

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA DE DERECHO



**Protección de los derechos humanos de los consumidores desde la
responsabilidad social empresarial**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ABOGADO**

AUTOR

Magna Lucila Medrano Muñoz

ASESOR

Victor Javier Sanchez Seclen

<https://orcid.org/0000-0002-3953-5526>

Chiclayo, 2023

**Protección de los derechos humanos de los consumidores desde la
responsabilidad social empresarial**

PRESENTADA POR
Magna Lucila Medrano Muñoz

A la Facultad de Derecho de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

ABOGADO

APROBADA POR

Armando Rafael Prieto Hormaza
PRESIDENTE

Blanca Lizbeth Carrasco Delgado
SECRETARIO

Victor Javier Sanchez Seclen
VOCAL

Dedicatoria

A mi madre, Ida Luz Muñoz Vásquez, por haber estado conmigo durante estos seis años y, sobre todo, por jamás permitir que me rinda.

A mi padre, Juan Ceferino Medrano Chavarría, por brindarme los mejores consejos cuando más lo necesité.

A mis abuelitos, Nicolás Augusto Muñoz Alarcón y Nícida Vásquez Gonzáles, por inculcarme valores y principios útiles para mi carrera profesional, pero sobre todo, por protegerme desde el cielo.

Agradecimientos

A mi asesor temático, Víctor Javier Sánchez Seclén, por guiarme con mucho cariño y paciencia para la elaboración del presente artículo.

INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uandina.edu.pe

Fuente de Internet

3%

2

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

qdoc.tips

Fuente de Internet

1%

4

www.indecopi.gob.pe

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Pontificia Universidad Catolica
del Peru

Trabajo del estudiante

1%

6

dialnet.unirioja.es

Fuente de Internet

1%

7

www.ecodes.org

Fuente de Internet

1%

8

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

9

dspace.unitru.edu.pe

Fuente de Internet

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	10
Materiales y métodos	29
Resultados y discusión	29
Conclusiones	48
Recomendaciones.....	48
Referencias	49

Resumen

La responsabilidad social empresarial es un concepto que ha venido tomando relevancia con el transcurso del tiempo debido al impacto que ha tenido su adecuada aplicación desde la gestión empresarial. Prueba de ello, es la labor contributiva que realizan algunas empresas europeas para contrarrestar cualquier inconveniente que su actividad empresarial haya generado en contra de los grupos de interés. Asimismo, cuando las empresas toman en cuenta dicha figura de manera anticipada, resulta más favorable debido a que se puede evitar cualquier tipo de vulneración en contra de los derechos de los *stakeholders*. De esta manera, en la presente investigación se expondrán algunas infracciones cometidas por parte de empresas privadas, las cuales han desplegado prácticas discriminatorias en contra de los consumidores evidenciando la falta de compromiso por el cumplimiento normativo, por lo tanto, a través de la aplicación de ciertas directrices en materia de RSE, la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual, emitirá un mejor pronunciamiento administrativo con la finalidad de buscar la protección de los derechos humanos de los consumidores.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, derechos humanos, consumidores, *stakeholders*

Abstract

Corporate social responsibility is a concept that has been gaining relevance over time due to the impact that its proper application has had from business management. Proof of this is the contributory work carried out by some European companies to counteract any inconvenience that their business activity has generated against interest groups. Likewise, when companies take this figure into account in advance, it is more favourable because any type of violation against the rights of stakeholders can be avoided. In this way, this investigation will expose some infractions committed by private companies, which have deployed discriminatory practices against consumers, evidencing the lack of commitment to regulatory compliance, therefore, through the application of certain guidelines on CSR matters, the Specialized Chamber for Consumer Protection of the Court for the Defense of Competition, and Intellectual Property, will make a better administrative ruling in order to seek the protection of consumer human rights.

Keywords: Las palabras claves seleccionadas en el resumen también deben traducirse al idioma inglés.

Introducción

En materia económica, nuestro país ha asumido el modelo de una economía social de mercado, la cual se encuentra respaldada constitucionalmente en el Art. 58 de nuestra actual Carta Magna. Bajo este modelo, el Estado respeta y respalda al sector privado en cuanto este brindará bienes y servicios eficientes a los consumidores peruanos, sin embargo, también limita su actuación en la actividad económica bajo el principio de subsidiariedad. A su vez, en el Art. 65 de la mencionada Carta, también se materializa la protección al consumidor como deber del Estado. Por lo tanto, la actividad empresarial debe desarrollarse dentro de un marco de protección de los derechos de los consumidores, los cuales se encuentran expuestos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor – Ley N°29571. Por lo tanto, para hacer posible lo anterior, cada empresa antes de iniciar con sus actividades económicas, deberá evaluar el impacto que el desarrollo de estas generará en la sociedad.

Sin embargo, al contextualizarnos a la realidad, del análisis realizado de las resoluciones emitidas por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual durante el período 2014-2022, se evidenciaron las prácticas discriminatorias que desplegaron algunas empresas como discotecas, aseguradoras, instituciones financieras, en contra de los consumidores debido a su origen, discapacidad, color de piel, género, etc. A razón de ello, se debe tener en cuenta que el problema no radica en la falta de dispositivos legales que respalden al consumidor, puesto que, en el Art. 114 del mencionado Código, se señalan las medidas correctivas que podrá dictar el Indecopi, además, en el Art. 117 se exponen las multas coercitivas que se aplicarán frente al incumplimiento de las medidas correctivas.

Por otro lado, si bien inicialmente se mencionó sobre este respaldo que brinda el Estado Peruano al sector privado, no es menos cierto el hecho de que, no se pueda limitar su ejercicio cuando así corresponda. Así tenemos que, en el Art. 59 de la Constitución Política del Perú de 1993, se precisa que, aunque el Estado estimule la creación de riqueza y garantice la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria; a su vez, el ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública.

Por lo tanto, cada empresario deberá tener en cuenta que, deberá implementar las garantías que sean necesarias para respaldar los derechos humanos de los consumidores cuando

ejecute su accionar empresarial. En ese sentido, el empresario asumirá la responsabilidad que le atañe frente a cualquier vulneración que cometa en contra de los grupos de interés que se verán involucrados durante el desarrollo de sus actividades económicas, pues sus acciones repercutirán en aquellos de manera directa.

Para ello, se tendrá en cuenta a la Responsabilidad Social Empresarial como un mecanismo que permitirá salvaguardar los derechos humanos de los consumidores, de esta manera, deberá ser evaluada para su implementación desde la gestión empresarial, lo cual, a su vez, incrementará la competitividad de las empresas dentro del mercado. Aquella labor de perfeccionamiento para aportar mayores beneficios a la sociedad y a sus empleados, se manifiesta de manera más comprometida en diversos países europeos debido a las estrategias que ha decidido integrar el sector privado y público como parte de su responsabilidad social, puesto que, han comprendido la labor contributiva que esta tiene para el bienestar de las mismas y de la sociedad.

Por otro lado, aunque en nuestro país también existen diversas organizaciones que buscan promover las buenas actuaciones empresariales, tales como la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), Perú 2021, Perú Responsable, entre otros; es evidente que esto no ha sido suficiente para poder atenuar los daños que han venido cometiendo las empresas en contra del derecho a la igualdad, esto es, el derecho fundamental de todas las personas en su calidad de consumidores.

Por lo tanto, esto nos lleva a formular el siguiente problema que versa esta investigación: ¿Cuál es la relación que existe entre la responsabilidad social empresarial y la protección de los derechos humanos de los consumidores a partir de las resoluciones emitidas por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual durante el período 2014-2022? Ante la pregunta planteada se formuló la siguiente hipótesis de trabajo: Si las empresas implementan acciones de responsabilidad social empresarial dirigidas a sus consumidores, entonces se garantizará la protección de los derechos humanos desde la gestión empresarial en el marco de la libertad de empresa.

De esta manera, se tiene como objetivo general determinar la relación existente entre la Responsabilidad Social Empresarial y la protección de los derechos humanos de los consumidores a partir de las resoluciones emitidas por la Sala Especializada en Protección al

Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual durante el período 2014- 2022. Asimismo, tenemos como primer objetivo específico: analizar la relación entre la protección de los derechos humanos de los consumidores y la responsabilidad social empresarial; y como segundo objetivo específico: formular directrices desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial para que Indecopi evalúe la actuación empresarial frente a la protección de los derechos humanos del consumidor. Por lo tanto, mediante la presente investigación, se realizará un análisis de la relación que servirá de insumo para el diseño de futuros lineamientos destinados a mejorar el desempeño de las empresas en relación con la protección de los derechos humanos de los consumidores, a partir de la responsabilidad social empresarial.

Revisión de literatura

1.1. Antecedentes

A continuación, se expondrán los antecedentes de investigación que fueron objeto de análisis para la elaboración del presente artículo:

En primer lugar, Cocha (2018) mediante su tesis de pre grado titulada “Análisis jurídico descriptivo de la Responsabilidad Social Empresarial desde sus ámbitos de actuación en el Perú” manifiesta que aquella figura es relevante para el derecho, lo cual implica que podría ser exigible a través de su normativa correspondiente, debido al vínculo que tiene el desarrollo de las actividades empresariales con los grupos de interés que se relaciona.

De esta manera, la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) surge para solucionar problemas sociales ocasionados por el actuar de las empresas, lo cual implica una salida de su esfera voluntaria.

Por lo tanto, la autora le atribuye un vínculo jurídico a dicho concepto a través de su propuesta normativa que incorpora dos artículos en el Reglamento de la Ley 30225 - Ley de Contrataciones con el Estado, a través de ellos se establece la presentación de una propuesta elaborada de RSE, teniendo como propósito la contribución del desarrollo sostenible por parte de las empresas que participan de una licitación, además constituye parte de los documentos de contratación como factor de evaluación.

Dicho trabajo de investigación nos revela la importancia de la RSE desde un ámbito jurídico a través de sus componentes estructurales y de sus principios rectores, los cuales son desarrollados según la ISO 26000. En tal sentido, respalda la presente investigación al atribuirle un vínculo jurídico a la figura de la RSE.

Asimismo, Mercado y Torres (2020) mediante su tesis de pre grado titulada “La situación regulatoria del derecho respecto a la responsabilidad social empresarial en el Perú” determinan que, si bien es cierto, no se debe dejar de lado la esencia voluntaria de la RSE, pero también es relevante destacar su carácter obligatorio; de esta manera, aunque en reiterada jurisprudencia y en distintas normas a nivel nacional e internacional se hace mención a la RSE, actualmente en nuestro país no existe una regulación como tal para dicha figura.

Como propuesta, los autores realizaron un proyecto de ley sobre la RSE en Perú, el cual tiene como objetivo el desarrollo sostenible y el bien común, además de obtener una colaboración conjunta de parte de las empresas nacionales, extranjeras y organizaciones del sector privado con las políticas públicas propuestas por el gobierno.

De igual manera, lo expuesto por los autores, complementa a la tesis mencionada y nos aporta un alcance jurídico.

Ahora bien, Robles (2018) mediante su tesis de postgrado titulada “El derecho de los consumidores a la información sobre los impactos negativos y las prácticas de responsabilidad social empresarial asociadas a los productos y servicios que se ofrecen en el mercado” manifiesta que, a través del reconocimiento constitucional del derecho del consumidor a la información, a gozar de un ambiente adecuado y equilibrado y, de los derechos del consumidor, se promueve a que las empresas realicen prácticas de responsabilidad social, evitando impactos ambientales y sociales. Asimismo, estas acciones deberán ser difundidas al público en general, en especial hacia los consumidores, contribuyendo con la adopción de mejores decisiones de consumo.

Por lo tanto, el autor precisó que, conforme a la creciente tendencia de los consumidores sobre la adquisición de mayor información acerca de los impactos que tienen las empresas en el mercado, es necesaria la implementación de un marco legislativo que asegure el ejercicio de sus derechos constitucionales. De esta manera, nos manifiesta que mediante la RSE los

consumidores obtendrán mayor información con respecto a los impactos que la empresa genera, lo cual demuestra una actuación responsable y preocupada por su parte para proteger sus derechos, sirviendo como aporte para nuestra investigación al respaldar los derechos de los consumidores mediante la figura de la RSE, pues esta promoverá la buena actuación empresarial.

Sin embargo, la implementación de una política de RSE desde la gestión empresarial, podría suponer la inversión de un mayor gasto, por lo cual, algunos empresarios objetarían en aplicar. Al respecto, Mattos-Mena (2018) mediante su tesis de pre grado titulada “Análisis de la deducción de los gastos por Responsabilidad Social Empresarial” refiere que los gastos de RSE pueden ser deducidos del impuesto a la renta. Para ello, el principio de causalidad toma relevante importancia pues es un presupuesto base para la posibilidad de la deducción de gastos del impuesto en mención. Mediante dicho principio se justifica el gasto realizado por ser este la causa que produce renta gravada, o también genere el mantenimiento de los elementos productores de la misma o que dichos gastos hayan generado ganancias de capital. Se debe tener en cuenta también el cumplimiento de criterios formales, así como la observancia de que la deducción del gasto no se encuentre expresamente prohibida por ley.

Por lo tanto, la acreditación de una ventaja competitiva producto de la inversión en los gastos de responsabilidad social, materializada en la mayor generación de renta gravada o el mantenimiento de la fuente productora de la misma resulta ser una razón suficiente para deducir los gastos en referencia del impuesto a la renta empresarial. (Benites citado en Mattos-Mena, 2018, p.55)

En consecuencia, dicha investigación brindará un aporte sobre las ventajas que puede tener la implementación de una política de RSE desde la gestión empresarial.

Por otro lado, la problemática que versa en la presente investigación con respecto a las prácticas discriminatorias desplegadas por algunas empresas hacia los consumidores, demuestra cómo estos se encuentran vulnerables frente al desarrollo empresarial; en ese sentido, Prado (2018) en su tesis para optar el título de segunda especialidad en derecho de protección al consumidor, titulada “La aplicación del concepto de discriminación en el consumo en el Perú: los casos de Indecopi y del Tribunal Constitucional” analiza los diferentes criterios establecidos

por los órganos resolutivos del Indecopi y el Tribunal Constitucional a fin de esbozar un concepto uniforme de discriminación en el consumo.

Es así que, dicho trabajo de investigación brindará un alcance con respecto al análisis que se realizará de las resoluciones emitidas por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual durante el período 2014-2022, las cuales serán tratadas y explicadas en el apartado correspondiente del presente artículo.

1.2.Base teóricas conceptuales

1.2.1. Responsabilidad Social Empresarial

Origen y evolución de la Responsabilidad Social Empresarial

Desde los primeros actos de negocio que se realizaron, hasta la constitución de las grandes empresas que fueron surgiendo con el paso del tiempo, el principal objetivo del empresario siempre fue lucrativo, contribuyendo a que las empresas tomen una posición de poder en la sociedad. Frente a ello, nos hacemos la siguiente pregunta: ¿cuál fue el impulso que dio origen a la figura de la RSE?, pues bien, esta surge principalmente como causa de los impactos negativos que generó el desarrollo de las actividades empresariales repercutiendo a nivel social y ambiental.

Introducida por Howard R. Bowen a mediados del siglo XX, quien la definía de la siguiente manera: “Son obligaciones de los hombres de empresa a seguir aquellas políticas, tomar aquellas decisiones, o seguir las líneas de acción que resulten deseables en función de objetivos y valores de nuestra sociedad” (Bowen citado en Bour, 2012, p.10). De esta manera, se desprende el compromiso atribuible a los empresarios para el cumplimiento de las expectativas de la sociedad. Aquello configura la finalidad de la RSE, pues nace de un deber que la empresa tiene desde su posición en el mercado, debido a que, además de su cumplimiento legal, de esta se desprenderán acciones voluntarias que adicionen un valor ético a sus actividades.

Al respecto, el origen de la RSE data en los años ochenta del siglo XX debido a los avances económicos, tecnológicos y la eliminación de barreras comerciales lo cual benefició a

los mercados logrando su expansión y desarrollo económico, asimismo, también incrementaron las expectativas del público hacia las empresas fomentando a que su actuación sea responsable y, además, a su vez, traían consigo muchas ventajas como la buena reputación e imagen corporativa (Ancos y Sánchez-Urán citado en Garrido, 2017, p. 134).

Posteriormente, entre los años 1990 al 2000 se introdujeron teorías administrativistas de las cuales se desprenden dos posturas, una de ellas es la realización de acciones filantrópicas para la mejora de la imagen y el posicionamiento en el mercado, mientras que la otra posición nos muestra la inclusión de la presión social por parte de los stakeholders en la gestión de estrategias empresariales para su correcto desempeño (Garrido, 2017, p.135).

A finales de los años noventa del siglo XX continuaron surgiendo temas relevantes como el cuidado hacia el medioambiente, además se logró obtener una visión más amplia de la empresa, tomando en cuenta su interior y exterior, otorgándole relevancia a los sujetos que conforman la organización, pero, también a aquellos con los cuales se despliegan actuaciones jurídicas y relaciones de consumo. Debido a ello, en la primera década del siglo XXI surgen organismos internacionales que contribuyen a la RSE (Raufflet, Lozano, Barrera y García de la Torre citados en Garrido, 2017, p.135).

De esta manera, en el Foro Económico Mundial de 1999, surge el Pacto Mundial de la ONU promovido por su antiguo Secretario General, Kofi Annan. A través de dicho Pacto se proporcionó a las empresas unos principios vinculados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción, tomando en consideración principalmente a los objetivos del desarrollo sostenible (Kingo, s.f., tercer y cuarto párrafo).

Asimismo, tenemos a los Principios de Ruggie, más conocidos como “Proteger, respetar y remediar”, que surgieron cuando se le encargó a John Ruggie en 2005, la presentación de unos informes sobre temas vinculados a la responsabilidad empresarial con los derechos humanos y la función del Estado. De estos informes anuales presentados desde 2006 a 2009 surgen dichos principios. A través del primer principio se establece el deber estatal de proteger a sus integrantes frente a cualquier abuso de sus derechos cometidos por entidades comerciales. En cuanto al respeto de los derechos humanos que debe ser de cumplimiento por parte de las empresas, este se encuentra reconocido en diversos instrumentos internacionales, lo cual fomenta que las empresas eviten su vulneración, pero, además, promuevan prácticas que

contribuyan a la protección de los derechos humanos. Luego, con referencia al tercer principio, se trata acerca de la reparación o sanción que se aplicará cuando se cometa vulneración o abuso de los derechos humanos (NU citado en Gonzáles, 2009, pp.02-03).

Por otro lado, encontramos a las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que constituyen recomendaciones conjuntas realizadas por los diferentes gobiernos hacia las empresas multinacionales, en ese sentido, su cumplimiento es voluntario y no reemplaza o prevalece por sobre cada ordenamiento jurídico nacional. Asimismo, a través de ellas se promueve el uso de mecanismos internacionales para la solución de diferencias entre empresas y gobiernos, mitigando los impactos negativos que estas puedan generar, respetando los derechos humanos, las relaciones laborales, el medio ambiente, los intereses de los consumidores, etc. Además, serán promovidas a través de los Puntos Nacionales de Contacto, los cuales serán establecidos por los países adherentes e informarán al Comité de Inversión con respecto a cada acontecimiento (OCDE, 2013, pp.19-21).

Ahora bien, dependerá de cada país fomentar una cultura de RSE que invite a generar un cambio desde la perspectiva empresarial. Para ello, los países tendrán en consideración una gama de información relevante sobre la responsabilidad social que resultará muy enriquecedora para que el empresario evalúe la puesta en práctica de dicha figura. Aquella información será proporcionada como referencia para una propuesta de implementación a nivel empresarial, de acuerdo a lo establecido por la Norma ISO 26000:

Es una herramienta de RS poderosa para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones, la implementación de esta norma puede constituirse en una ventaja competitiva, aumentar la reputación, atraer y retener a trabajadores, clientes o usuarios, mantener la motivación, compromiso y productividad de los trabajadores, mejorar la percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y comunidad financiera, mejorar la relación con empresas, gobierno, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y la comunidad donde opera. Cabe destacar que esta se complementa con otros instrumentos e

iniciativas relacionadas con la RS, como la Guía para Multinacionales de OCDE, Global Reporting Initiative, Pacto Global de Naciones Unidas, entre otras. (Intriago y Cedeño, 2018, p.70)

Por otro lado, encontramos a los estándares Global Reporting Initiative (GRI) cuya finalidad es brindar guías que sirvan de apoyo para la elaboración de los reportes de sostenibilidad por parte del sector empresarial, dando a conocer los impactos ambientales, sociales y económicos que ha tenido su accionar. De esta manera se hace de conocimiento general la gestión que se está realizando en cada empresa y cómo actúan frente a sus grupos de interés, además se promueve a que se incorporen prácticas de RSE:

El GRI, a través de sus principios, funciona como una herramienta que permite establecer el desarrollo de las memorias que, junto con los contenidos básicos, permiten la construcción de los indicadores sobre los cuales se reportará la gestión realizada (Brown, De Jong y Levy citados en Acevedo y Piñeros, 2019, p.67). Dichos principios se dividen en dos grupos: el primero está constituido por los que determinan el contenido de la memoria (participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad), y el segundo por los que determinan la calidad de la memoria (equilibrio, comparabilidad, precisión, puntualidad, claridad y fiabilidad). (GRI citados en Acevedo y Piñeros, 2019, p.67)

Actualmente en nuestro país son pocas las empresas que presentan informes de sostenibilidad, lo cual evidencia la carencia de interés por parte del sector empresarial para impulsar las mejoras en el desarrollo de sus actividades, al respecto:

En el Perú, alrededor de 200 empresas están obligadas a presentar reportes de sostenibilidad, desde que se publicó la Resolución SMV n.º 033-2015-SMV/01 de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). De este total, entre 58 y 60 reportan bajo estándares GRI. Si bien existe un promedio de 133 contenidos o temas para

reportar, cada empresa solo reporta sus temas materiales, es decir, los más relevantes y significativos para su actividad productiva. (Zamudio, 2018, quinto párrafo)

El término sostenibilidad engloba un conjunto de aspectos que deberán analizar las empresas para poder transformarse progresivamente. Con referencia a ello, Zimmermann (citado en Orozco y Arboleda, 2018) señala:

La sostenibilidad contemporánea en las empresas debe enfatizarse en lo medioambiental, mediante la gestión responsable de sus procesos e impactando positivamente su entorno, abordando la construcción en aspectos de ecología, medio ambiente, economía, empleo, equidad y educación. Lo anterior exige que las empresas y sus directivos comprendan la importancia social que tienen estas, como un espacio de formación en aspectos sociales y desarrollo humano. (p.23)

Asimismo, el desarrollo sostenible genera una implicancia empresarial en las dimensiones sociales, ambientales y económicas. La composición de todas éstas llevará a que la empresa optimice sus resultados logrando beneficiarse lucrativamente, pero, sin ser indiferente a los problemas ambientales que sus productos o servicios puedan tener y, respetando los derechos humanos de sus trabajadores, consumidores y de la sociedad en la que se desenvuelve.

Es decir, la toma de decisiones considerando el conjunto de todos estos ámbitos dará lugar a una empresa enriquecida por fuera y por dentro, volviéndose más atractiva dentro de un mercado.

Por lo tanto, es importante que cada empresa deba respaldar su actuación mediante la implementación de estrategias que deberá adoptar desde su gestión empresarial. Frente a ello, Carroll (citado en Bravo, Rivillas y Rojas, 2017) plantea las siguientes responsabilidades sociales de las empresas:

Tabla N ° 01 Responsabilidades Sociales de las Empresas

Responsabilidades Económicas	Responsabilidades Legales	Responsabilidades Éticas	Responsabilidades Filantrópicas
<ul style="list-style-type: none"> - Maximización de ganancias - Competitividad - Alto nivel de operación eficiente - Imagen corporativa exitosa 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de obligaciones legales 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de expectativas y normas éticas que establece la sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> - Aportes significativos hacia la sociedad

Fuente: Carroll (citado en Bravo, Rivillas y Rojas, 2017). Elaboración propia.

Es así que, si cada empresa tiene en consideración las responsabilidades que le atañen y las acciones que evaluará para su cumplimiento, nos encontraremos frente a una empresa socialmente responsable pues no solo cumplirá con sus obligaciones legales y económicas sino que también estaremos ante una organización que realiza actividades filantrópicas involucrándose con la sociedad en la que se desarrolla y, además, actuará de forma ética frente a la misión y objetivos que asumirá como empresa teniendo en cuenta la finalidad para la que diseñará sus actuaciones de RSE.

Definición de la Responsabilidad Social Empresarial

Ahora bien, podemos formular un breve alcance sobre su definición teniendo en cuenta que diversos autores la mencionan como aquella decisión o compromiso que debe asumir una empresa para poder lograr ser competitiva dentro de un mercado, tomando en consideración las expectativas que a lo largo del tiempo se han ido generando en la sociedad.

Si bien es cierto, no se podría hablar de una empresa socialmente responsable si esta no cumple con la normativa de acuerdo a las actividades que desarrolla, sin embargo, esto no quiere decir que la RSE se configurará en cuanto al cumplimiento legal de las normas que le atañen a una empresa. Aquello es algo que usualmente se suele confundir con respecto a la

finalidad de la RSE, pues además del cumplimiento de sus obligaciones legales, se adicionan nuevas exigencias relacionadas al ámbito social, concepto que se debe entender aplicable más allá de los temas medioambientales, laborales, de investigación, desarrollo e innovación en las empresas, etc., y que abarca el compromiso a favor de sus consumidores (Arriaga, Oviedo y Camandona, citados en Ariel, 2018, p.57).

Actualmente, la RSE es un término que se encuentra siendo usado de manera progresiva a nivel internacional. Las empresas buscan desarrollarse de tal manera que cumplan, no solamente con las exigencias normativas, sino también con ese compromiso que adquieren desde su posicionamiento en el mercado, teniendo en cuenta a todos los grupos de interés con los que generan un impacto, pero sobre todo con los consumidores. De esta manera, podemos conceptualizar el enfoque en el que se fundamenta la RSE, siendo que, más allá de su esfera voluntaria, involucrará la no vulneración de los derechos de los stakeholders con los que se relaciona, llevándola a responder frente a impactos negativos o, de ser el caso, formular iniciativas para poder evitarlos.

Al respecto, el Centro Mexicano para la Filantropía, CEMEFI (citado en Arévalo y Escobar, 2018) refiere lo siguiente:

La Responsabilidad Social Empresarial es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo. Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad. (p.612)

Por lo expuesto, queda claro que cuando una empresa se limita a cumplir las normas dentro del ordenamiento jurídico en donde se va a desarrollar, no se convierte en una institución socialmente responsable, pues aquel término se establecerá cuando una empresa, encontrándose

dentro de su ámbito voluntario, pero a su vez teniendo en cuenta el vínculo jurídico con quienes se relaciona; implementa o realiza unos ajustes en su gestión empresarial para beneficio suyo y de la sociedad.

Frente a ello, Walton (citado en Serna, s.f.) propone:

Un nuevo concepto de RSE que debía, “reconocer la estrecha relación entre corporación y sociedad, y darse cuenta de que ésta se debía mantener tanto en la cabeza de los ejecutivos como en la de la propia empresa para lograr llevar a cabo sus metas”. Esta definición de RSE incluye elementos que resultaron interesantes posteriormente. Por ejemplo, el hecho de que éste debía ser un acto voluntario, es decir, que la empresa y sus ejecutivos debían atender a la estrecha relación de la empresa con la sociedad, sin mediar para ello ninguna coerción. También incluía que desde la organización se empezaban a hacer enlaces indirectos para con otras organizaciones y, finalmente, la aceptación de que la relación sociedad-empresa tenía un costo y que, muy probablemente, iba a resultar imposible hacer estimaciones acerca del beneficio económico que esto traería. (p.153)

Conforme a ello, la figura de la RSE invita a que las empresas evalúen la manera en la que se encuentran desarrollando sus actividades y cómo responderán frente a consecuencias futuras que podrían implicar una afectación negativa en contra de los grupos de interés con los que influyen directamente y, de esta manera, promuevan mejores estrategias que perfeccionen su labor.

En cuanto a los grupos de interés mencionados, Clarkson (citado en González-Masip, 2018) indicó lo siguiente:

Los grupos de interés, que se relacionan activa o pasivamente con las empresas, pueden ser tanto colectivos de personas, formales o informales, como individuos, con cierto

perfil, actuando a título particular. Estos individuos se juntan de acuerdo a similitudes en sus intereses, reclamaciones, o derechos. (p.49)

De esta manera, la RSE se configura como aquel atributo correspondiente a cada empresa para que pueda gestionarse de manera que contribuya o beneficie a los stakeholders.

Legislación comparada

El fomento de una cultura socialmente responsable por parte de las empresas se manifiesta en la mayoría de países europeos al promover iniciativas que involucran al sector privado y público con la finalidad de elevar sus estándares y ser un ejemplo para el resto de las naciones.

Es así que, en España se ha evidenciado la preocupación por incrementar sus alcances con referencia a la RSE, tal es el caso que cuenta con una Ley de Economía Sostenible, en cuyo artículo 35 inciso c mencionan los principios y prácticas de responsabilidad social empresarial que deben adoptar las sociedades mercantiles estatales y las entidades públicas empresariales dentro de sus planes estratégicos.

Asimismo, mediante la Ley 11/2018 que modifica el Código de Comercio de España, y la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo que modifica la Directiva 2013/34/UE, se estableció que el informe anual de gobierno corporativo que deben publicar las sociedades anónimas cotizadas, deba divulgar las políticas de diversidad de competencias y puntos de vista. Es decir, la divulgación de información no financiera o relacionada con la responsabilidad social corporativa. De esta manera prepararán un estado de información no financiera que contenga información relativa a cuestiones medioambientales, sociales, relativas al personal, al respeto de los derechos humanos, la lucha contra la corrupción y el soborno. Además, en el informe de gestión de la empresa obligada o en un informe separado deberá incluir una descripción de las políticas de resultados y riesgos conforme a los temas mencionados. En cuanto a lo relativo sobre derechos humanos, la información versará sobre la prevención de las violaciones de los derechos humanos y en su caso, las medidas para mitigar, gestionar y reparar los posibles abusos cometidos.

Ahora bien, en Suecia el Parlamento anunció el requisito que todas las empresas estatales presenten una memoria anual de sostenibilidad en base a los criterios del Global Reporting Initiative (GRI). Como resultado de su incorporación tenemos a que el 69% de las empresas afirman haber incrementado sus conocimientos sobre RSE, lo cual supuso un beneficio pues se implementaron nuevas políticas medioambientales y sociales o de compras públicas sostenibles.

En Alemania se apostó por iniciativas educativas en materia de RSE a nivel secundario, de universidad y formación continua mediante la elaboración de materiales y formación de profesores en RSE. Promocióndose los Principios de las Naciones Unidas para una educación responsable en gestión y de premios para estudiantes.

Además, también se estableció un portal de información en RSE para brindar a consumidores y ciudadanos información rigurosa, transparente y comparable sobre las actividades de las empresas en dicha materia (Forética, 2012, pp. 09-13).

En cuanto a los países de América Latina, encontramos a Argentina, que cuenta con distintas empresas que aplican políticas de RSE en su gestión empresarial, estas son: el Banco Galicia, FEMSA, Toyota, Reckitt Benckiser y Coca Cola. Asimismo, cuenta con un Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE), siendo una organización que trabaja para constituirse en un centro de referencia nacional en materia de responsabilidad social y gestión sustentable de las empresas (Santamaría, 2020, p.17).

Mientras que México cuenta con un Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) el cual creó programas de filantropía empresarial y de RSE, reconociendo anualmente a las compañías que realizan prácticas basadas en temas socialmente responsables (Montañez y Gutiérrez, 2015, p. 28).

Ahora bien, en nuestro país, como parte de una iniciativa del estado, encontramos al programa técnico-social “Perú Responsable” a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo que buscó fomentar una cultura sobre RSE que promueva y genere mayor empleabilidad. De esta manera, se realizaron alianzas con las empresas a través de convenios marco en donde estas se comprometieron a llevar a cabo su política de responsabilidad social. Además, a través de sus convenios específicos se ejecutaron los proyectos estipulados. A modo

de ejemplo, tenemos al Convenio con la Universidad San Ignacio de Loyola, en donde se realizó un trabajo en conjunto entre docentes y alumnos para capacitar en sus negocios a emprendedores en situación de pobreza en Chilca. De igual manera, encontramos al Convenio con la Empresa Hudbay cuyo objetivo fue brindar capacitación como operador de planta y mina a 160 pobladores del distrito de Velille. Asimismo, también encontramos al Convenio con la Empresa Termochilca S.A., que brindó asistencia técnica para emprendimientos juveniles con escasos recursos en el distrito de Chilca.

Sin embargo, dicho programa ya no se encuentra vigente en la actualidad. Por otro lado, encontramos a la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP) que cuenta con un Comité Nacional de Empresas y Derechos Humanos cuyo objetivo es el de asumir el compromiso público del sector empresarial en favor del respeto de los derechos humanos y la conducta empresarial responsable en Perú, además de analizar, desarrollar propuestas y participar activamente en el proceso de elaboración y la aplicación del Plan Nacional de Acción de Empresas y Derechos Humanos en el Perú (PNA), el cual fue publicado en el mes de junio del año 2022.

Asimismo, encontramos a “Perú Sostenible”, organización que busca incidir en el correcto accionar empresarial contribuyendo con las mejoras necesarias a través de sus empresas asociada, obteniendo así, que se incorpore la sostenibilidad en su gestión para conseguir el desarrollo sostenible a favor de nuestro país. Cabe resaltar que dicha organización reconoce las buenas prácticas empresariales a través de sus reportes de resultados, otorgándoles el distintivo de empresa socialmente responsable, la cual está dirigida a empresas de cualquier tamaño, al sector público y grupos corporativos. De esta manera, encontramos a la empresa Pluspetrol Perú Corporation, que obtuvo dicho distintivo en el año 2018 debido a las buenas prácticas empresariales que empleó teniendo en cuenta 4 líneas de acción como la gestión ambiental, las buenas relaciones comunitarias, la excelencia operacional, así como la ética y transparencia del negocio. Destacándose por contar con programas que ponen en evidencia su preocupación por la sociedad en que se rodea, tales como: Programa de monitoreo ambiental comunitario, programa integral de educación, el programa aprender para crecer, etc.

En nuestro país también contamos con la Ley N° 31072 – Ley de la Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (Sociedad BIC), a través de la cual se establece a la sociedad BIC como una persona jurídica societaria, constituida válidamente bajo alguno de los tipos

societarios previstos en la Ley 26887, Ley General de Sociedades, que se obliga por su propia voluntad a generar un impacto positivo, integrando a su actividad económica la consecución del propósito de beneficio social y ambiental elegido. El término “beneficio e interés colectivo” hace referencia al impacto material positivo o la reducción de un impacto negativo en la sociedad y en el ambiente.

Dicha ley nos brinda un gran alcance con respecto a la RSE, puesto que, establece la presentación de un informe de gestión sobre el impacto de la sociedad que deberá realizar un tercero independiente utilizando estándares reconocidos internacionalmente para la medición del impacto social o ambiental que ha tenido la sociedad BIC. La organización a cargo tiene la finalidad de auditar o certificar empresas con buenas prácticas corporativas, sociales y medioambientales. Además, aquel informe será publicado en el portal web de la sociedad y estará disponible en el domicilio social, de esta manera podrá ser consultado por cualquier ciudadano interesado.

Es así que, podemos apreciar cómo nuestro ordenamiento jurídico ha ido profundizando y priorizando el alcance social y ambiental que tiene cada empresa, es decir, no solo tendrá relevancia su aspecto económico, sino también cada ámbito del desarrollo sostenible. Por ello, empresas como Textile Sourcing Company S.A.C. B.I.C., Bigmond Group S.A.C. B.I.C., Textil del Valle S.A.C. B.I.C. y Perú Sin Brechas S.A.C. B.I.C., han decidido acogerse a este modelo societario con la finalidad de ser reconocidos también por su alto grado de responsabilidad social empresarial que poseen ante sus stakeholders.

1.2.2. Derechos humanos de los consumidores

A) Derechos humanos

Todos los seres humanos somos sujetos de derechos desde nuestra concepción debido a nuestra naturaleza humana y, a la capacidad de discernimiento que potencialmente desarrollaremos, lo cual nos diferencia del resto de los seres vivos. Además, gracias a nuestra dignidad, se nos reconocen todos nuestros derechos constitucionalmente protegidos, lo cual nos garantiza un respaldo jurídico frente a cualquier vulneración. Por lo tanto, entendemos que a partir de nuestra dignidad se nos atribuirán todos los derechos expuestos dentro del ordenamiento jurídico de un Estado y de los instrumentos jurídicos internacionales suscritos.

Cabe mencionar que la dignidad posee dos dimensiones: subjetiva y objetiva. Así tenemos que la primera dimensión se refiere a la titularidad de derechos que posee una persona, mientras que en la segunda se hace mención a la dignidad como principio y valor del ordenamiento, coadyuvando como fundamento para el reconocimiento de los demás derechos fundamentales reconocidos por la constitución, asimismo, como principio sirve para la interpretación de dispositivos legales, y como integración jurídica en caso de vacíos normativos (Landa, 2017, pp. 18-19).

Aunado a ello, debido a la importancia que se ha venido atribuyendo a los derechos humanos a lo largo de la historia, como consecuencia de los conflictos sociales, la explotación laboral por parte del excesivo poder que se le otorgaba a las empresas y, también por parte del sector público; es que se motivó a la elaboración de tratados internacionales que promuevan un compromiso por parte de los Estados en cuanto a la protección de los derechos fundamentales de sus individuos, entendiéndose estos como los derechos humanos positivizados en normas legales.

B) Derechos humanos de los consumidores

En este apartado, partiremos desde la estrecha relación que guardan los derechos de los consumidores con los derechos humanos, pudiendo afirmar que, al hablar de los primeros, estamos haciendo referencia también a los derechos humanos.

Al respecto, Tambussi (2014) nos manifiesta que tanto los derechos humanos como los derechos de los consumidores son interdependientes y comparten un común fundamento como es la dignidad humana. Asimismo, al igual que los derechos humanos, los derechos de los consumidores constituyen una formulación ética fundamental, siendo además que estos se adquieren debido a la naturaleza humana de cada persona en particular. También los derechos humanos como los derechos de los consumidores tienen una característica universal debido a que los segundos podrían incluirse en tratados internacionales. Finalmente, debe reconocerse que ambos poseen el mismo tratamiento legal en base a los principios que los respaldan como de igualdad ante la ley, no discriminación, desarrollo progresivo y protección del medio ambiente (pp. 96-97).

Ahora bien, conforme a nuestra problemática planteada, resulta relevante analizar el derecho a la igualdad dentro de las relaciones de consumo llevadas a cabo por los consumidores frente a los abusos que han cometido las empresas, teniendo en cuenta las prácticas discriminatorias en las que incurrieron algunas de ellas como entidades financieras, aseguradoras, discotecas, hoteles, entre otras durante el período 2014 – 2022.

Por otro lado, Durand (2019) menciona que el derecho del consumidor contiene un carácter social propio de su naturaleza jurídica como disciplina de protección de intereses difusos, por lo tanto, constituye deberes de hacer, actuar y de presionar socialmente al Estado. Sin embargo, nos damos cuenta que en su estructura normativa se manifiestan lagunas de garantías e imperfecciones lo cual no ocurre con los derechos fundamentales, pues estos gozan de instituciones estructuradas jurídicamente para su defensa constitucional ante cualquier vulneración. Caso contrario con los derechos del consumidor, pues sus regulaciones administrativas resultan ineficientes, descontextualizadas de la realidad o presentan medidas coercitivas no siempre eficientes pues no se vinculan con la dinámica del mercado actual.

De esta manera, el autor propone un enfoque garantista, respondiendo al criterio que los valores jurídicos universales que han fundamentado a los derechos humanos se encuentran también en la estructura de los derechos del consumidor pues de este derivan derechos fundamentales y constitucionales. Prueba de ello, tenemos que, al encontrarnos frente a cualquier reclamo, existe un drama social y humano que debe ser resuelto bajo un razonamiento de derechos humanos, evidenciándose así la preocupación por la protección jurídica a los derechos fundamentales como la igualdad, la dignidad, el trato justo, el derecho a la salud, el derecho a la educación, el deber de información, la libertad, la intimidad, etc (pp.124-128).

C) Protección jurídica del consumidor desde la Responsabilidad Social Empresarial

Para poder analizar este apartado, primero debemos remitirnos a los antecedentes en los que se constituye el derecho al consumidor. Al respecto, Jarrosay y Valverde (2011) manifiestan:

En la década de los sesenta se logra un reconocimiento explícito de los derechos fundamentales de los consumidores. Con anterioridad, tales derechos se hacían derivar

de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores, con base en el Código de Comercio o el Código Civil, los cuales, en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaban en el principio de la autonomía de la voluntad o de libertad de estipulaciones. (p.160)

De esta manera, con el paso del tiempo hasta la actualidad, han ido estableciéndose como aquellos grupos de interés, sobre los cuales el sector privado debe prestar un especial trato. A su vez, el Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México de la UNAM (2015) señala:

Los derechos del consumidor, como conjunto de derechos que se confieren específicamente a los consumidores en sus relaciones de consumo con los proveedores de bienes y servicios, han venido siendo reconocidos solo a partir de la segunda mitad del siglo XX. Con anterioridad, tales derechos se hacían derivar de los contratos que los consumidores celebraban con los proveedores con base en el Código de Comercio o el Código Civil, los cuales, en términos generales, no otorgaban una protección específica a los consumidores y se basaban en el principio de la autonomía de la voluntad. El consumidor, con su poca información sobre los bienes y servicios del mercado, y sobre sus derechos y obligaciones, debía enfrentar sólo sus relaciones de consumo con proveedores que contaban con mayor información y experiencia. (p.03)

Del autor se desprende cómo los consumidores se encontraban ante una posición de desconocimiento frente a los productos y servicios que adquirirían por necesidad y, además, se evidencia la poca protección jurídica que tenían pues no existían normas que garantizaran el efectivo cumplimiento de sus derechos humanos en calidad de consumidores.

Actualmente, en nuestra legislación existen diversas normas que protegen a los derechos de los consumidores, teniendo en cuenta el respaldo constitucional y la existencia del Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante el Código), el cual expone una amplia

gama de derechos que les son atribuibles a todas las personas dentro de sus relaciones de consumo.

Sin embargo, el problema radica en la conducta negligente del empresario al no tener en cuenta los derechos de los consumidores cuando desarrolla sus actividades económicas. Por lo tanto, conforme a la controversia que versa en la presente investigación, encontramos que algunas empresas vulneraron el derecho a la igualdad de los consumidores, derecho que, además, contiene una valoración esencial de derecho humano inherente a todas las personas por su condición de tal.

Se ve entonces cómo la parte más fuerte de la relación de consumo necesita llevar su compromiso social más allá del cumplimiento de sus obligaciones legales, cuidando de sus procesos de producción para empezar a preocuparse por el consumidor. Al hacerlo no solo se crea un impacto positivo en su entorno y protege a los consumidores, sino que también pueden prevenir numerosos escándalos y daños en su reputación. De otro modo, cuando las empresas actúan con desaprensión al medioambiente, con destrato a sus trabajadores o, por ejemplo, se ven involucradas en casos de corrupción, corren el riesgo de retrasar la labor socialmente responsable de muchas otras empresas seriamente comprometidas, y la percepción que tiene la sociedad sobre este modo de gestión de las mismas. Los daños en la imagen de la empresa son difíciles de calcular, aun cuando los consumidores no tengan reclamos referidos a la calidad de los productos. (Ariel, 2018, p.53)

De esta manera, la RSE que asuma una empresa como un compromiso dotado de cumplimiento legal previo para su ejecución, promoverá la protección de los derechos humanos a través de su finalidad para la cual fue desarrollada, tomando en consideración su origen, pues a lo largo de nuestro trabajo se ha venido manifestando lo concerniente al surgimiento, desarrollo y finalidad para la cual se encuentra destinada la RSE, debido a que no solo comprende el cumplimiento legal que, obligatoriamente debe realizar una organización, sino

que también debe direccionar sus prácticas socialmente responsables hacia la protección de los derechos humanos entendiéndose este como uno de sus objetivos para los cuales responde ante su evolución.

Materiales y métodos

Para el desarrollo del presente trabajo se ha realizado una investigación cualitativa, puesto que, a través de la recopilación de fuentes bibliográficas, así como también del análisis e interpretación de la información recopilada, se han logrado obtener las herramientas necesarias para poder enmarcar nuestros objetivos a efectos de pronunciarnos sobre la hipótesis planteada acerca de la problemática con respecto a la vulneración de los derechos humanos de los consumidores por parte del sector privado.

De esta manera, según Arias (2012):

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p. 27)

Por lo tanto, a través de la correcta organización de todo lo extraído mediante la indagación realizada, se logrará arribar hacia la finalidad que versa en la presente investigación conforme al diseño del procedimiento por el cual se está llevando a cabo.

Resultados y discusión

3.1. La Responsabilidad Social Empresarial y los derechos humanos de los consumidores

Evidentemente el papel que cumple el sector privado dentro de una sociedad es fundamental, pues además de generar mayor oportunidad laboral, ofrecer bienes y servicios que satisfagan nuestras necesidades y, contribuir con nuestro desarrollo económico mediante el pago de los impuestos que le correspondan; también a través de sus buenas prácticas

empresariales, logrará posicionarse estratégicamente dentro del mercado generando un impacto positivo entre los stakeholders con los que se relaciona.

Sin embargo, “actualmente, según estudios de la universidad Esan, aunque el 100% de las empresas peruanas tengan conocimiento sobre la RSE, solo el 15% asume que debe implementarlo para su beneficio personal, pero el 5% lo aplica” (Gestión, 2019, segundo párrafo). Como prueba de ello, tenemos que muchas empresas han vulnerado los derechos humanos de los consumidores a través de las actividades que realizan. Por lo tanto, a continuación, vamos a mencionar algunas de las infracciones cometidas en contra de los consumidores y que son objeto de análisis en la presente investigación.

3.1.1. Vulneración de los derechos humanos de los consumidores que la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual ha determinado en sus resoluciones durante el período 2014-2022

Conforme a la revisión de las resoluciones emitidas por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual durante el período comprendido desde el año 2014 hasta el 2022, se expondrán algunos criterios establecidos por parte de dicho Colegiado con respecto a los actos discriminatorios desplegados por algunas empresas.

De esta manera, se han elegido siete casos que serán objeto de análisis. Así tenemos que, en el primer caso expuesto en la Resolución 1879-2014/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 086-2012/CC2 de fecha 09 de junio de 2014, se evidenciaron las prácticas discriminatorias en las que incurrió la discoteca Asia Rok S.A.C., al haber impedido el ingreso de un cliente a sus establecimientos bajo el argumento de que el evento que se estaba llevando a cabo era privado y, por lo tanto, permitir el ingreso a personas que acreditaran ser socios o amigos de estos, siempre que llegaran acompañados por los primeros; además también tenían acceso aquellos que se encontraban en la lista de invitados, sin embargo, mediante el reportaje emitido en el programa de “Enemigos Públicos” se evidenció un trato desigual por parte del personal a cargo del ingreso a dicha discoteca hacia el señor Fabio Pérez, debido a que este no contaba con ninguno de los requisitos antes mencionados, pero cuando otra persona, el señor Paolo Donayre, solicitó el ingreso, se le mencionó que podía ingresar mostrando solo su documento de identidad, información que no fue comunicada al señor Fabio Pérez.

Por lo tanto, en primera instancia se emitió pronunciamiento señalando como responsable a la discoteca Asia Rok por infracción del artículo 38° del Código, quedándose acreditadas las prácticas discriminatorias. Sin embargo, la empresa manifestó que, al tratarse de un evento privado, contaban con una lista para permitir el ingreso a los participantes, pero aquella nunca fue presentada aludiendo que había sido desechada y, además comentaron que aquel video y declaraciones de los implicados habían sido manipulados pues estaban direccionados para obtener mayor audiencia. Contrariamente a lo mencionado, el Colegiado se limitó a evaluar si la conducta del personal encargado del acceso a la discoteca constituyó un acto discriminatorio o no.

En ese sentido, la resolución emitida en primera instancia fue confirmada por el Colegiado debido a la ausencia de causas objetivas y justificadas por las cuales se le negó el acceso al señor Fabio Pérez, quien presentaba rasgos afroperuanos, mientras que el señor Paolo Donayre no compartía tales rasgos. De esta manera, se consideró que la política de selección de clientela para el acceso a la discoteca, impidiendo el ingreso a una persona por motivos raciales, sin que medien razones de seguridad o tranquilidad de sus clientes u otras razones objetivas que lo justifiquen, corresponde a una práctica discriminatoria en la cual incurrió la empresa.

Continuando con la exposición, en el segundo caso contenido en la Resolución 1912-2016/SPC- INDECOPI recaída en el Expediente 198-2015/CC1 de fecha 30 de mayo de 2016, se analizó el comportamiento por parte de la Financiera UNO S.A. al haber negado el acceso al señor José Alejandro Lobatón Méndez, a una tarjeta de crédito, debido a que presentaba una discapacidad visual.

De esta manera, se tiene que el día 04 de diciembre de 2014, el señor acudió al establecimiento de Oeschle para adquirir un electrodoméstico, sin embargo, al momento de pagarlo se le ofrece un descuento del 25% en el artefacto previa adquisición de la tarjeta de crédito. Sin embargo, la controversia se generó cuando se le negó la contratación de dicha tarjeta en ausencia de causas razonables. Por lo tanto, se declaró fundada la denuncia en primera instancia en contra de la Financiera por los actos de discriminación sufridos.

En segunda instancia, la Financiera argumentó que contaba con procedimientos especiales para la atención de clientes potenciales que presentaran una discapacidad, como la

presencia de un testigo a ruego durante la contratación del producto. Aquello había sido alegado, pero no comprobado, pues mencionaron que anteriormente habían celebrado contratos de crédito con clientes que presentaban discapacidad. Siendo así, de los seis expedientes remitidos no se evidenció que se haya requerido la presencia de un testigo a ruego, además solo uno de los clientes presentaba una discapacidad, en cuyo expediente se observaba un documento denominado “Registro de Firmas”, cuya finalidad no fue precisada por la Financiera.

En consecuencia, el Colegiado confirmó la resolución emitida en primera instancia debido a que se advirtió la ausencia de causas objetivas y justificadas ante el comportamiento de la Financiera, toda vez que el requisito de la presencia de un testigo a ruego para la contratación del producto financiero pretendido no quedó acreditado, evidenciándose de esta manera que el rechazo aludió a las características físicas del denunciante.

Por otro lado, en el tercer caso contenido en la Resolución 0628-2018/SPC- INDECOPI recaída en el Expediente 03-2017/ILN-CPC-SIA de fecha 26 de marzo de 2018, se analizó la conducta del denunciado Gourmet y Eventos “El Aguaje” S.A.C., al haber impedido el ingreso a su local a personas por su calidad de transgénero. La controversia inició cuando el día 27 de agosto de 2016 el señor Anderson Castañeda Lozada acudió al local comercial, sin embargo, a pesar de haber pagado por su entrada, se le restringió el ingreso debido a su condición de “chica travesti”. Cabe resaltar que, el día 2 de diciembre la Secretaría Técnica de la Comisión llevó a cabo una diligencia de inspección en dicho local, a fin de recabar mayores elementos de prueba.

Posteriormente, el denunciante se desistió del procedimiento puesto que había arribado a un acuerdo conciliatorio con El Aguaje, por lo tanto, se declaró concluido. Asimismo, se continuó con otro seguido en el Expediente 03-2017/ILN-CPC-SIA, en cuanto a la inspección que se realizó, imputándosele a la empresa el haber impedido el ingreso al local a los consumidores debido a su condición de transgénero. Por consiguiente, Gourmet manifestó que dicha situación obedeció a un desconocimiento y falta de capacitación del personal de seguridad, quien en aquella fecha era nuevo. Sin embargo, en primera instancia la Comisión sancionó a Gourmet por los actos de discriminación cometidos. Frente a ello, la empresa manifestó en segunda instancia que en el acta de inspección ya había señalado que no era su política discriminar a la clientela y que solo impedía el ingreso a los menores de edad.

Aun así, la Sala advirtió que la denunciada había aceptado que discriminó a sus clientes por su condición de “transgénero”, por lo menos respecto de dos casos. Por lo tanto, se sancionó a la empresa en tanto quedó acreditado que incurrió en actos discriminatorios.

Continuando con la exposición, en el cuarto caso contenido en la Resolución 2145-2018/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 1143-2016/CC1 de fecha 22 de agosto de 2018, se analizó el caso del señor Javier Alexander Alfaro Banda quien denunció a La Positiva Vida Seguros y Reaseguros S.A. y al Banco de Comercio S.A., puesto que la segunda le negó el otorgamiento de un crédito debido a que su aprobación estaba sujeta a la contratación del seguro de desgravamen de la empresa aseguradora, sin embargo, esta rechazó la contratación sin exponer las razones de su negativa, lo cual constituía un acto discriminatorio para el denunciante debido a su discapacidad física (paraplejía). Por lo tanto, en primera instancia se declaró fundada la denuncia interpuesta contra La Positiva, al considerar que incurrió en actos discriminatorios pues rechazó la solicitud del señor debido a su discapacidad física.

Sin embargo, la empresa aseguradora manifestó en segunda instancia que la negativa a contratar con el señor Alfaro se debía a su estado de salud, puesto que, la condición médica del denunciante materializaba un alto riesgo de cobertura (vida), además se debe tener en cuenta que los riesgos en materia de seguros eran evaluados en función de la probabilidad, frecuencia y severidad, es decir, si la probabilidad de materialización de un riesgo era alta, el riesgo no sería asumido.

Ahora bien, el Colegiado manifestó que, de los informes médicos ofrecidos por la denunciada, no se evidenció una evaluación integral realizada hacia el denunciante, sin embargo, se concluyó que era un paciente con alto riesgo de complicación, contrariamente a lo señalado por el médico del consumidor. Asimismo, del contenido de dichos informes no se generó certeza respecto del estado de salud real del señor Alfaro; por tal motivo, la Sala determinó que dicho proveedor incurrió en actos de discriminación al rechazar la solicitud de afiliación al seguro de desgravamen formulada por el denunciante debido a su discapacidad.

Por otro lado, en el quinto caso contenido en la Resolución 2037-2020/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 1004-2019/CC1 de fecha 05 de noviembre de 2020, se analizó la denuncia de la señora Juliana Hartz, quien habría sido víctima de actos discriminatorios por parte del banco BBVA Perú S.A. La controversia se generó cuando la denunciante intentó

realizar la contratación vía Banca por Internet de una cuenta de depósito a plazo fijo con una tasa promocional, sin embargo, la página web no se lo permitía. Frente a ello, se comunicó con el banco, pero no obtuvo solución alguna. De esta manera, al día siguiente interpuso un reclamo obteniendo como respuesta de que no pudo realizar dicha contratación porque su país de nacimiento es Brasil y no Perú, a pesar de que también contaba con nacionalidad peruana. Por lo tanto, en primera instancia la Comisión declaró fundada la denuncia presentada por la señora Hartz, al acreditarse que el banco incurrió en un acto de discriminación por motivo de origen.

Asimismo, la Sala confirmó la resolución de primera instancia, puesto que, los argumentos emitidos por el banco no resultaban aplicables al caso, entre ellos se mencionó a los requerimientos FACTA, los cuales solo eran aplicables para personas con nacionalidad o residencia fiscal en Estados Unidos de América. Sin embargo, en este caso la denunciante cuenta con nacionalidad peruana. Por lo tanto, quedó acreditado que la entidad financiera incurrió en un acto discriminatorio contra la señora Juliana Hartz por su origen o procedencia.

Ahora bien, en el sexto caso contenido en la Resolución 0175-2021/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 185-2019/CPC-INDECOPI-JUN de fecha 26 de enero de 2021, se analizó la denuncia interpuesta por el señor Aldo Alexander Vílchez Ramos en contra de la Caja Rural de Ahorro y Crédito Cencosud Scotia Perú S.A., debido a que esta le habría negado la contratación de una tarjeta de crédito porque no contaba con una tercera persona en calidad de curador, debido a que, su sistema biométrico arrojaba como resultado que tenía una incapacidad mental.

De esta manera, la Comisión declaró fundada la denuncia contra la Caja. Posteriormente, el día 21 de agosto de 2020, la denunciada presentó un recurso de apelación indicando que el impedimento a la contratación de la tarjeta de crédito, se debió al informe incorrecto emitido por su sistema biométrico

Frente a ello, la Sala procedió a realizar un análisis del caso indicando que la justificación referida al informe no resulta ser objetiva ni razonable, pues teniendo al alcance documentos para verificar la discapacidad que tenía el señor Vílchez, no recurrió a ninguno, incluso dejó de lado el DNI del consumidor, limitándose a imponerle un obstáculo para la obtención de la tarjeta de crédito.

Además, el Colegiado indicó que independientemente del error sobre el tipo de discapacidad que tenía el denunciante, no se le debió brindar un trato diferenciado, pues la normativa contempla que las personas con discapacidad (física o mental) gozan de capacidad de ejercicio, es decir no requieren de un curador para contratar servicios financieros.

Por lo tanto, se confirmó la resolución de primera instancia, al haberse acreditado que la denunciada incurrió en un trato discriminatorio.

Finalmente, en el último caso contenido en la Resolución 0077-2022/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 0026-2021/CC2 de fecha 17 de enero de 2022, se analizó la denuncia interpuesta por el señor Juan José Carrión Morales, con nombre social Astrid Carrión Morales, en contra de Hipermercados Tottus S.A. debido a que el personal de seguridad de la Hiperbodega Precio Uno, perteneciente a Tottus, le prohibió el ingreso a sus instalaciones por su condición de mujer transexual. Además, personal de dicho establecimiento le solicitó su Documento Nacional de Identidad (en adelante, DNI) para permitirle el ingreso, siendo que solo pudo ingresar al establecimiento en cuestión cuando intervino un agente policial.

En segunda instancia, Tottus manifestó que al momento en que sucedieron los hechos se encontraban vigentes las disposiciones de emergencia dictadas por el gobierno central que restringían el libre tránsito de las personas según su sexo, siendo que los hombres podían circular los lunes, miércoles y viernes, mientras que las mujeres los martes, jueves y sábados.

Sin embargo, contrariamente a lo señalado por Tottus, la Sala manifestó que el gobierno no determinó que para el cumplimiento de las restricciones de tránsito era necesario que las personas circularan portando su DNI, por lo que, en este caso, bastaba con corroborar que la parte denunciante se identificaba con el sexo femenino.

De esta manera, se confirmó la resolución emitida en primera instancia, en tanto quedó acreditado que la denunciada discriminó a la parte denunciante, al negarle el ingreso a la Hiperbodega Precio Uno, debido a su identidad de género.

Conforme a lo expuesto, encontramos que el derecho a la igualdad se ha visto vulnerado por parte del sector privado debido al ejercicio que este ha cometido haciendo uso excesivo de sus facultades. Así pues, cabe resaltar que, aunque en nuestro país se respete la libertad de

empresa, aquello no implica que el proveedor dentro de una relación de consumo podría ejercer algún tipo de imposición en contra de los consumidores.

Asimismo, este derecho posee un ámbito subjetivo basándose en la autonomía con que cada persona cuenta para que ejerza su libertad individual en el mercado, siempre que se haga de manera lícita y no perjudique a otros. Por otro lado, dentro de su ámbito objetivo implica la importancia que las libertades económicas tienen en una economía social de mercado y, por ello no debería procurarse restricción alguna de manera indebida (Guzmán, s.f., p.250). Sin embargo, el sector privado también debe tener muy en cuenta cuáles son sus limitaciones cuando se trate de que su actuar se encuentre vulnerando derechos fundamentales del consumidor.

A) Actos de discriminación y trato diferenciado ilícito bajo la posición de la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual

Anteriormente, la Sala consideraba que el trato diferenciado ilícito constituía un comportamiento dirigido a negar o limitar a los consumidores el acceso a los bienes y servicios sin que exista justificación alguna, y sin que afecte la dignidad personal. Basándose en cuestiones subjetivas, como enemistad con el cliente, aplicación exagerada de condiciones para el ingreso a un establecimiento, negar el ingreso a un local comercial por motivos no acreditados, entre otros (Indecopi, 2015, pp. 28-27).

Sin embargo, actualmente se ha realizado un cambio de criterio, el cual se encuentra expuesto en la Resolución 2037-2020/SPC-INDECOPI de fecha 05 de noviembre de 2020, considerándose que tanto la discriminación como el trato diferenciado ilícito constituyen un mismo tipo infractor, y, por lo tanto, cualquier tipo de trato desigual no justificado constituirá un acto de discriminación (Indecopi, 2019, p.120).

3.1.2. Criterios de evaluación sobre la Responsabilidad Social Empresarial en la relación de consumo

En este apartado hablaremos acerca de los ámbitos que componen los criterios de evaluación de la RSE. Estos se conforman por las áreas que la comprometen, por lo tanto, nos

servirá para identificar el derecho que se encuentra siendo vulnerado y cómo aportaría la RSE para su protección desde su finalidad.

A) Ámbito subjetivo: derechos humanos de los consumidores

Conforme al desarrollo de este punto, es importante precisar en qué categoría se encuentran los derechos humanos de los consumidores.

Por lo tanto, a lo largo del presente artículo se ha dejado en claro el derecho a la igualdad que versa en nuestra problemática. Es así que, para situar a qué clasificación pertenece, debemos tener en cuenta los distintos enfoques que existen.

De esta manera, Aguilar (s.f.) manifiesta que la clasificación de los derechos humanos se puede realizar a partir de distintos enfoques, tales como el enfoque historicista, el enfoque basado en la jerarquía y el enfoque periódico. El último corresponde a la clasificación de las tres generaciones de los derechos humanos, siendo la más conocida. Por lo tanto, encontramos a los derechos civiles y políticos dentro de la primera generación, luego los de la segunda generación abarca a los derechos sociales, económicos y culturales; finalmente los de la tercera generación abarca a los derechos de los pueblos o de solidaridad (p.93).

En efecto, dentro de los derechos humanos de primera generación, encontramos al derecho a la igualdad sin distinción de raza, color, idioma, posición social o económica; el derecho a la vida, libertad, seguridad jurídica, a la libertad de pensamiento y religión, etc.

Por consiguiente, teniendo en cuenta que, mediante las resoluciones analizadas se ha evidenciado la vulneración al derecho a la igualdad hacia las personas en su calidad de consumidores; no debe perderse de vista el objetivo y finalidad de la RSE, la cual engloba a la protección de estos grupos de interés o stakeholders, pues en ellos repercutirán las actividades socialmente responsables bajo el desarrollo sostenible que cada empresa promoverá.

B) Ámbito objetivo: finalidad de la responsabilidad social empresarial

Mediante su finalidad, la RSE se relacionará con sus diferentes grupos de interés, entre ellos los consumidores. Por lo tanto, es importante destacar el valor fundamental que estos

cumplen dentro de la cadena productiva, pues, aunque formen parte del último eslabón, se debe considerar que es hacia ellos a quienes va dirigido el producto o la prestación de un servicio y, por ello la finalidad de la RSE se dirige hacia su protección ya que propone responder ante los problemas que los atañe y, prevenir a través de su correcta incorporación desde la gestión empresarial.

De esta manera, es importante destacar que mediante el modelo de la prominencia de los stakeholders se establece que el consumidor, a través de sus atributos de legitimidad, poder y urgencia de carácter temporal, formará parte de los grupos de interés que mayor importancia genere para la empresa. Es por ello que, a través de su primer atributo se reconocen los derechos de los consumidores, los cuales se encuentran vigentes según el ordenamiento jurídico nacional, respondiendo a la posición de desventaja en la que aquellos se enfrentan con respecto a los proveedores. En cuanto a su segundo atributo, el poder del consumidor se verá respaldado a través de las medidas que adopte el Estado para sancionar las acciones cometidas por las empresas que vulneren sus derechos fundamentales. Además, dicho poder se incrementará conforme el consumidor vaya adquiriendo mayor conocimiento sobre el marco legal que dispone a su favor. Luego, en cuanto al atributo de urgencia, este se refiere a que, dependiendo de la gravedad en que se encuentre el caso del consumidor, la empresa deberá solucionarlo con la mayor rapidez y prioridad posible, puesto que, involucraría una grave afectación hacia alguno de sus derechos (Schwalb, 2011, p.90).

3.2. Relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y los derechos humanos de los consumidores

Hasta aquí el lector podría preguntarse por qué debería una empresa preocuparse por sus stakeholders y el cumplimiento de sus intereses, cuando en realidad el fin de una empresa es netamente lucrativo, sin dejar de lado, claro está, el cumplimiento legal y ético que deberá efectuar. A partir de ello, podría considerarse a la RSE como una figura que promueve el cumplimiento de obligaciones y exigencias que ya se encuentran positivizadas en diversas normas, pero, que hasta la actualidad no han sabido cumplirse. Por lo tanto, es relevante destacar el papel fundamental que cumple el consumidor dentro del mercado, pues a partir de sus decisiones y preferencias cada empresa fijará sus objetivos, por ello es que estas deberán visualizar sus metas lucrativas sin dejar de lado el enfoque de los derechos humanos.

Al respecto, González (citado en Montañez y Gutiérrez, 2015) manifestó que la relevancia que reviste a estos grupos de interés se desarrolló conforme los empresarios fueron reconociendo el vínculo que tienen con el resto de las partes que involucra su accionar a nivel externo y, no solo en el interior de la empresa. Por lo tanto, la teoría de los stakeholders direcciona a que la empresa tome decisiones y, de ser necesario sugiera cambios para cumplir con las expectativas de los grupos de interés. Es así que, el autor los clasifica de la siguiente manera:

- Se clasifican en primarios y secundarios. Los primarios incluyen a los propietarios, clientes, empleados y proveedores, los secundarios integran a todos los otros grupos interesados, como los medios masivos de comunicación, competidores, gobierno, el público y la sociedad.
- Otra clasificación que es muy utilizada se limita exclusivamente al ámbito de actuación de los grupos, los cuales se diferencian entre internos y externos, es decir, entre aquellos que están dentro o fuera de la organización. (p.36)

Sin embargo, el problema que versa en la presente investigación demuestra cómo la empresa se ha olvidado del sujeto, quizá más importante dentro de toda la cadena productiva, pues se debe tener en cuenta que a través de las decisiones que el consumidor asuma, se direccionarán los objetivos que la empresa deberá plantearse conforme a las nuevas tendencias que de estas surjan. De esta manera, si se adoptan medidas enmarcadas a la RSE desde la gestión empresarial, los ejes estratégicos que se deberán considerar se moldearán conforme a la respuesta favorable esperada.

3.2.1. Ausencia de análisis entre la Responsabilidad Social Empresarial y los derechos humanos de los consumidores que la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual no ha considerado en sus resoluciones durante el periodo 2014-2022

Ahora bien, en este apartado se expondrán las sanciones administrativas y medidas correctivas impuestas conforme a las infracciones normativas cometidas. De esta manera, podremos advertir la ausencia del análisis socialmente responsable que no se evaluó en las empresas.

En el primer caso, según la Resolución 1879-2014/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 086-2012/CC2 de fecha 09 de junio de 2014, se sancionó a la discoteca Asia Rok S.A.C. por haber desplegado prácticas discriminatorias en contra del señor Fabio Pérez al haberle restringido su ingreso a un evento privado sin justificación alguna.

En segunda instancia se confirmó la sanción impuesta por la Comisión correspondiente a una multa de 50 UIT.

Cabe resaltar que, la Sala tomó en consideración los artículos 110° y 112° para determinar la graduación de la sanción, pues en dichos artículos se hacen mención a los criterios de graduación de las sanciones administrativas, además de tener en cuenta las circunstancias atenuantes, agravantes entre otras, dependiendo de cada caso en particular.

En cuanto a las medidas correctivas, para el presente caso se determinó que la discoteca publique un aviso en donde informe al público en general que se encuentran prohibidas las prácticas discriminatorias bajo cualquier motivo. Además, se le ordenó abstenerse de dichas prácticas y capacitar a su personal para evitar cualquier conducta de dicho tipo.

Aquellas medidas no fueron apeladas, por lo tanto, se confirmaron en segunda instancia.

En el segundo caso, según la Resolución 1912-2016/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 198-2015/CC1 de fecha 30 de mayo de 2016, se sancionó a la Financiera UNO S.A. por haber desplegado prácticas discriminatorias en contra del señor José Alejandro Lobatón Méndez al haberle negado el acceso a una tarjeta de crédito, debido a que presentaba una discapacidad visual.

En segunda instancia se confirmaron dos medidas correctivas impuestas en primera instancia por la Comisión, las cuales consistían en capacitar a su personal y evitar el despliegue de actos discriminatorios.

En cuanto a la graduación de la sanción, la Sala confirmó la sanción impuesta por la Comisión al haber multado a la Financiera con 18 UIT teniendo en cuenta los criterios de graduación de las sanciones administrativas contenidas en el artículo 112° del Código, es decir, el daño resultado y naturaleza del perjuicio causado en cuanto a la afectación de la dignidad de

la persona; los efectos de la conducta infractora lo cual supone un impacto negativo en el resto de consumidores que poseen dicha discapacidad; y en cuanto a la atenuante se tuvieron en cuenta los expedientes crediticios de otros clientes con discapacidad, por lo que se concluyó que las prácticas discriminatorias constituían una actuación generalizada por parte del proveedor. También se tuvo en cuenta que la empresa procuró subsanar su conducta al atender su solicitud de otorgamiento de tarjeta de crédito.

Por otro lado, en el tercer caso, según la Resolución 0628-2018/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 03-2017/ILN-CPC-SIA de fecha 26 de marzo de 2018, se sancionó a Gourmet y Eventos “El Aguaje” S.A.C. al haberse acreditado que incurrió en actos discriminatorios por impedir el ingreso de consumidores a su local comercial debido a su condición de transgénero.

En segunda instancia se confirmó la resolución emitida por la Comisión en el extremo que ordenó a la empresa para que se apliquen las siguientes medidas correctivas, de conformidad con los artículos 114° y 115°: brindar capacitación a su personal con respecto a temas de discriminación, colocar un cartel por el plazo de un año calendario indicando que en dicho establecimiento se encuentran prohibidas las prácticas de discriminación y poner el libro de reclamaciones a disposición y solicitud de los consumidores.

En cuanto a la sanción impuesta, se confirmó la multa de 10 UIT teniendo en cuenta los criterios establecidos en el Código.

Con respecto al cuarto caso, según la Resolución 2145-2018/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 1143-2016/CC1 de fecha 22 de agosto de 2018, se sancionó a La Positiva Vida Seguros y Reaseguros S.A. por haber desplegado prácticas discriminatorias en contra del señor Javier Alexander Alfaro Banda, puesto que, se le había negado contratar un seguro de desgravamen sin causas objetivas y razonables, constituyendo un acto discriminatorio para el denunciante debido a su discapacidad física (paraplejía).

La Comisión en primera instancia ordenó como medida correctiva que la aseguradora evalúe la solicitud del seguro en un plazo no mayor de 15 días hábiles, contados a partir del día siguiente en que fue solicitada por el denunciante, sin embargo, en segunda instancia dicha

medida fue dejada sin efecto por el Colegiado, puesto que, a la fecha en que se resolvió el caso, se había perdido la opción de acceder al producto financiero.

Por otro lado, en segunda instancia se confirmó la sanción impuesta, en donde se multó con 20 UIT a la denunciada teniendo en cuenta los criterios establecidos en el artículo 112° del Código, es decir, el daño resultante y naturaleza del perjuicio causado, al haber afectado el derecho a la igualdad del denunciante; los efectos en el mercado, pues aquel trato diferenciado sin razones objetivas y razonables genera un daño en la credibilidad y confianza en el sistema para la satisfacción de las necesidades de los consumidores; y otros criterios considerados como que la naturaleza de los seguros de desgravamen es distinta a otros pronunciamientos en donde se cometen actos discriminatorios.

Ahora bien, en el quinto caso, según la Resolución 2037-2020/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 1004-2019/CC1 de fecha 05 de noviembre de 2020, se sancionó al Banco BBVA Perú S.A. por haber incurrido en actos discriminatorios contra la denunciante Juliana Hartz debido a su origen y procedencia.

En segunda instancia, el Colegiado confirmó la sanción impuesta por la Comisión, en la cual se multó al Banco con 30 UIT considerando los criterios establecidos en el Código y mencionados anteriormente.

Además, ordenó el cumplimiento de las medidas correctivas impuestas en primera instancia. Una de ellas establecía que, si en caso la denunciada decidiera presentar una nueva solicitud, se evalúe de manera objetiva. La otra medida correctiva establecía que el banco se limite de rechazar solicitudes sin que medien razones objetivas para su justificación.

En el sexto caso, según la Resolución 0175-2021/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 185-2019/CPC-INDECOPI-JUN de fecha 26 de enero de 2021, se sancionó a la Caja Rural de Ahorro y Crédito Cencosud Scotia Perú S.A., al haberse acreditado que incurrió en un trato discriminatorio contra el denunciante, pues le solicitó indebidamente la presencia de una tercera persona (curador) para la entrega de una tarjeta de crédito previamente ofrecida, aun cuando la instrucción de la empresa resultó ser contraria a la normativa vigente.

En segunda instancia, se confirmó la sanción (multa de 25 UIT), el pago de costas y costos del procedimiento, y las medidas correctivas establecidas por la Comisión, adicionándose como medida correctiva complementaria que, la Caja cumpla con dejar de solicitar a las personas con discapacidad (física o mental) la presencia de una tercera persona (curador) para la contratación y/o entrega de productos financieros, además deberá modificar sus procedimientos según lo dispuesto por la normativa vigente respecto a las personas con discapacidad.

Asimismo, las medidas correctivas confirmadas consistían en capacitar al personal sobre temas de prevención de discriminación y colocar un cartel en el establecimiento en donde se evidenciara la prohibición de cometer actos de discriminación en dicho local.

Finalmente, en el séptimo caso, según la Resolución 0077-2022/SPC-INDECOPI recaída en el Expediente 0026-2021/CC2 de fecha 17 de enero de 2022, se sancionó a Hipermercados Tottus S.A. en tanto quedó acreditado que discriminó a la parte denunciante, al negarle el ingreso a la Hiperbodega Precio Uno debido a su identidad de género.

En segunda instancia, se confirmaron las siguientes medidas correctivas: remitir una carta de disculpas a la parte afectada y brindar una capacitación al personal con respecto al cese de las prácticas discriminatorias, involucrando también a los directivos, asimismo, en calidad de medida correctiva complementaria, la empresa deberá colocar de forma permanente un cartel en un lugar visible al público con un mensaje que haga referencia a la prohibición de prácticas discriminatorias.

En cuanto a la sanción aplicable, se dispuso que la Comisión emita un nuevo pronunciamiento, fundamentando debidamente la graduación de la sanción a imponer.

Por lo tanto, después de haber expuesto las medidas correctivas y sanciones impuestas, se pudo evidenciar la ausencia de reconocimiento en materia de RSE que no se les atribuyó a las denunciadas, pues si estas hubieran implementado un plan estratégico en la medida que se reconocían los problemas suscitados con los consumidores, se habría planteado un mecanismo de seguimiento que pueda evidenciar la corrección de dichos inconvenientes y así, evitar que los actos infractores continúen cometiéndose.

3.2.2. Propuesta de Directrices vinculadas a la Responsabilidad Social Empresarial que la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual podría establecer para la evaluación en los temas de protección al consumidor

La protección que tienen los derechos humanos se ha evidenciado, no solamente, dentro de la legislación nacional vigente, pues también existen instrumentos jurídicos internacionales que han sido ratificados por nuestro Estado peruano. Además, el alcance constitucional e internacional no ha sido el único nivel de relevancia que se le ha atribuido al efectivo cumplimiento de los derechos humanos, puesto que, tal como constan en las resoluciones analizadas, éstos también han sido incorporados dentro del Código; es por ello que, el grado de protección que se le reconoce a los derechos humanos de todas las personas en general se encuentra debidamente reconocido en las distintas ramas del derecho, ya sea en materia civil, familiar, laboral, penal, etc.

Sin embargo, la cuestión se direcciona en el extremo de cuál será la importancia que tome la RSE si ya existen normas que brinden protección a los derechos humanos. Lo cierto es que, a pesar de las innumerables normas que abundan en nuestra legislación, continuamos apreciando una vulneración por parte del sector privado hacia los derechos humanos; por ello, al escapar su posición de la esfera jurídica, es preciso destacar la labor ética que los empresarios deberán adquirir para hacer frente a los conflictos en los que su empresa se vea involucrada. De esta manera, la RSE nos revelará cuáles son las acciones que se deberán llevar a cabo desde la gestión empresarial.

Asimismo, encontramos a las siguientes empresas europeas que han adoptado a la RSE:

1. Gas Natural Fenosa ha incorporado un Código Ético, una Política en materia de Responsabilidad Corporativa y de Derechos Humanos, bajo los cuales se evidencia su compromiso asumido, pues se establecieron diez principios que guían la actuación de la compañía a partir de la identificación de 33 riesgos.
2. Nestlé España publicó un documento denominado “Derechos laborales en las cadenas de suministro agrícola: una hoja de ruta” mediante el cual les permitió

centrar sus esfuerzos de actuación después de identificar niveles de riesgo laborales en once países de los cuales obtienen doce materias primas prioritarias.

3. Enagás cuenta con un Código Ético, Políticas Corporativas y sigue las recomendaciones recogidas en los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos. Además, ejerce sus líneas de actuación en materia de Derechos Humanos al realizar evaluaciones de riesgos e impactos a nivel global, lo que denomina mapa de riesgos corporativo, y las evaluaciones de ámbitos específicos.
4. El Grupo “El Corte Inglés” firmó un acuerdo de colaboración con UNICEF Comité Español, mediante el cual se convierte en el primer distribuidor español en incorporar los Derechos del Niño y Principios Empresariales en sus políticas corporativas. Además de reforzar las pautas y acciones necesarias para prevenir y eliminar el trabajo infantil en países de riesgo, los principios subrayan la diversidad de formas en que las empresas afectan a los menores. Esto incluye el impacto de todas sus operaciones empresariales: sus productos, servicios, métodos de marketing y prácticas de distribución, así como sus relaciones con los gobiernos nacionales y locales, y su inversión en comunidades locales.

A continuación, se expondrán las directrices sobre RSE conforme a los aspectos que la Sala no tomó en consideración y que podría establecer a futuro, con la finalidad de fomentar una cultura socialmente responsable entre las empresas.

Directrices sobre RSE

1.- Política de Responsabilidad Social Empresarial

Deberá ser difundida en todas las áreas en las que se vea involucrada el accionar empresarial, sobre todo, teniendo en cuenta la repercusión que tiene sobre los derechos de los grupos de interés que les atañe, en especial en los consumidores.

2.- Procedimiento de evaluación y prevención

Las empresas deberán identificar las consecuencias negativas que involucraron una vulneración a los derechos humanos de los consumidores, de esta manera se podrá remediar lo ocurrido y esquematizar un plan de desarrollo de prevención frente a futuros problemas que se lograrán evitar, aquello se realizará cada cierto período de tiempo y conforme al desarrollo empresarial que va surgiendo.

3.- Mesa de diálogo

Como medida de prevención y restauración, el consumidor perjudicado y el proveedor deberán llevar a cabo una mesa de diálogo en donde se expondrán las medidas adoptadas por parte del proveedor para responder frente a lo cometido, de esta manera, el consumidor evaluará y propondrá nuevas medidas, de ser necesario, para que la vulneración hacia los derechos fundamentales no ocurra con futuros clientes.

4.- Plan estratégico basado en la Responsabilidad social empresarial

Toda organización implementará un plan estratégico basado en la RSE estableciendo objetivos a corto y largo plazo, por lo tanto, para su adopción deberá realizar las modificaciones pertinentes desde su gestión empresarial teniendo en cuenta sus experiencias y las tendencias actuales, con el fin de contribuir con el sujeto que mayor valor ejerce en el encauce de sus decisiones, es decir, el consumidor.

Cabe resaltar que la adopción de medidas basadas en el cumplimiento empresarial socialmente responsable podría implicar la variación en sus costos, pero también podría evitar un perjuicio a largo plazo, contribuyendo con la imagen corporativa que represente dentro del mercado. Asimismo, se dispondrá que el cumplimiento de cada objetivo deberá ser trasladado con las evidencias pertinentes hacia el INDECOPI para su control y vigilancia permanente.

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial es un término que empezó a tomar relevancia desde su origen en los años ochenta del siglo XX, debido al creciente desarrollo empresarial que empezó a repercutir en el mercado, de esta manera, los consumidores exigieron una mayor aportación por parte del sector empresarial, puesto que, su actuación resultaba lucrativa y, por lo tanto, debía contribuir con la sociedad y los grupos de interés en quienes influía.

Sin embargo, gran parte del sector empresarial presentó una conducta que implicaba la vulneración de los derechos humanos de los consumidores, como prueba de ello, del análisis realizado de las resoluciones emitidas por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal de Defensa de la Competencia, y de la Propiedad Intelectual durante el período 2014-2022 se evidenció la vulneración por parte del sector empresarial del derecho a la igualdad de los consumidores debido a las prácticas discriminatorias que sus actividades comerciales desplegaron en su contra, trayendo como consecuencia la imposición de multas y medidas correctivas, en donde se evidenció la ausencia de reconocimiento en materia de RSE, la cual podría determinarse como una alternativa eficaz para la protección de los derechos humanos de los consumidores al ser implementada desde la gestión empresarial.

Por lo tanto, mediante la propuesta de directrices, se establecieron parámetros que no fueron considerados por el Colegiado y que podrían servir como referencia para futuros pronunciamientos en materia de discriminación hacia los consumidores, pues a través de su aplicación se conduciría al sector privado hacia una reforma a nivel de su gestión para promover dicha figura logrando la protección de los grupos de interés.

Recomendaciones

Para poder otorgarle un vínculo jurídico a la RSE y que a su vez mantenga un atributo de obligatoriedad, esta deberá ser promovida a través de una ley, cuya aplicación deberá ser vigilada por parte del INDECOPI. Asimismo, dicha institución realizará labores de inspección para lograr el efectivo cumplimiento de la ley, de esta manera, cada empresa deberá plantear objetivos que ayuden a prevenir y compensar los problemas ocasionados que tengan relación con la vulneración de los derechos fundamentales de los consumidores. Además, se sancionará cada conducta que contravenga con la ley de RSE.

Referencias

- Acevedo, J. & Piñeros R. (2019). *Evolución del reporte en sostenibilidad en Latinoamérica bajo los lineamientos del GRI* (Global Reporting Initiative). *Revista Signos*, 11(2), 63-82.
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/signos/article/view/5082/pdf>
- Aguilar, M. (s.f.). *Las tres generaciones de los derechos humanos*. <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/derechos-humanos-emx/article/view/5117/4490>
- Arévalo, M. & Escobar, S. (2018). *La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones*. *La responsabilidad social empresarial: concepto, teorías y dimensiones*. Uniandes EPISTEME. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 5, 604-619. <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/1508/741>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme. <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Ariel, F. (2018). *La responsabilidad social empresarial como herramienta para ampliar la protección de los consumidores*. (Tesis de pre-grado, Universidad Siglo 21, Colombia). <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/15875>

Bour, E. (2012). *Responsabilidad social de la empresa. Análisis del concepto. Estudios Económicos*, 29(59),1-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5318733>

Bravo, M., Rivillas, D. & Rojas, A. (2017). *Responsabilidad social, un desafío organizacional: un análisis de enfoques y modelos de implementación.*
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/69382>

Business empresarial (s.f.). *Volvo Group Perú obtiene Distintivo Empresa Socialmente Responsable por Perú 2021.* <https://www.businessempresarial.com.pe/volvo-group-peru-obtiene-distintivo-empresa-socialmente-responsable-por-peru-2021/>

Coha Paredes, H. S. (2018). *Análisis jurídico descriptivo de la responsabilidad social empresarial desde sus ámbitos de actuación en el Perú.* (Tesis de pre-grado, Universidad Nacional de San Agustín).
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7233>

CONFIEP (s.f.). *Comité Nacional de Empresas y Derechos Humanos.* Recuperado de <https://www.confiep.org.pe/quienes-somos-2/comites/comite-derechos-humanos/>

Constitución Política del Perú (1993). Recuperado de <http://www.congreso.gob.pe/Docs/files/documentos/constitucionparte1993-12-09-2017.pdf>

- Durand, J. (2019). *Aproximación a una teoría de los derechos humanos del consumidor en el mercado global y su tratamiento en el derecho constitucional peruano*. Revista Prolegómenos, 22(44), 117-142. <https://doi.org/10.18359/prole.3960>
- Forética (2012). *Planes de Acción de RSE de gobiernos europeos: Comparativa y recomendaciones de Forética para el Plan Nacional de Acción de RSE de España*. <https://www.compromisorse.com/upload/estudios/000/195/informeplanesrseforetica.pdf>
- Garrido, M. (2017). *La responsabilidad social empresarial*. <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/responsabilidad-social-empresarial-708204605>
- Gestión (2019). *Solo el 5% de las empresas peruanas aplican gestiones de Responsabilidad Social*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/5-empresas-peruanas-aplican-gestiones-responsabilidad-social-258214-noticia/>
- González, C. (2009). *La responsabilidad empresarial y los derechos humanos*. <https://www.indepaz.org.co/responsabilidad-empresarial-y-derechos-humanos/>
- González, J. (2018). *Los grupos de interés y su importancia en la propuesta de valor de las empresas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6381236>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2015). *Discriminación en el consumo y trato diferenciado ilícito*. <https://repositorio.indecopi.gob.pe/handle/11724/4973>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual

(2019). *Lineamientos sobre protección al consumidor*. <https://www.indecopi.gob.pe/-/lineamientos-sobre-proteccion-al-consumidor>

Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México de la UNAM (2015).

Concepto de los derechos del consumidor. Instituto de Investigaciones Jurídicas.

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/9/4021/5.pdf>

Jarrosay, A. & Valverde, L. (2011). *Los derechos del consumidor*. *Análisis teórico doctrinal*.

Aletheia, Cuadernos Críticos del Derecho, 01 (2011), 156-174.

<http://www.liberlex.com/archivos/consumidorescb.pdf>

Kingo, L. (s.f.). *El pacto mundial de la ONU: La búsqueda de soluciones para retos globales*.

Recuperado de <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos>

[globales#:~:text=El%20Pacto%20Mundial%20de%20las,forma%20que%20avanc en%20l os%20objetivos](https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales#:~:text=El%20Pacto%20Mundial%20de%20las,forma%20que%20avanc en%20l os%20objetivos)

Landa, C. (2017). *Los derechos fundamentales*. Fondo editorial.

Mattos Mena, G. A. (2018). *Análisis de la deducción de los gastos por responsabilidad social*

empresarial. (Tesis de pre-grado, Universidad de Piura).

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3675/DER_126.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Mercado, N. & Torres, E. (2020). *La situación regulatoria del derecho respecto a la responsabilidad social empresarial en el Perú*. (Tesis de pre-grado, Universidad Católica San Pablo).

https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16885/1/MERCADO_RIOS_NAY_RES.pdf

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (s.f.). *Sistema de Protección de DD. HH*. Recuperado de <https://www.minjus.gob.pe/sistema-de-proteccion-de-dd-hh/#res2>

Montañez, G. & Gutiérrez, S. (2015). *La responsabilidad social empresarial desde el enfoque de los grupos de interés*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=652147>

Naciones Unidas (s.f.). *Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos*.

https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinessshr_sp.pdf

Norma internacional ISO 26000 (2010). *Guía de responsabilidad social*.

<https://www.globalstd.com/pdf/rs-iso26000-2010.pdf>

OCDE (2013). *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202436-es>

Orozco, L. & Arboleda, W. (2018). *Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial (RSE): Un panorama integrador desde lo ambiental, social, tecnológico y económico*.

Una ciencia Revista de Estudios e Investigaciones, 11(20), 22-26.
<https://doi.org/10.35997/runacv11n20a4>

Prado Huayanay, R. K. (2018). *La aplicación del concepto de discriminación en el consumo en el Perú: los casos de Indecopi y del Tribunal Constitucional*. (Tesis de segunda especialidad, Pontificia Universidad Católica del Perú).
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13921/PRADO_HUAYANAY_LA_APLICACION_DEL_CONCEPTO_DE_DISCRIMINACION_EN_EL_CONSUMO_EN_EL_PERU.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Perú Responsable (s.f.). *Programa nacional de promoción de la responsabilidad social empresarial - Perú responsable*. Recuperado de
http://www.trabajo.gob.pe/PERU_RESPONSABLE/index.html

Robles Olivos, A. I. (2018). *El derecho de los consumidores a la información sobre los impactos negativos y las prácticas de responsabilidad social empresarial asociadas a los productos y servicios que se ofrecen en el mercado*. (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú).
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12745>

Santamaría, J. (2020). *La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina*. (Tesis de pregrado, Universidad del Rosario).
<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/24501>

Serna, M. (s.f.). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial y su aceptación en las Empresas Mexicana en las Empresas Mexicana.*

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2501/11.pdf>

Scade, J. (2012). *Responsabilidad social y sostenibilidad empresarial. Escuela de Organización Industrial.*

<https://www.uandina.edu.pe/descargas/investigacion/ayuda/eoi-responsabilidad-social-2012.pdf>

Solís, B. (2010). *Evolución de los derechos humanos.* Instituto de Investigaciones Jurídicas.

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3100/9.pdf>

Tambussi, C. (2014). *Los derechos de usuarios y consumidores son Derechos Humanos.* Lex – Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política, 12(13), 89- 112.

<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i13.38>

Zamudio, M. (2018). *Global Reporting Initiative (GRI): el lenguaje universal de la sostenibilidad.* Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/global-reporting-initiative-gri-el-lenguaje-universal-de-la-sostenibilidad>