



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

TRABAJO DE INVESTIGACION SOBRE DERECHO DEL CONSUMIDOR-CLIENTE.

CANALES DE DIFUSION ACTUAL

Martínez Gómez, Alberta Noelia

Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad del Sol. Asunción. Paraguay

martinezgomeznoelia@gmail.com

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo conocer los derechos del consumidor y los canales de difusión actuales utilizados por los usuarios de la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario (SEDECO) en Asunción, durante el año 2021. Se empleó una metodología descriptiva-cuantitativa con un diseño cuantitativo, que permitió obtener conclusiones a partir de estadísticas basadas en cálculos y números. La población de estudio estuvo conformada por ciudadanos de Asunción, seleccionando una muestra aleatoria simple para la recolección de datos. El principal instrumento utilizado fue una encuesta semi estructurada, con preguntas que exploraban el conocimiento de los derechos consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, y los lugares a los que los ciudadanos acudirían para hacer valer dichos derechos. El análisis se llevó a cabo mediante un enfoque temático, categorizando los datos por edad, género, nivel educativo y ocupación, lo que permitió obtener una visión clara sobre el nivel de conocimiento de la población respecto a sus derechos como consumidores. Entre los principales resultados, se destacó que un 65% de los encuestados conoce parcialmente sus derechos como consumidores, mientras que el 35% restante tiene escaso conocimiento al respecto. Además, se observó que los ciudadanos de mayor nivel educativo y ocupación formal presentaron mayor conocimiento de sus derechos. En cuanto a los canales de difusión, los más utilizados fueron las redes sociales y los medios digitales. En conclusión, a pesar de que una parte significativa de la población está familiarizada con sus derechos, se identificó la necesidad de mejorar la difusión y accesibilidad de la información, especialmente para los sectores con menor educación formal, con el fin de garantizar el acceso igualitario a la defensa de los derechos del consumidor.

Palabras claves: Canales de difusión. Consumidor. Cliente.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

ABSTRACT

The objective of the research was to understand consumer rights and the current dissemination channels used by users of the Secretariat for the Defense of Consumers and Users (SEDECO) in Asunción, during 2021. A descriptive-quantitative methodology was used with a quantitative design, which allowed conclusions to be drawn from statistics based on calculations and numbers. The study population consisted of citizens of Asunción, selecting a simple random sample for data collection. The main instrument used was a semi-structured survey, with questions that explored knowledge of the rights enshrined in the Organic Law for the Defense of Consumers, and the places where citizens would go to assert said rights. The analysis was carried out using a thematic approach, categorizing the data by age, gender, educational level and occupation, which allowed obtaining a clear view of the level of knowledge of the population regarding their rights as consumers. Among the main results, it was highlighted that 65% of the respondents are partially aware of their rights as consumers, while the remaining 35% have little knowledge in this regard. In addition, it was observed that citizens with a higher level of education and formal occupation were more aware of their rights. Regarding the dissemination channels, the most used were social networks and digital media. In conclusion, despite the fact that a significant part of the population is familiar with their rights, the need to improve the dissemination and accessibility of information was identified, especially for sectors with less formal education, in order to guarantee equal access to the defense of consumer rights.

Keywords: Dissemination channels. Consumer. Client.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación, pretende examinar el rol de la entidad responsable en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, explorando métodos alternativos de resolución de conflictos y proponiendo mejoras en los procesos implementados por esta institución.

Además, se enfoca en demostrar el impacto económico que tiene la regulación en defensa del consumidor, así como en evidenciar la falta de una protección efectiva de estos derechos. Se argumenta que la figura de la acción colectiva, aunque está prevista en la legislación paraguaya— incluyendo la Constitución Nacional (artículos 38 e intereses difusos y 134 de amparo) y la Ley de Defensa del Consumidor (artículo 433)—resulta en la práctica inviable para la protección de los consumidores, debido a la ausencia de mecanismos claros que permitan hacer efectivos estos derechos de manera oportuna y con un alcance adecuado para todos los afectados. Esto obstaculiza el acceso a la justicia en esta área, un objetivo largamente buscado que, de lograrse, beneficiaría tanto a los consumidores como a la economía en general.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la difusión actual del Derecho de acceso al conocimiento en materia de consumo y diseñar un sistema de difusión mejorado.

Este estudio también incluye un análisis de casos dentro del ámbito del derecho del consumidor, evaluando las causas de la limitada aplicación judicial de las normas de defensa del consumidor y destacando las ventajas del procedimiento administrativo llevado a cabo ante la



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

Secretaría de Defensa del Consumidor del Paraguay (SEDECO). Mediante una estrategia de difusión efectiva, SEDECO busca fomentar una cultura de reclamo entre la ciudadanía, fortaleciendo a las organizaciones de la sociedad civil e incentivando la incorporación de los derechos del consumidor en sus áreas de actuación.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

El tipo de investigación fue descriptiva-cuantitativa, para obtener conclusiones de estadísticas que ayudó a recopilar información para la investigación, basados en el cálculo y los números.

Según Arias (2006), la investigación descriptiva tiene como objetivo fundamental la caracterización de un fenómeno, situación o grupo en un momento y lugar específicos.

Según Sampieri et al. (2018), el enfoque cuantitativo de investigación se caracteriza por su énfasis en la medición objetiva y el análisis de datos numéricos para comprender fenómenos. Este enfoque se basa en la recolección de datos estructurados, utilizando instrumentos como encuestas o cuestionarios, y busca probar hipótesis mediante el análisis estadístico.

La población de estudio estuvo compuesta por ciudadanos de la ciudad de Asunción, durante 2021. Se seleccionó una muestra aleatoria simple de la población total.

Esta selección permitió captar una amplia gama de experiencias y perspectivas sobre el Derecho del consumidor-cliente y los canales de difusión actual.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

Para la recolección de datos, se utilizaron encuestas semi estructuradas como el principal instrumento. Las encuestas se diseñaron teniendo en cuenta las variables, a fin de compararlas e identificar entre las mismas, a partir de ese punto pronosticar los resultados, las encuestas se realizaron de manera presencial, dependiendo de la disponibilidad y preferencia de los participantes.

El análisis de datos se realizó mediante un enfoque de análisis temático, el cual consistió en identificar y categorizar por grupo de edad, por género, nivel de educación, ocupación actual, por conocimiento de los derechos consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, mencionando los que conozcan, de igual manera, donde recurrir en caso de reclamar sus derechos como consumidor garantizados en la Constitución Nacional

Se garantizó la confidencialidad de los participantes y la anonimizarían de los datos recolectados, antes de participar en la investigación, se les explicó el propósito del estudio, su voluntariedad para participar, y su derecho a retirarse en cualquier momento sin repercusiones. Además, se aseguró que los datos obtenidos serían utilizados únicamente con fines de investigación y que no se compartirían con terceros sin el permiso explícito de los participantes.

3. RESULTADOS

En cuanto al primer objetivo Identificar el nivel de conocimiento de los ciudadanos de Asunción sobre los derechos del consumidor consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Los resultados del estudio revelaron que el 65% de los ciudadanos de Asunción



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

encuestados tiene un conocimiento parcial sobre los derechos del consumidor consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Este grupo reconoció derechos básicos como la garantía de productos y servicios, el acceso a información veraz y la posibilidad de presentar reclamos en caso de incumplimientos. Sin embargo, menos del 40% de este mismo grupo pudo mencionar derechos más específicos, como la protección frente a prácticas comerciales abusivas o el derecho a la reparación integral de daños.

Por otro lado, el 35% restante de los encuestados mostró un conocimiento limitado o nulo de sus derechos como consumidores. Este sector de la población, compuesto en su mayoría por personas de menor nivel educativo y ocupación informal, desconocía aspectos fundamentales de la ley y no sabía cómo ni dónde ejercer sus derechos en caso de reclamaciones. Este hallazgo subraya la necesidad de implementar estrategias de difusión más efectivas para garantizar que toda la ciudadanía tenga acceso a esta información.

Con respecto al segundo objetivo Analizar los canales de difusión utilizados por los usuarios de SEDECO para informarse sobre sus derechos como consumidores. En relación con el análisis de los canales de difusión, los resultados mostraron que el 70% de los usuarios de SEDECO en Asunción se informan sobre sus derechos como consumidores principalmente a través de redes sociales y medios digitales, como el sitio web oficial de SEDECO y plataformas como Facebook e Instagram. Estos canales son percibidos como accesibles y actualizados, especialmente entre la población joven y con un nivel educativo medio-alto. Los usuarios destacaron la rapidez



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

con la que obtienen información y la posibilidad de interactuar directamente con la institución para resolver dudas o presentar reclamos.

Sin embargo, un 30% de los encuestados, en su mayoría personas mayores de 50 años o con menor acceso a tecnología, señaló que no utiliza estos medios digitales y prefiere canales más tradicionales, como la televisión y la radio. Este grupo indicó que rara vez recibe información específica sobre los derechos del consumidor a través de estos medios, lo que evidencia una brecha en la difusión de información entre distintos segmentos de la población, particularmente aquellos con menos acceso a tecnología digital.

Con respecto al tercer objetivo Examinar la relación entre las características sociodemográficas de los usuarios (edad, género, nivel educativo, ocupación) y su conocimiento de los derechos del consumidor y los canales de difusión utilizados. Los resultados mostraron una relación clara entre las características sociodemográficas de los usuarios y su conocimiento de los derechos del consumidor. Los ciudadanos con mayor nivel educativo y empleos formales demostraron un conocimiento más amplio y preciso de sus derechos. En este grupo, compuesto principalmente por personas entre 25 y 45 años, el 80% pudo identificar varios derechos consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y sabían a dónde acudir en caso de reclamaciones. Además, este segmento utiliza principalmente redes sociales y medios digitales para informarse, lo que sugiere una preferencia por canales más modernos y accesibles.

Por otro lado, las personas mayores de 50 años, con menor nivel educativo o en situación de empleo informal, presentaron un menor conocimiento sobre sus derechos. Solo el 40% de este



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

grupo pudo mencionar algún derecho de forma correcta, y la mayoría no sabía qué procedimientos seguir para ejercerlos. En cuanto a los canales de difusión, prefieren medios tradicionales como la televisión o la radio, pero manifestaron que reciben poca o ninguna información específica sobre derechos del consumidor a través de esos medios. Estos resultados subrayan una diferencia significativa en el acceso y comprensión de la información entre los distintos grupos sociodemográficos.

Finalmente, el objetivo general conocer los derechos del consumidor y los canales de difusión actuales utilizados por los usuarios de la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario (SEDECO) en Asunción, durante el año 2021. Los resultados del estudio indicaron que, en general, los ciudadanos de Asunción tienen un conocimiento parcial sobre sus derechos como consumidores, con un 65% que identifica algunos derechos básicos, pero un 35% con un entendimiento limitado o nulo. Los canales de difusión más utilizados para informarse fueron las redes sociales y medios digitales, especialmente entre los jóvenes y personas con mayor nivel educativo. Sin embargo, las personas mayores o con menos acceso a tecnología prefieren medios tradicionales, aunque reciben poca información específica a través de ellos. Estos hallazgos subrayan la necesidad de mejorar la difusión en medios tradicionales y digitales para garantizar que todos los ciudadanos puedan acceder a información clara sobre sus derechos.



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

4. CONCLUSIONES

En cuanto al primer objetivo Identificar el nivel de conocimiento de los ciudadanos de Asunción sobre los derechos del consumidor consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Los resultados del estudio revelaron que el 65% de los ciudadanos de Asunción encuestados tiene un conocimiento parcial sobre los derechos del consumidor consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Este grupo reconoció derechos básicos como la garantía de productos y servicios, el acceso a información veraz y la posibilidad de presentar reclamos en caso de incumplimientos. Sin embargo, menos del 40% de este mismo grupo pudo mencionar derechos más específicos, como la protección frente a prácticas comerciales abusivas o el derecho a la reparación integral de daños.

Por otro lado, el 35% restante de los encuestados mostró un conocimiento limitado o nulo de sus derechos como consumidores. Este sector de la población, compuesto en su mayoría por personas de menor nivel educativo y ocupación informal, desconocía aspectos fundamentales de la ley y no sabía cómo ni dónde ejercer sus derechos en caso de reclamaciones. Este hallazgo subraya la necesidad de implementar estrategias de difusión más efectivas para garantizar que toda la ciudadanía tenga acceso a esta información.

Con respecto al segundo objetivo Analizar los canales de difusión utilizados por los usuarios de SEDECO para informarse sobre sus derechos como consumidores. En relación con el análisis de los canales de difusión, los resultados mostraron que el 70% de los usuarios de SEDECO en Asunción se informan sobre sus derechos como consumidores principalmente a través



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

de redes sociales y medios digitales, como el sitio web oficial de SEDECO y plataformas como Facebook e Instagram. Estos canales son percibidos como accesibles y actualizados, especialmente entre la población joven y con un nivel educativo medio-alto. Los usuarios destacaron la rapidez con la que obtienen información y la posibilidad de interactuar directamente con la institución para resolver dudas o presentar reclamos.

Sin embargo, un 30% de los encuestados, en su mayoría personas mayores de 50 años o con menor acceso a tecnología, señaló que no utiliza estos medios digitales y prefiere canales más tradicionales, como la televisión y la radio. Este grupo indicó que rara vez recibe información específica sobre los derechos del consumidor a través de estos medios, lo que evidencia una brecha en la difusión de información entre distintos segmentos de la población, particularmente aquellos con menos acceso a tecnología digital.

Con respecto al tercer objetivo Examinar la relación entre las características sociodemográficas de los usuarios (edad, género, nivel educativo, ocupación) y su conocimiento de los derechos del consumidor y los canales de difusión utilizados. Los resultados mostraron una relación clara entre las características sociodemográficas de los usuarios y su conocimiento de los derechos del consumidor. Los ciudadanos con mayor nivel educativo y empleos formales demostraron un conocimiento más amplio y preciso de sus derechos. En este grupo, compuesto principalmente por personas entre 25 y 45 años, el 80% pudo identificar varios derechos consagrados en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y sabían a dónde acudir en caso de



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

reclamaciones. Además, este segmento utiliza principalmente redes sociales y medios digitales para informarse, lo que sugiere una preferencia por canales más modernos y accesibles.

Por otro lado, las personas mayores de 50 años, con menor nivel educativo o en situación de empleo informal, presentaron un menor conocimiento sobre sus derechos. Solo el 40% de este grupo pudo mencionar algún derecho de forma correcta, y la mayoría no sabía qué procedimientos seguir para ejercerlos. En cuanto a los canales de difusión, prefieren medios tradicionales como la televisión o la radio, pero manifestaron que reciben poca o ninguna información específica sobre derechos del consumidor a través de esos medios. Estos resultados subrayan una diferencia significativa en el acceso y comprensión de la información entre los distintos grupos sociodemográficos.

Finalmente, el objetivo general conocer los derechos del consumidor y los canales de difusión actuales utilizados por los usuarios de la Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario (SEDECO) en Asunción, durante el año 2021. Los resultados del estudio indicaron que, en general, los ciudadanos de Asunción tienen un conocimiento parcial sobre sus derechos como consumidores, con un 65% que identifica algunos derechos básicos, pero un 35% con un entendimiento limitado o nulo. Los canales de difusión más utilizados para informarse fueron las redes sociales y medios digitales, especialmente entre los jóvenes y personas con mayor nivel educativo. Sin embargo, las personas mayores o con menos acceso a tecnología prefieren medios tradicionales, aunque reciben poca información específica a través de ellos. Estos hallazgos



UNIVERSIDAD DEL SOL

Creada por Ley N° 4263

Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución N° 10/2010

subrayan la necesidad de mejorar la difusión en medios tradicionales y digitales para garantizar que todos los ciudadanos puedan acceder a información clara sobre sus derechos.

5. BIBLIOGRAFÍA

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (5.^a ed.).

Episteme.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2018). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.).

McGraw-Hill.