y menor participación de la mujer y el hombre, según hecho reclamado por comercio electrónico
 (De enero 2019 a junio 2022)



En lo concerniente a los hechos reclamados más resaltantes realizados sobre productos o servicios adquiridos mediante el Internet, destacó:

- Una mayor representatividad de las mujeres en aquellos reclamos relacionados con el sector educativo como la exigencia de la presentación de la totalidad de útiles al inicio del año (71.4%) y el cobro de cuotas extraordinarias (60%), en los que los hombres solo participaron en un 28.6% y 40%, respectivamente.
- Una mayor participación por parte de los hombres en reclamos con referencia a rotulados (80%), incumplimientos (73.9%), impedimentos al derecho de realizar pagos por adelantado o anticipados (66.7%) y Libro de reclamaciones (63.4%); en los que la participación de las mujeres es menor al 37%.
- En relación con los reclamos relacionados a una posible discriminación en el consumo, la participación de mujeres (56.3%) fue superior a la de los hombres (43.8%).

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Actividades económicas

Dentro de las 15 actividades económicas más reclamadas relacionadas con comercio electrónico, se aprecia una mayor participación de las mujeres en conflictos en comercio minorista de productos farmacéuticos, perfumería y afines (65.5%), agencias de viajes y otros servicios de transportes (56.9%), tiendas por departamento, bazares y conexos (55.5%), educación (54.8%), supermercados, bodegas, minimarkets y similares (54.2%) y transporte por vía aérea (53.8%), versus los hombres que tuvieron menores participaciones, en los reclamos a proveedores de dichas actividades.

En el caso de los hombres, tienen mayor participación en los reclamos relacionados con comercio electrónico en las actividades de seguros (64.0%), telecomunicaciones (61.4%), comercio minorista de línea blanca, marrón y otros (60.7%), actividades artísticas, de entretenimiento y esparcimiento (56.3%) y sistema financiero (53.1%), en comparación de las mujeres que tuvieron una menor participación.

Gráfico N° 29
Principales actividades económicas reclamadas por comercio electrónico según género
 (De enero 2019 a junio 2022)

Actividades económicas	N° de reclamos	Part. de reclamos	Participación, según género	
Transporte por vía aérea	14,661	14.4%	53.8%	46.2%
Sistema financiero	13,688	13.4%	46.9%	53.1%
Tiendas por departamento, bazares y conexos	13,141	12.9%	55.5%	44.5%
Comercio minorista de textiles, prendas de vestir y calzado	6,507	6.4%	53.0%	47.0%
Telecomunicaciones	5,456	5.4%	38.6%	61.4%
Supermercados, bodegas, minimarkets y similares	5,064	5.0%	54.2%	45.8%
Agencias viaje y otros serv. transp.	4,701	4.6%	56.9%	43.1%
Educación	4,156	4.1%	54.8%	45.2%
Comercio minorista de artículos de ferretería y afines	2,735	2.7%	48.3%	51.7%
Actividades artísticas, de entretenimiento y esparcimiento	2,150	2.1%	43.7%	56.3%
Comercio minorista de línea blanca, marrón y otras	1,658	1.6%	39.3%	60.7%
Transporte terrestre y otros tipos de transporte	1,495	1.5%	48.9%	51.1%
Restaurantes, bares y cantinas	1,211	1.2%	47.8%	52.2%
Seguros	1,054	1.0%	36.0%	64.0%
Comercio minorista de productos farmacéuticos, perfumería y afines	595	0.6%	65.5%	34.5%
Otros	23,501	23.1%	47.3%	52.7%
Total	101,773	100%	Mujer	Hombre

Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

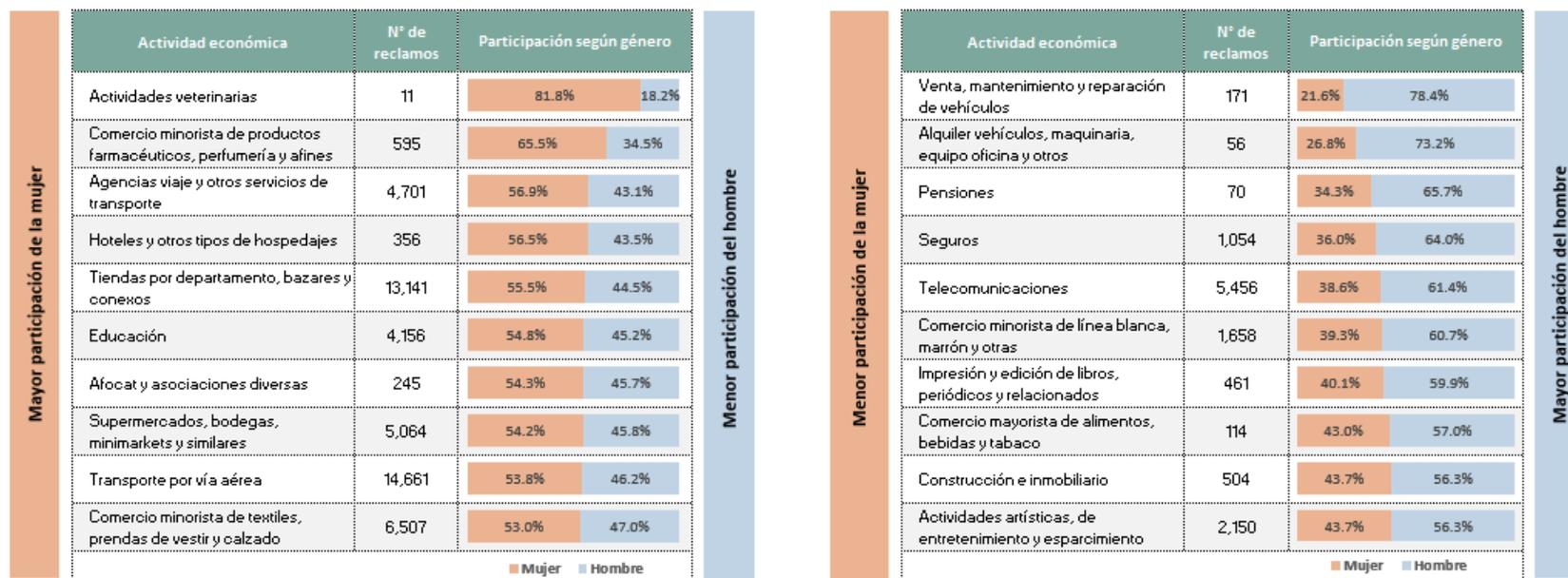
Del total de actividades económicas con reclamos relacionados con comercio electrónico, las mujeres tuvieron mayor presencia en aquellos conflictos de consumo en lo relativo a actividades veterinarias (81.8%), comercio minorista de productos farmacéuticos perfumería y afines (65.5%), agencias de viajes y otros servicios de transporte (56.9%), hoteles y otros tipos de hospedaje (56.5%), versus los hombres, que tuvieron participaciones menores al 45%.

Adicionalmente, las mujeres tuvieron mayor participación en actividades como el comercio por tiendas por departamento, bazares y conexos (55.5%), educación (54.8%), y supermercados, bodegas, minimarkets y similares (54.2%).

En el caso de los hombres, tuvieron una mayor participación en actividades económicas relacionadas con vehículos (venta, mantenimiento y reparación de vehículos, alquiler de vehículos, maquinaria y equipo de oficina y otros con 78.4% y 73.2%, respectivamente), seguros (65.7%), pensiones (64.0%), entre otros, en comparación a las mujeres.

Al igual que a nivel general, en el comercio electrónico también se refleja la activa participación de las mujeres en la defensa de sus derechos en actividades como las educativas y las relacionadas con el hogar, y en los hombres sobre su relación a los vehículos y maquinarias, actividades que destacan al considerarse roles preconcebidos hacia mujeres y hombres, respectivamente, por los estereotipos de género.

Gráfico N° 30
Mayor y menor participación de la mujer y el hombre, según actividad económica reclamada por comercio electrónico
 (De enero 2019 a junio 2022)



Nota: Datos preliminares a junio de 2022.

Fuente: Plataforma Interactiva de Servicio de Atención al Ciudadano (PISAC) – Indecopi.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

4. Percepción de discriminación según género

La igualdad ante la ley es un derecho fundamental de la persona (Constitución Política del Perú, Art. 2, 1993) y es promovida por la Política General de Gobierno (PCM, Art.4, 2018), la que establece como lineamiento prioritario la promoción de la igualdad y no discriminación entre hombres y mujeres, así como garantizar la protección de la niñez, la adolescencia y las mujeres frente a todo tipo de violencia.

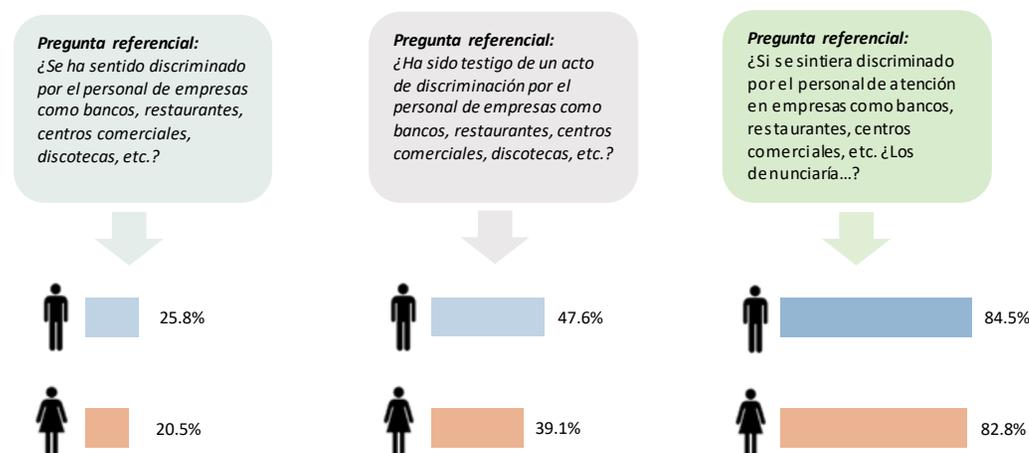
En materia de consumo, el Código reconoce que el consumidor y la consumidora tienen derecho al trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados, por motivos de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole (Código, Título I, Art.1, 2010). Una aproximación referencial de la dimensión de esta problemática y la invisibilidad existente de ello se evidencia a través de la información recogida en la Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor realizada en el 2019.

Los resultados arrojan que una mayor proporción de hombres (25.8%) se han sentido discriminados con cierta frecuencia⁶ en comparación a las mujeres (20.5%) por personal de empresas como bancos, restaurantes, discotecas, etc.

La percepción de discriminación se incrementa en casi el doble (39.1%) en el caso de las mujeres y en menor proporción de los hombres (47.6%), ante la pregunta de ¿si ha sido testigo de un acto de discriminación? reflejando, siguiendo Crosby (Crosby F., 1984), posiblemente, aspectos relacionados a las barreras cognitivas y emocionales para el reconocimiento de la discriminación personal.

No obstante, destaca que ocho de cada diez hombres (84.5%) y mujeres (82.8%) indicó que, si se sintiera discriminado en los negocios antes indicados, lo denunciaría. Si bien esta elevada predisposición es positiva, no necesariamente se condice con la cantidad de registros reportados en cuanto a denuncias o reclamos relacionados con temas de discriminación, reflejando la elevada brecha y tasa de no denuncia.

Gráfico N° 31
Discriminación en las relaciones de consumo, según género



Fuente: Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2019 – Indecopi.
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

⁶ Engloba las opciones de respuestas referidas a "siempre", "casi siempre" y "a veces".

5. Personal resolutivo del Indecopi a nivel nacional

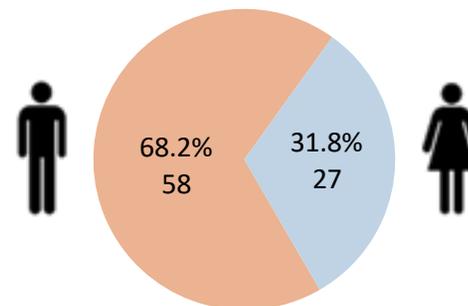
Respecto al personal resolutivo del Indecopi a nivel nacional, en cargos de altos mandos en temas de protección del consumidor, existe mayor presencia de hombres versus mujeres.

Caracterización del personal resolutivo según género

El personal resolutivo en temas de protección al consumidor a nivel nacional del Indecopi a julio del 2022 asciende a 85 personas, siendo mayor la participación de los hombres, que asciende a 58 (68.2%) personas, en comparación a las mujeres, que representan el 31.8% (27).

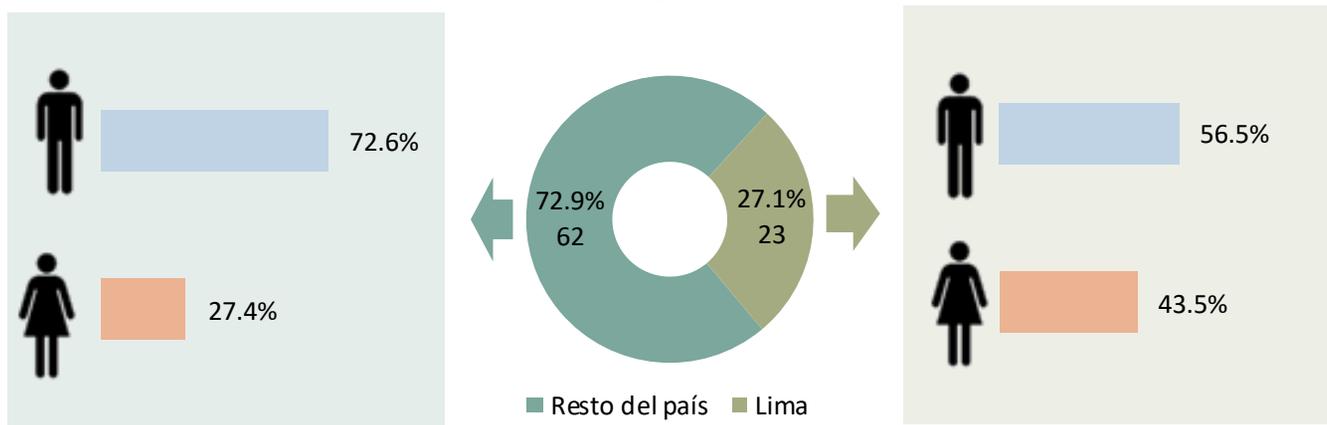
A nivel de Lima, la participación de mujeres en puestos resolutivos alcanza el 43.5% menor en comparación de los hombres, que fue de 56.5%. En el resto del país, es mayor la diferencia de la presencia de hombres (72.6%) respecto las mujeres (27.4%) en puestos de altos mandos resolutivos.

Gráfico N° 32
Participación del personal resolutivo en temas de protección al consumidor, según



Nota: Actualizado a julio de 2022.
Fuente: Áreas del Indecopi.
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Gráfico N° 33
Participación del personal resolutivo en temas de protección al consumidor, según género y ámbito geográfico



Nota: Actualizado a julio de 2022.
Fuente: Áreas del Indecopi.
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

En las sedes del Indecopi de Puno, Ica, Ancash–Chimbote y la Sede Lima Norte, no hay presencia de mujeres en cargos resolutivos en temas de protección al consumidor.

Situación contraria sucede en las sedes de Lima–Sur (sede central), en donde existe una mayor presencia de mujeres (10) versus hombres (8) y en la sede del departamento de San Martín, en donde existen 3 mujeres y 2 hombres.

6. Conclusiones

- Los resultados de la Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor realizada en el 2019 muestran que, ante un problema de consumo, es mayor la participación de hombres (51.7%) a las mujeres (48.3%) que presentaron un reclamo o denuncia. No obstante, según género, del total de mujeres que tuvieron algún problema de consumo, la proporción de mujeres que presentaron reclamos o denuncias es mayor (64.3%) en comparación a la proporción de hombres (59.3%).
- Del total de reclamos atendidos por el Indecopi (313,453 reclamos, entre enero del 2019 y junio del 2022), se identificó que existe una mayor participación de los hombres (51.1%) en la presentación de sus reclamos por conflictos de consumo ante el Indecopi, en comparación de las mujeres (48.9%), siendo esta brecha mayor en el interior del país, a diferencia de Lima, en donde la participación de hombres y mujeres es similar.
- Respecto a los medios de adquisición utilizados para la compra de bienes y servicios, es casi similar la participación de hombres (49.9%) y mujeres (50.1%) que reclamaron sobre productos o servicios que fueron adquiridos vía internet. En el caso de aquellos adquiridos vía presencial y telefónica, destacó la participación de los hombres con el 51.5% y 52.1%, respectivamente.
- A nivel nacional, es mayor la participación de hombres (50.7%) que presentaron su reclamo previamente ante el proveedor antes de recurrir al Indecopi, en comparación de las mujeres (49.3%). Por género, si se tiene en cuenta el total de mujeres que reclamó, la proporción de mujeres que acudieron previamente a su proveedor es mayor (90.6%) a la de hombres (89.3%).
- Sobre los canales de presentación de reclamos ante el Indecopi, los hombres tuvieron una participación superior a las mujeres tanto en canales presenciales (52.5%) como en no presenciales (50.8%).
- Los canales de presentación no presenciales fueron los más utilizados (83.8% del total de reclamos) tanto por hombres como por mujeres, donde destacó la mayor proporción de mujeres (84.3% del total de mujeres) sobre los hombres (83.4%). A nivel departamental, los canales no presenciales son más utilizados por los hombres en comparación a las mujeres para la presentación de sus reclamos. Situación contraria sucede en Lima en donde es casi similar el uso del canal no presencial por parte de las mujeres y los hombres.
- Respecto a los diez hechos infractores más reclamados, en ocho destacaron con una mayor participación los hombres, siendo en los que lograron un mayor porcentaje los relacionados con el Libro de Reclamaciones (59.7%), los métodos de cobranza coercitivos (55.7%) y el reporte indebido a centrales de riesgo (53.0%). Por su parte, las mujeres solo presentaron una mayor participación en los referidos a tarjeta de crédito (54.0%) y los métodos abusivos de cobranza (50.8%).
- Con relación a las actividades económicas reclamadas, se reflejó la activa participación de las mujeres en la defensa de sus derechos en actividades como las educativas y las relacionadas con el hogar y en los hombres con relación a los vehículos y maquinarias. Dichas actividades destacan por considerarse roles preconcebidos hacia las mujeres y hombres, respectivamente por el estereotipo de género.

- En cuanto a los reclamos concluidos mediante una conciliación, se tuvo que, en 17 de los 24 departamentos del país, la proporción de mujeres que conciliaron respecto de su total fue superior a la proporción de hombres que conciliaron. Sin embargo, solo se observan diferencias mayores al 3.5pp en Amazonas, San Martín, Loreto y Pasco.
- Del total de reclamos, el 32.5% estuvo relacionado con productos o servicios que fueron adquiridos mediante el comercio electrónico, de los cuales la participación de hombres (49.9%) y mujeres (50.1%) presentó una mínima brecha; sin embargo, a diferencia de la distribución según género a nivel total de reclamos, ubica a las mujeres con una mayor representatividad frente a los hombres. A pesar de lo anterior, a nivel departamental, es mayor la participación de hombres que reclamaron por productos y servicios adquiridos mediante el comercio electrónico, en comparación a las mujeres, con excepción de Apurímac y Lima.
- En relación con la discriminación en el consumo y los resultados de la encuesta, se presenta una mayor percepción de discriminación en los hombres tanto como experiencia personal como al ser testigo de un acto discriminatorio en comparación a las mujeres. Por su parte, al ser consultados sobre su acción de defensa, el 84.5% de hombres y el 82.8% de mujeres indicó que denunciaría si se sintiera discriminado por el personal de atención en empresas como bancos, centros comerciales, entre otros.
- A nivel nacional, existe un mayor número de hombres en comparación a mujeres en puestos de alto mando resolutorio en temas de protección al consumidor en el Indecopi, siendo más elevada esta diferencia en el interior del país.

7. Referencias bibliográficas

Congreso de la República (2010). *Ley N° 29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Recuperado de:

https://www.indecopi.gob.pe/documents/127561/210787/C%C3%B3digo_Consumo_Ley29571.pdf/0528ba9f-61ca-03d9-8bfb-f434357aeb48

Congreso de la República del Perú (1993). *Constitución Política del Perú, Art. 2, 1993*.

Crosby, Faye (1984). *The Denial of Personal Discrimination*. American Behavioral Scientist. Recuperado de:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/000276484027003008>

Indecopi (2019). *Decreto Supremo N° 103-2019-PCM que aprueba el "Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo"*. Recuperado de:

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-del-sistema-de-arb-decreto-supremo-n-103-2019-pcm-1773871-1/>

Indecopi (2019). *Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor*

Indecopi (2021). *El perfil del consumidor en el Perú: Un enfoque de protección*. Recuperado de:

https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/Perfil_Consumidor_PeruUrbano_2021/ab1b1b0f-f808-b038-b71e-4effc15afff8

Moliner, B. (2007). *Determinantes del comportamiento de queja del consumidor: una revisión*. Estudios sobre consumo, ISSN 0212-9469, N° 80, 2007, págs. 29-48.

PCM (2018). *Decreto Supremo que Aprueba La Política General de Gobierno al 2021*. D.S. 056-2018-PM. Disponible en

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/E99011449150E43A0525829800573C43/\\$FILE/1651713-2.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/E99011449150E43A0525829800573C43/$FILE/1651713-2.pdf)

