

FACULTAD DE DERECHO

Escuela Académico Profesional de Derecho

Tesis

**Implementación de un programa de compliance
empresarial en la Universidad Continental y su impacto
en la práctica de prevención de sanciones en materia
de protección al consumidor**

Jorge Luis Poma Yance

Para optar el Título Profesional de
Abogado

Huancayo, 2020

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Dr. Armando Rafael Prieto Hormaza

Dedicatoria

A mis padres, quienes con su incansable esfuerzo me han apoyado y educado toda mi vida, es a ellos a quienes les debo todo.

Agradecimientos

A mis profesores quienes a través de los años me han formado en leyes y principios, al Dr. Armando Prieto Hormaza, quien ha guiado y asesorado el presente trabajo de principio a fin, inculcándome a innovar la práctica jurídica con conceptos actuales y modernos.

Índice

Asesor	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimientos	4
Índice	5
Índice de tablas	8
Índice de figuras.....	11
Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción	14
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO	16
1.1. Descripción del Problema	16
1.2. Planteamiento del Problema.....	19
1.2.1. Problema general	19
1.2.2. Problemas específicos.....	19
1.3. Objetivo.....	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.3.2. Objetivos Específicos	20
1.4. Justificación e Importancia	21
1.4.1. En el aspecto teórico.....	21
1.4.2. En el aspecto metodológico	22
1.4.3. En el aspecto jurídico	22
1.4.4. En el aspecto social.....	23
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	24
2.1. Antecedentes de la investigación	24
2.1.1. Internacionales.....	24
2.1.2. Nacionales	31

2.2. Bases Teóricas.....	34
2.2.1. Cumplimiento normativo.....	34
2.2.1.1. Programa de cumplimiento	35
2.2.1.2. Teorías de cumplimiento normativo	36
2.2.1.3. Cumplimiento normativo como cultura organizacional	43
2.2.2. Protección del consumidor	44
2.2.2.1. Especificaciones que la organización debe considerar en materia de protección al consumidor	45
2.2.3. Compliance y protección del consumidor	46
2.3. Definición de Términos	48
CAPÍTULO III HIPÓTESIS.....	50
3.1. Hipótesis y Descripción de Variables	50
3.1.1. Hipótesis general	50
3.1.2. Hipótesis específicas.....	50
3.2. Descripción de las Variables.....	51
3.2.1. Definición operacional del Compliance	51
3.2.2. Definición operacional de sanciones en materia de protección al consumidor	51
3.2.3. Definición conceptual.....	51
3.2.3.1. Definición conceptual de Compliance	51
3.2.3.2. Definición conceptual sanciones en materia de protección al consumidor	52
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA	55
4.1. Método de Investigación	55
4.2. Tipo de Investigación.....	56
4.3. Nivel de Investigación	56
4.4. Diseño de Investigación	56
4.5. Población y muestra	57
4.5.1. Población	57
4.5.2. Muestra	57
4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	57
4.7. Técnicas de Procesamiento de Datos	58
CAPÍTULO V RESULTADOS.....	59

5.1. Análisis Descriptivo	59
5.1.1. Descripción del instrumento.....	59
5.1.2. Descripción de las dimensiones y variables	77
5.2. Análisis Estadístico	82
5.2.1. Hipótesis específica 1	82
5.2.2. Hipótesis específica 2	85
5.2.3. Hipótesis específica 3	87
5.2.4. Hipótesis específica 4	90
5.2.5. Hipótesis específica 5	93
5.2.6. Hipótesis específica 6	95
5.2.7. Hipótesis general	98
CAPÍTULO VI DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	101
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES.....	107
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
APÉNDICES	114
Apéndice 1: Matriz de consistencia.....	115
Apéndice 2: Instrumento	117
Apéndice 3: Plan de implementación del Programa Compliance Administrativo	120
Apéndice 4: Informe de Capacitación al centro de atención al Usuario de la Universidad Continental	154
Apéndice 5: Compliance empresarial PPTs	157
Apéndice 6: Base De Datos	169

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente.....	53
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente.....	54
Tabla 3. Cuando los estudiantes acude a ti para solicitar un servicio específico a tu cargo, les facilitas a todos la documentación o información necesaria y suficiente sobre el mismo.	59
Tabla 4. Cuando un estudiante presenta una solicitud para que una oficina o área se preste un servicio, la misma ¿Es atendida en los plazos establecidos?	60
Tabla 5. Desde tu percepción, cuando un estudiante de modo general recibe un servicio, se encuentra satisfecho con el mismo.	61
Tabla 6. La universidad siempre informa antes de culminar un periodo académico, los requisitos económicos en las pensiones y otros conceptos.....	62
Tabla 7. Cuando la universidad realiza un reajuste en el pago de pensiones ¿Se informa al personal que tendrá en contacto con los estudiantes para orientarlos y absolver sus dudas sobre este tema?.....	63
Tabla 8. Al inicio de cada periodo la universidad brinda a los estudiantes toda la información necesaria sobre el plan de estudios como su malla curricular, grado y título a obtener, duración certificaciones progresivas, requisitos de graduación etc.	64
Tabla 9. Los estudiantes cuentan con información clara sobre criterios de valuación de asignaturas, examen de suficiencias, retiro de asignaturas, etc..	65
Tabla 10. La universidad ha difundido por diferentes canales el reglamento de estudiantes y otras normas académicas, los estudiantes conocen los mismos	66

Tabla 11. Luego de la programación de clases la universidad respeta los horarios, designación de docentes, aforo, etc.	67
Tabla 12. Al inicio de cada periodo la universidad informa a todos los estudiantes de todas las modalidades los servicios que presta como tópico, servicio psicopedagógico, centro de liderazgo, centro de emprendimiento, dentro cultural, CIDEM, centro de idiomas, etc.	68
Tabla 13. Los reclamos y denuncias por los estudiantes obedecen a razones de no cumplir nuestras propias normas internas.....	69
Tabla 14. La universidad capacita a su personal en obligaciones en materia de protección al consumidor, atención de clientes, obligaciones legales en materia de educación superior universitaria.	70
Tabla 15. Existe un proceso para sancionar a los trabajadores que por su actuar se sanciono a la Universidad y se adoptaron medidas correctivas para mejorar el servicio.	71
Tabla 16. La universidad cuenta con un libro de reclamaciones, en físico y/o virtual.....	72
Tabla 17. La universidad cuenta con el aviso del libro de reclamaciones en un lugar visible para los estudiantes.	73
Tabla 18. Cuando un estudiante solicita el libro de reclamaciones, el personal de la universidad le brinda apoyo para que lo utilice correctamente.	74
Tabla 19. El plazo para atender un reclamo registrado en el libro de Reclamaciones es de 30 días y la universidad responde dentro de tal plazo.	75

Tabla 20. La universidad no espera los últimos días de plazo que tienen para atender un reclamo en el Libro de Reclamaciones, si no que en los primeros cinco días de respuesta al mismo.	76
Tabla 21: Pretest y postest de la dimensión idoneidad de los productos y servicios	77
Tabla 22: Pretest y postest de la dimensión protección de los intereses sociales y económicos	78
Tabla 23: Pretest y postest de la dimensión contratos.....	78
Tabla 24: Pretest y postest de la dimensión Productos y servicios educativos	79
Tabla 25: Pretest y postest de la dimensión Responsabilidades y sanciones	80
Tabla 26: Pretest y postest de la dimensión Libro de Reclamaciones	80
Tabla 27: Pretest y postest de la variable prevención de sanciones en materia de protección al consumidor.....	81
Tabla 28: Interpretación del estadístico	82
Tabla 29: Correlación idoneidad de los productos y servicios; y Compliance empresarial	83
Tabla 30: Correlación protección de intereses sociales y económicos; y Compliance empresarial.....	85
Tabla 31: Correlación contratos; y Compliance empresarial	88
Tabla 32: Correlación productos y servicios educativos; y Compliance empresarial.....	91
Tabla 33: Correlación responsabilidad y sanciones; y Compliance empresarial	93
Tabla 34: Correlación libro de reclamaciones; y Compliance empresarial	96
Tabla 35: Correlación prevención de sanciones; y Compliance empresarial.....	99

Índice de figuras

Figura 1. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios	84
Figura 2. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios	86
Figura 3. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en los contratos	89
Figura 4. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos	91
Figura 5. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones	94
Figura 6. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones.....	97
Figura 7. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor	99

Resumen

Esta investigación tiene como propósito establecer la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019. La investigación fue trabajada bajo el método científico y el hipotético deductivo, así mismo el tipo de investigación fue el aplicado, sin embargo, puede mencionarse que el Compliance administrativo no se encuentra muy desarrollado como implementación a nivel nacional, así también el estudio se ha desarrollado a nivel correlativo. La población de estudio es el personal involucrado en la gestión administrativa de la Universidad Continental equivalente a treinta personas, para ello se aplicó un instrumento antes de implementarse el Compliance administrativo en la Universidad Continental, el cual también fue aplicado al finalizar con las capacitaciones y gestiones requeridas para finalizar la implementación.

Los resultados de la investigación demuestran que de las doce personas que laboran en la gestión administrativa, que consideraron de manera regular la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor: una después de la aplicación del programa Compliance es eficiente y once lo consideran muy eficiente, notándose claramente el efecto de la implementación de Compliance administrativo, ello es corroborado con el estadístico T de Student donde este valor es equivalente a 9.95 superior al 2.042, notándose claramente el efecto positivo. Finalmente, se concluye que la aplicación del programa Compliance administrativo tiene un efecto positivo en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor.

Palabras claves: Compliance administrativo, prevención de sanciones, protección al consumidor, cumplimiento normativo y gestión administrativa.

Abstract

This research aims to establish the implementation of the Business Compliance program in the prevention of sanctions in the field of consumer protection, at the Continental University - 2019. The research was worked under the scientific method and the hypothetical deductive, as well as the type of the research was applied, however it can be mentioned that the Administrative Compliance is not very developed as an implementation at the national level, so the study has been developed at the correlative level. The study population is the personnel involved in the administrative management of the university with the equivalent of 30 people, for this purpose an instrument was applied before implementing the Administrative Compliance at the Continental University, which was also applied at the end of the training and management required to finalize the implementation.

The results of the investigation show that of the 12 people who work in administrative management, who considered regulating the prevention of sanctions in terms of consumer protection 1 after the implementation of the Compliance program is efficient and 11 consider it very efficient, clearly being noted The effect of the implementation of Administrative Compliance, this is corroborated with the Student T statistic where this value is equivalent to 9.95 higher than 2,042, clearly showing the positive effect. Finally, it is concluded that the application of the Administrative Compliance program has a positive effect on the prevention of sanctions for consumer protection.

Keywords: administrative Compliance, sanctions prevention, consumer protection, regulatory Compliance and administrative management.

Introducción

A nivel económico y administrativo las relaciones de consumo, conllevan hoy en día a que la mayor cantidad de personas, sean parte activa de la economía y del mercado en general, encontrándose estos expuestos a innumerables riesgos, donde principalmente la relación entre consumidor y proveedor debería ser desarrollada con facilidad y fluidez. Sin embargo, este vínculo se encuentra expuesto a deficiencias que puedan surgir tanto en el servicio o producto que se oferta y demanda en el mercado, bajo situaciones donde se evalúa la responsabilidad muchas veces se compromete a las empresas de forma negativa. Es así que nace un sistema que permite regular y contribuir en la solución de estas deficiencias en el mercado y los procedimientos administrativos sancionadores permitan salvaguardar los derechos del consumidor.

A fin de prevenir y aportar al sector empresarial, se ha ido implementando un programa jurídico administrativa, el Compliance administrativo, el cual ayuda a delimitar normativamente los criterios establecidos dentro de las instituciones, con lo cual no solo se ven beneficiados con la disminución de denuncias ante el organismo regulador, si no también mejoran la calidad de atención brindada a sus usuarios en los servicios o bienes que estos prestan, que llegan a prevenir las sanciones en materia de protección al consumidor, por ello, en el estudio se ha realizado una investigación experimental, donde se ha evaluado la prevención en materia de protección al consumidor antes de implementarse el Compliance administrativo en la universidad, siendo esta evaluada al culminar el proceso de implementación con el propósito de establecer el efecto de la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019.

A fin de conseguir lo propuesto, la investigación ha sido desarrollada en seis capítulos, esta organización se detalla a continuación:

El **Capítulo I** precisa el planteamiento del problema, que hace referencia a la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema, la justificación desde el punto de vista social, teórica y metodológica, los objetivos de la investigación general y específicos.

En el **Capítulo II** se trabajó el marco teórico, que comprende lo siguiente: antecedentes internacionales y nacionales, bases teóricas, definición de conceptos y el marco conceptual, los que nos ha permitido identificar y conocer conceptos.

El **Capítulo III** contiene hipótesis general y específicos, variables y operacionalización de las variables.

En el **Capítulo IV** se presenta la metodología de la investigación, que comprende lo siguiente: método, tipo, nivel y diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos y aspectos éticos de la investigación.

En el **Capítulo V** se obtiene los resultados, la descripción de los mismos y la contrastación de la hipótesis.

En el **Capítulo VI** se presenta el análisis y la discusión de los resultados obtenidos en la investigación.

Finalmente, se presenta las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO

1.1. Descripción del Problema

Las relaciones de consumo, reconocidas también como transacciones de índole económico, conllevan hoy en día a que la mayor cantidad de personas, sean parte activa de la economía y del mercado en general, hoy en día el este se encuentra expuesto a innumerables riesgos, donde principalmente la relación entre consumidor y proveedor se desarrolla con facilidad y fluidez, sin embargo, este vínculo se encuentra expuesto a deficiencias que puedan surgir tanto en el servicio o en el producto que se oferta y demanda en el mercado. En muchas situaciones donde se tenga que evaluar la responsabilidad, se comprometen a las empresas de forma negativa, es así que nace un sistema que permite regular y contribuir en la solución de estas deficiencias en el mercado con procedimientos administrativos sancionadores en el presente caso en salvaguarda de los derechos de los consumidores.

Los procedimientos administrativos sancionadores en materia de protección al consumidor y la resolución de estos, en este caso reconocidos como denuncias administrativas, se encuentran a cargo del Instituto Nacional de defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), donde a través de sus comisiones y órganos resolutorios de procedimientos sumarísimos en materia de protección al consumidor, determinarán la comisión de infracciones y la imposición de multas a las empresas que hayan faltado al ordenamiento establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (2017), con la imposición cuando corresponda de una multa que en muchos casos puede causar un perjuicio económico para el empresa, frente a los riesgos del mercado.

Según la información estadística obtenida de Indecopi en el 2017, se presentó a nivel nacional 15 331 denuncias administrativas en materia de protección al consumidor a los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos; así como 6418 denuncias presentadas ante las Comisiones de Protección al Consumidor (Indecopi, 2018); y en mérito a estos datos estadísticos se puede apreciar la gran afluencia de los consumidores al tener que acudir a la institución para poder buscar alguna solución a las controversias en materia de protección al consumidor.

En merito a la solicitud de acceso a la información pública presentada ante la oficina regional del Indecopi en Junín, donde se solicitó que se pueda brindar información referente a la denuncias y reclamos presentados en contra de la Universidad Continental en los años del 2015 al 2018 se presentaron 24 denuncias administrativas en el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos; 7 denuncias presentadas a la Comisión de Protección al Consumidor, y 20 reclamos presentados ante el Servicio de Atención al Ciudadano (Indecopi, 2018); y es en merito a estos datos recopilados que se puede apreciar que es un problema relevante, ya que estas denuncias y reclamos, se pueden evitar con el desarrollo de un programa de Compliance dentro de la Universidad Continental.

El nuevo auge legal y la demanda económica de los principales productos y servicios en el mercado han conllevado a indagar en nuevos rubros al derecho preventivo, con la finalidad de construir una convivencia pacífica y armoniosa en el mercado, donde exista el mayor equilibrio posible en el desarrollo de estas relaciones de consumo. Si bien es sumamente complicado que el proveedor pueda ofrecer dentro del mercado productos o servicios que posean un nivel perfecto de idoneidad; hoy en día existen mecanismos sistematizados, que ayudan al empresario a poder evitar sanciones y por lo tanto verse perjudicados por la regulación del mercado y su sistema de protección al consumidor.

El Compliance empresarial (Programa de Cumplimiento) se puede definir como aquella normativa o regulación interna que acogen las personas jurídicas privadas con la finalidad de efectivizar la ética empresarial y poder prevenir que se cometan actos que puedan configurar una infracción, hoy en día esta regulación es promovida de forma mundial. Consiste en una serie de recomendaciones y normas que las empresas privadas pueden, voluntariamente, adoptar; de este modo si bien el Código de protección y defensa del consumidor en el artículo 112°, regula y señala cuáles son los criterios de graduación de la sanciones administrativas, y específicamente establece que son criterios especiales considerados como atenuantes: “Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código”, dicho ordenamiento es poco conocido por las empresas, generando esto una inadecuada actuación de la empresa frente a los problemas que puedan surgir, las cuales más adelante se convierten en infracciones y posibles denuncias administrativas.

De este modo, la gran mayoría de empresas a nivel mundial no se limita hoy en día a solo dictar una serie de normas internas, que puedan cumplir principalmente con cierta regulación local o nacional, sino que apuntan a poder profundizar más y desarrollan programas muy completos y/o sofisticados de Compliance, los cuales contienen no solo los valores éticos resumidos en una visión y misión; sino que ambicionan poder generar los procesos y mecanismos concretos para alcanzar esta visión y misión, abarcado incluso la toma de decisiones dentro de la empresa.

Dentro de la razón de ser de cada empresa está el maximizar sus ingresos y mantener su trayectoria de crecimiento, para la cual es necesario brindar un adecuado servicio, que cumpla las expectativas o normativa tanto de los consumidores finales, como de las empresas que son parte del proceso productivo de un servicio, es así que la implementación del Compliance dentro de un sistema de gestión administrativo, teóricamente ocasiona mejoras dentro de la calidad de servicio,

y, de otro lado, reduce la cantidad de demandas que podría aquejar a Institución, velando de posibles pagos provocados por vacíos o inconvenientes presentados con algún involucrado (proveedores, personal, o consumidores directos).

Es así que, siendo la Universidad Continental una empresa que se encuentra en un auge de crecimiento acelerado, el trato que le brinda a los consumidores es la imagen que tiene la empresa en el mercado, por lo que nace la siguiente interrogante ¿cuál es el impacto de la implementación de un programa de Compliance empresarial en la Universidad Continental respecto a la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor?

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el efecto de la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?

¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?

¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?

¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?

¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?

¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?

1.3. Objetivo

1.3.1. Objetivo general

Establecer el efecto de la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

1.4. Justificación e Importancia

1.4.1. En el aspecto teórico

La presente tesis se desarrollará en búsqueda de una utilidad teórica o académica, en relación con que el presente tema es actual en materia de derecho empresarial, tanto en el ámbito legislativo como doctrinario en el Perú, por lo que la presente contribuirá en el estudio e

investigación del tema, abriendo nuevas posibilidades a los que busquen desarrollar temas similares.

Legalmente, la teoría del cumplimiento administrativo no está abordada de forma genérica en las empresas peruanas, por ello, es necesario realizar investigaciones que den mayor soporte a la aplicación de la teoría del cumplimiento administrativo, a fin de que se consiga que empresa privada que se autorregule para registrar nuevos riesgos, proteger accionistas, consumidores o evitar hechos delictivos.

1.4.2. En el aspecto metodológico

Poder establecer mediante métodos científicos la relación que existen entre un programa de Compliance empresarial y el procedimiento administrativo sancionador, situaciones que pueden ser investigadas por la ciencia, una vez que puedan llegar a ser demostrados, tanto su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación y empresas.

Respecto a la justificación metodológica, esta es de tipo cuasi experimental, pues el investigador logró que se implemente el Compliance administrativo dentro de la Universidad Continental, a partir del expedito de la resolución se lanzó talleres al personal a fin de que los trabajadores se familiaricen con este programa y con ello se logre prevenir sanciones en materia de protección al consumidor, lo cual nos da una referencia objetiva de la aplicación del Compliance administrativo como soporte normativo dentro de las empresas.

1.4.3. En el aspecto jurídico

Se desarrolla la presente tesis en la búsqueda de poder contribuir jurídicamente, ya que se establece una relación entre un programa de Compliance empresarial y el procedimiento administrativo sancionador en materia de protección al consumidor, de este modo prácticamente

se puede determinar cómo dicho programa evita la imposición de multas, al mismo tiempo que ayudaría a las empresas que conozcan de este tema jurídico actual.

El principal inconveniente es la falta de información de la industria y la omisión de los beneficios de la aplicación del Compliance administrativo, buscando con ello la propagación de este instrumento jurídico a nivel empresarial.

1.4.4. En el aspecto social

Con la implementación de Compliance socialmente no solo se puede menguar el número de sanciones en materia de protección al consumidor, así mismo se previenen y protegen posibles denuncias o multas a las empresas, los trabajadores y en general a los consumidores tanto de bienes o servicios, pues con ello se brinda mayor garantía para estos.

Con ello se aleja a los tribunales de los problemas de protección al consumidor y de los principales medios de comunicación, para finalmente articular correctamente las prácticas que estos desempeñan al liderar empresas de bienes u de servicios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Se debe tener en cuenta que la figura del Compliance nace en mérito al derecho preventivo penal, por lo que actualmente no cuenta con antecedentes del enfoque que se pretende estudiar, que es el derecho de consumidor. Por lo que principalmente se debe tomar como referencia, en forma general, la prevención del delito corporativo, siguiendo la lógica sancionadora tanto del derecho penal y el derecho administrativo sancionador, donde prevenir la comisión de infracciones por parte de la empresa privada es uno de los fines que persigue el Compliance.

2.1.1. Internacionales

Hossain (2017), en Bangladesh, presenta una investigación científica para el Departamento de Negocios Internacionales de la Universidad de Dhaka sobre “Estado de cumplimiento de los códigos de gobierno corporativo: Compañías listadas por la Bolsa de Dhaka en banca, instituciones financieras no bancarias y sector textil en Bangladesh”. Esta tesis investiga el cumplimiento del Código de Gobierno Corporativo de las industrias de Bangladesh al examinar el nivel de cumplimiento de las industrias bancarias, financieras no bancarias y textiles. Con el fin de obtener una comprensión más profunda del Código, este estudio analizó las disposiciones del Código dadas por de la Comisión de intercambio de seguridad de Bangladesh. Al comparar el cumplimiento de la empresa con los códigos de la Comisión de intercambio de seguridad de Bangladesh, encontramos el nivel de cumplimiento de las compañías listadas en la Bolsa de Dhaka. Al calcular el nivel de cumplimiento para nueve años de cada compañía, hemos demostrado la tendencia de cumplimiento entre las tres industrias diferentes. Al analizar el nivel de cumplimiento de tres

industrias, también hemos mostrado el nivel de cumplimiento comparativo entre las industrias. Al final, hemos mostrado las disposiciones importantes más no cumplidas de los códigos de la Comisión de intercambio de seguridad de Bangladesh. El estudio utiliza una técnica de análisis del Índice de cumplimiento de gobierno corporativo (CGCI) para las empresas que cotizan en la Bolsa de Dhaka, Bangladesh. Se recopiló los datos relacionados de los informes anuales de la compañía. Los hallazgos sugieren que el nivel de cumplimiento entre las empresas de la muestra se encuentra en un nivel más alto. Las disposiciones más y menos cumplidas del Código se comparan con las disposiciones reglamentarias de la Comisión de intercambio de seguridad de Bangladesh, el estudio indica que las empresas en realidad están siguiendo las disposiciones reglamentarias debido al cumplimiento normativo obligatorio.

Pawliw (2016), en Canadá en la Universidad de Sherbrooke, elaboró una investigación titulada “Remodelar una empresa a través de un programa de cumplimiento: el caso de Siemens”, debido a que, desde al menos la década de 1980, un número creciente de empresas han establecido un programa de ética o cumplimiento dentro de su organización. Sin embargo, en el campo de estudio de la gestión empresarial, hay una escasez de estudios de investigación relativos a estos sistemas de gestión. Esta observación justificó la investigación actual del programa de cumplimiento de una compañía. Los programas de cumplimiento se configuran para que las personas que trabajan dentro de una organización cumplan con las leyes y regulaciones que corresponden a su trabajo. Este estudio utilizó una metodología de teoría fundamentada constructivista para examinar el proceso mediante el cual se implementó un programa de cumplimiento específico, el de Siemens Canadá Limited, en toda su organización. De conformidad con esta metodología, en lugar de proceder con la investigación de acuerdo con un marco teórico particular, el estudio estableció una serie de construcciones teóricas utilizadas estrictamente como

puntos de referencia. Los datos consistieron en documentos producidos por la compañía y entrevistas realizadas con 24 gerentes que trabajan para Siemens Canadá Limited. El investigador usó el *software* asistido por computadora QSR-Nvivo para codificar transcripciones y para ayudar a analizar entrevistas y documentos. La triangulación se realizó con varias técnicas de análisis y comparando constantemente los hallazgos con la teoría existente. Un modelo descriptivo del proceso de implementación basado en la experiencia de los participantes y en el contenido de los documentos surgió de los datos. El proceso fue llamado *remolding*: remoldear que es de la categoría central: emergido. Este proceso principal consistió en dos subprocesos identificados como "incrustación" y "evaluación". Asimismo, la investigación pudo proporcionar una descripción detallada del proceso de evaluación. Identificó que los empleados evaluaron el programa de cumplimiento de acuerdo con tres facetas: el impacto del programa en las actividades diarias del empleado, la relación de los empleados con la organización de cumplimiento local y la relación de los empleados con la identidad de ética corporativa.

El estudio sugiere que una empresa que esté considerando la idea de implementar un programa de cumplimiento debe considerar las tres facetas. En particular, sugiere que cualquier empresa interesada en diseñar e implementar un programa de cumplimiento debe prestar especial atención a su identidad de ética corporativa. Esto se debe a que la aceptación del programa por parte de los empleados se ve influida por la comparación de la identidad ética de la empresa con la identidad ética local. Las implicaciones del estudio sugieren que el personal responsable del desarrollo y el apoyo organizativo de un programa de cumplimiento deben comprender el proceso de evaluación mediante el cual los empleados desarrollan su relación con el programa. La originalidad de este estudio es que señala enfáticamente que las empresas deben prestar especial

atención al desarrollar una identidad corporativa que sea coherente, bien documentada y bien explicada.

Mulugeta (2016), a fin de obtener el grado académico de doctor en Administración e innovación de la Universidad de Jonkoping, elaboró una investigación sobre “Percepciones sobre un sistema de gestión de cumplimiento efectivo”, con el propósito, a través de un estudio exploratorio, de examinar cómo las organizaciones pueden cumplir efectivamente con las regulaciones de datos. Las siguientes son las preguntas de investigación: ¿cuáles son los elementos de un sistema de administración de cumplimiento efectivo? A la luz de los elementos de un sistema de gestión de cumplimiento efectivo, ¿cómo cumplen las organizaciones con las regulaciones de datos? Entonces, se implementó un enfoque de estudio de caso múltiple holístico en el que se entrevistó a cuatro compañías con servicios que manejan información de identificación personal y luego se les solicitó participar en un cuestionario de la escala de Likert para encontrar puntos de consenso. Basado en la literatura, los elementos de un sistema de gestión de cumplimiento efectivo fueron preseleccionados. Estos elementos son políticas y procedimientos; comunicar y entrenar; cultura; responder a incidentes y prevenir futuros incidentes; recursos; incentivos y recompensas; ejercer la debida diligencia para prevenir y detectar conductas delictivas; gobernanza; objetividad; gestión de riesgos; personas prohibidas; monitoreo y auditoria de la efectividad del programa; ética. Sobre la base de las entrevistas y el cuestionario, las organizaciones no gestionaban sistemáticamente el cumplimiento de las normativas de datos. Además, no había una conciencia de las regulaciones. Hubo una falta de comprensión sobre los detalles de las regulaciones y una unidad para cumplir con estas regulaciones. Se notó que los problemas que surgen debido a la protección de datos se manejaron sobre la marcha. Para resumir a los entrevistados, hay una mentalidad reactiva en lugar de una proactiva hacia el cumplimiento de las regulaciones de datos.

Tosatto (2014) elaboró una investigación titulada “Comprobación del cumplimiento normativo: procesos de negocio, lógica, complejidad”; refiere el autor que, el problema de probar el cumplimiento normativo de un modelo de proceso empresarial se compone de dos elementos principales. Uno de estos elementos es el modelo de proceso empresarial, que proporciona una descripción compacta formal de las ejecuciones disponibles capaces de lograr un objetivo empresarial determinado. El otro elemento es el marco regulatorio que debe seguir el proceso de negocios, que describe los requisitos de cumplimiento establecidos por la ley o por las normas internas de la empresa. El problema consiste en verificar si un modelo de proceso empresarial dado cumple con el marco regulatorio, que se lleva a cabo verificando si las ejecuciones del modelo cumplen con los requisitos del marco regulatorio. En el pasado ya se han propuesto soluciones para demostrar el cumplimiento normativo de los procesos de negocios. Algunas soluciones no tienen en cuenta el aspecto de complejidad computacional del problema, mientras que otras solucionan una versión simplificada del problema de manera eficiente o proporcionan soluciones aproximadas para la general. Sin embargo, ninguna de estas soluciones ha estudiado formalmente la complejidad computacional del problema de probar el cumplimiento regulatorio. Esta investigación hecha por Tosatto (1984) aborda ese tema, mostrando además por qué no son posibles las soluciones eficientes del problema general. En particular, estudio la complejidad computacional de un problema de probar el cumplimiento regulatorio cuyo marco regulatorio se define mediante obligaciones condicionales. El enfoque que adoptó para representar el requisito de cumplimiento es semánticamente similar a algunas de las soluciones existentes propuestas por otros investigadores, como van der Aalst y muchos otros, que adoptan la lógica temporal lineal sobre trazas finitas, o diferentes variantes de dicha lógica temporal, para definir los requisitos de cumplimiento. Precisamente, el enfoque utilizado en la presente tesis adopta la lógica proposicional como lógica básica, y define la semántica del marco regulatorio de manera similar

a la lógica de cumplimiento del proceso introducida por Governatori y Rotolo. Los resultados muestran que la combinación de los dos elementos que componen el problema de probar el cumplimiento normativo, el modelo de proceso y el marco regulatorio, que son manejables cuando se consideran individualmente, conduce a un problema intratable. Además de los resultados de complejidad computacional, el análisis proporcionado en la tesis también ha demostrado que las subclases del problema, donde la complejidad computacional es a lo sumo polinomial con respecto al tamaño de la entrada, pueden obtenerse trivializando la expresividad de cualquiera de los elementos que componen el problema. Sin embargo, la expresividad de estas subclases es limitada. Por lo tanto, identifiqué una subclase del problema que se puede tratar de manera diferente al debilitar la expresividad de los dos elementos que componen el problema, pero donde cada elemento no se trivializa como para las otras subclases. Es discutible si la subclase identificada puede considerarse expresiva, sin embargo, representa un primer paso para identificar una subclase del problema que sea tanto manejable como expresiva, teniendo en cuenta la limitación de emplear la lógica proposicional como lógica básica.

Francis y Armstrong (2013) publicaron un artículo científico en *Journal of Business Ethics* titulado “La ética como estrategia de gestión de riesgos: la experiencia australiana”, abordando la conexión de la ética con la gestión de riesgos y sostuvieron que existen razones de peso para considerar que las buenas prácticas éticas son una parte esencial de dicha gestión de riesgos. Esa conexión tiene importantes resultados comerciales, que incluyen la identificación de problemas potenciales, la prevención del fraude, la preservación de la reputación corporativa y la mitigación de las sanciones judiciales en caso de que surja cualquier transgresión. Se informa sobre la posición legal, ejemplos de casos y argumentos sobre los beneficios potenciales de la ética. La investigación concluye sosteniendo que, una estrategia de gestión de riesgos es esencial en un compromiso con

la ética en una organización. La gestión de riesgos en este contexto aborda las amenazas planteadas por las decisiones no éticas en relación con las partes interesadas de una organización. Una organización ética es aquella en la que los líderes de la organización promueven la conducta ética, donde existen sistemas y procedimientos para recompensar la conformidad con el comportamiento ético y desalentar las prácticas poco éticas. La evidencia presentada anteriormente sugiere que esto no solo contribuye a la calidad de vida de todas las partes interesadas, sino que también tiene resultados positivos para la organización, contribuye a las ganancias, reduce el fraude, evita litigios, mitiga las sanciones legales por incumplimiento legal y garantiza un ambiente seguro y saludable. Este estudio de caso proporciona una síntesis entre el cumplimiento legal y el cumplimiento ético a través de la autorregulación aspiracional. Esta simbiosis beneficiosa debería ir acompañada de algún tipo de sistema de recompensa que tenga un resultado directo que beneficie a la empresa, a las partes interesadas y a la sociedad. La autorregulación es mejor que las sanciones impuestas externamente, ya que está bien informada por los expertos dentro del sector de la industria. Un código de conducta bien informado que optimiza la función comercial de una organización, mejorando así las ganancias, siempre que la autorregulación no se vea como un medio para subvertir los principios básicos de la ética. La combinación más ventajosa sería verlos como aspectos complementarios del control regulatorio.

Artaza (2013), en Chile, publica un artículo científico en la *Revista de Política Criminal* sobre los sistemas de prevención de delitos o programas de cumplimiento. Breve descripción de las reglas técnicas de gestión de riesgo empresarial y su utilidad en sede jurídico penal; con el propósito de analizar todas aquellas técnicas utilizadas en la gestión de riesgos dentro de las actividades de la empresa y que resultan importantes en la determinación de las expectativas que incurren sobre las personas jurídicas relativas a la prevención de las conductas delictivas que

pueden derivar de su propia actividad. A manera de conclusión, el investigador afirma que, se puede desprender de la simple vista de su estructura, sería la adopción de aquellos mecanismos necesarios para asegurar que dentro de la empresa se cumpla con el mandato legal. Por lo mismo en su parte general describe sus principios de control interno, establece sus organismos de vigilancia, su sistema sancionatorio, y en su parte especial instaura una serie de protocolos y procedimientos internos para evitar que sus integrantes cometan delitos.

2.1.2. Nacionales

Clavijo (2016), para obtener el título de abogado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, elaboró una investigación sobre el Criminal Compliance y el sistema penal en el Perú. El autor indica que, desde una perspectiva político-criminal, el Estado peruano promueve, mediante incentivos concretos, la implementación del Criminal Compliance en el sector privado; esto es, que las empresas adopten mecanismos idóneos y eficaces para la prevención y detección de delitos como la corrupción, el lavado de activos, el financiamiento del terrorismo, los fraudes y otros, que comprenden la criminalidad empresarial. El paradigma de la autorregulación-regulada y la colaboración del sector privado y el Estado en la prevención y detección de la criminalidad empresarial es trascendental y necesario en la actualidad, de este modo se debe tener en consideración principalmente la colaboración que debe existir entre las empresas y el Estado.

Ahora bien, si bien la prevención de comisión de delitos es sumamente importante, la comisión de infracciones en materia de protección al consumidor, también goza de la misma importancia debido a su repercusión en la protección de la libertad de mercado y derechos económicos. De forma que, conllevando principalmente esto a poder prevenir la comisión de infracciones como, falta al deber de idoneidad, falta al deber de información, discriminación de consumo, asimetría informativa, mal manejo y uso del libro de reclamaciones y otros.

Astudillo & Jiménez (2016) publican un artículo científico en *la Revista Derecho y Sociedad* sobre los “Programas de cumplimiento como mecanismo de lucha contra la corrupción: Especial referencia a la autorregulación de las empresas”, con el propósito de analizar la influencia de la autorregulación para el derecho como mecanismo de autosupervisión en organizaciones o empresas y el efecto en la lucha contra la corrupción con la implementación de programas de Compliance empresarial. Los investigadores precisan que, la implementación de un programa de cumplimiento es una medida que constituye un incentivo para todas las empresas de modo que, se autorregulan a fin de obtener cultura de cumplimiento normativo dentro de la organización. Es decir, el sector empresarial asumiría un verdadero compromiso de lucha contra la corrupción.

Ahora bien, este antecedente relacionado con la presente investigación puede hacer destacar que tal como indican que el programa hace sus veces en la lucha contra la corrupción, también sirve como parte de la política de protección al consumidor, ya que podría conllevar a una disminución abismal en la comisión de infracciones, es así que la importancia de contar con programas de cumplimiento en materia de protección al consumidor ha llevado a Indecopi a desarrollar nuevas apreciaciones en este campo. De este modo el autor desarrolla importantes criterios en cuanto a la autorregulación que debe tener la empresa privada, donde un programa de cumplimiento formaría efectivamente pilares importantes dentro de los objetivos y enfoque del giro de negocio, creando al mismo tiempo un desarrollo óptimo de la ética y valores con que se debe conllevar la actividad empresarial, en todos los sectores y áreas de la empresa, de este modo que llegan a prevenir la posible comisión de infracciones que atenten contra la regulación del Código de protección y defensa del consumidor.

La rápida evolución tecnológica y la globalización traen como principal consecuencia resaltar la relevancia de la información en diversos sectores. Sin duda, las empresas no se

encuentran exentas a esta realidad, planteándoles nuevos retos con relación a la protección de datos personales (en adelante PDP) dentro del marco de las relaciones laborales.

Trillo (2019) desarrolló una tesis para obtener el grado de Magister en Derecho de la Empresa en la Pontificia Universidad Católica del Perú, titulado “Compliance laboral en materia de protección de datos personales”, puesto que dentro de la norma de protección de datos personales (Ley N.º 29733 y su reglamento), cuyo objeto personal jurídico de las empresas deben ser observar, conocer y cumplir. Tuvo como objeto analizar de casos nacionales y extranjeros, a fin de establecer propuestas alternas para atenuar o prevenir riesgos. Los resultados de esta investigación arrojan que las industrias adhieren sistemas de gestión, en la protección de datos personales como un componente indispensable dentro del cumplimiento empresarial. Por ende, el Compliance laboral debe de ser considerado como variaciones dentro de la filosofía de cada empresa, promoviendo como prioridad el compromiso para cumplir sus obligaciones y generar una cultura de cumplimiento legal en esta materia.

Espinoza (2017) publicó un artículo científico en *Vox Juris*, cuyo título fue “Compliance como herramienta de prevención frente a la criminalidad empresarial una mirada desde la criminología moderna”, el cual tiene como propósito analizar a partir de la visión criminológica el Compliance como instrumento para prevenir la criminalidad seno de la persona jurídica. Para tal fin usa un método analítico comparativo, por medio de una revisión de teorías criminológicas modernas para entender el porqué del Compliance como parte fundamental de la empresa. Los resultados muestran que los criterios de la criminalidad empresarial arruinan las bases de un Estado de derecho; adoptando organizaciones democráticas y medidas de control penales. La regulación de la ley obedece a procesos y políticas para prevenir. Por tanto, se debe reforzar la cultura corporativa de cumplimiento para suscitar la probidad como conducta ética del ser humano y la

responsabilidad ante ello de la persona jurídica. El Compliance demanda que las industrias u empresas asuman una responsabilidad pública autorregulándose para registrar nuevos riesgos, proteger accionistas o consumidores, o evitar hechos delictivos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Cumplimiento normativo

La literatura existente, relacionada con el cumplimiento normativo, se refiere a las actividades organizativas inducidas o estimuladas por los requisitos emitidos por la autoridad reguladora (Elliehausen, 2000; Gable, 2005), generalmente presenta una imagen negativa con respecto a su impacto en las organizaciones. Algunos investigadores han argumentado que el cumplimiento normativo es costoso y absorbe recursos significativos (Elliehausen, 2000; Kielholz & Nebel, 2005; Van Oosterhout et al., 2006), creen además que genera una menor eficiencia (Barth et al., 2008). Se estima que hasta el 15 % de los presupuestos de tecnologías de información de cualquier organización se gasta en el cumplimiento de los requisitos reglamentarios (Krell, Matook & Rohde, 2011).

Además de la omnipresencia de tecnología de información y el interés de larga data en determinar el valor de las inversiones en tecnología de información, un factor igualmente importante que también influye en la implementación y las operaciones de una organización es la necesidad de cumplir con varios requisitos normativos. En este contexto, los requisitos regulatorios pueden definirse como una forma de solicitudes obligatorias de la autoridad reguladora que normalmente dictan y restringen el comportamiento general de las empresas y, a menudo, pertenecen a un área específica de preocupación dentro de la organización (Krell, Matook & Rohde, 2011).

Esta forma de influencia externa, que naturalmente está fuera del control de las organizaciones o las industrias en las que operan, afectará dramáticamente la infraestructura de TI de las organizaciones (Gregor et al., 2006). Se dice que los requisitos regulatorios que afectan a TI requieren mucho tiempo de implementación debido a los sistemas heredados típicamente grandes y complejos que se organizan en diferentes silos y son administrados por diferentes proveedores (Van Oosterhout et al., 2006). El costo general de implementar una nueva solución de TI debido a los requisitos regulatorios también se considera una carga debido al *hardware* y *software* adicionales necesarios, la capacitación del usuario asociada requerida, las interrupciones en los procesos existentes, etc. (Krell, Matook & Rohde, 2011). Además, se argumenta que estos requisitos influyen en el desempeño de la empresa al imponer barreras a la entrada (elevando así los precios y las ganancias de bienes y servicios) (Peltzman, 1973).

2.2.1.1. Programa de cumplimiento

El cumplimiento o Compliance debe ser entendido como la capacidad de actuar de acuerdo con un pedido, un conjunto de reglas o una solicitud. En el contexto de las empresas de servicios, el cumplimiento opera en dos niveles: Nivel 1: cumplimiento de las reglas externas que se imponen a una organización en su conjunto. Nivel 2: cumplimiento de los sistemas internos de control que se imponen para lograr el cumplimiento de las reglas impuestas externamente.

Las empresas generalmente tienen que cumplir con una amplia gama de reglas y prohibiciones, para las cuales el uso de programas de cumplimiento no es inusual (por ejemplo, en materia de derecho ambiental, regulaciones de seguridad o regulaciones de alimentos y salud). En su forma más básica, un programa de cumplimiento es una forma en que una compañía puede anunciar públicamente que pretende seguir todas estas reglas, y estas deben tenerse en cuenta en

las actividades diarias. A menudo, pero no siempre, los programas de cumplimiento se combinan con el código de gobierno corporativo de la compañía u otro código de conducta.

Los programas de cumplimiento son ejemplos de gobernanza voluntaria, donde las compañías u organizaciones expresan su compromiso con ciertas reglas y con los valores u objetivos en los que se basan. En general, dichos programas también incluyen un conjunto de acciones destinadas a ayudar a las empresas a crear una verdadera cultura de cumplimiento de esas normas, pero también a detectar posibles actos de conducta indebida, a remediarlas y a prevenir cualquier repetición.

Debido a que los programas de cumplimiento a menudo están disponibles públicamente, cumplen una importante función de señalización externa al afirmar que una empresa está al tanto de la ley y tiene la intención de cumplirla. Sin embargo, los programas de cumplimiento también crean una responsabilidad educativa en la estructura interna de la empresa. Al tener implementado un programa de cumplimiento, las compañías básicamente declaran que sus empleados conocen las reglas y regulaciones aplicables, y que se preocupan de cumplirlas.

Esto crea una obligación para las empresas, al menos en teoría, para educar a todo el personal sobre las leyes con las que se han comprometido. Por esa razón, los programas de cumplimiento a menudo contienen un enfoque de la capacitación y la educación de los empleados actuales, y generalmente se proporcionan a los nuevos empleados desde el principio.

2.2.1.2. Teorías de cumplimiento normativo

A. Teoría del cumplimiento regulatorio

La teoría del Cumplimiento Regulatorio (Fiene, 2016) trata sobre la necesidad de cumplir con las reglas o regulaciones. Esta teoría tiene implicaciones para todas las normas, regulaciones

y el desarrollo de estándares en todos los dominios económicos y de servicios humanos. Tiene una importancia particular, ya que la necesidad de una supervisión más o menos se ha cargado políticamente. Lo que es importante acerca de esta teoría es su énfasis en seleccionar las reglas correctas en lugar de tener más o menos reglas y la naturaleza de estas reglas como predictiva y/o preventiva, de modo que se hallan resultados positivos al cumplir con dichas reglas predeterminadas.

La teoría del cumplimiento normativo se propuso por primera vez en la década de 1970, cuando la relación entre el cumplimiento de las normas se comparó con el cumplimiento de los estándares de mejores prácticas y los datos de resultados. A partir de esta comparación, quedó claro que a medida que las organizaciones cumplían en un 100% con todas las reglas, los puntajes de mejores prácticas y resultados positivos comenzaron a disminuir (Fiene, 2016).

El hallazgo de buenos resultados llevó al desarrollo de dos metodologías relacionadas con la evaluación de riesgos y los indicadores clave del cumplimiento normativo. En ambas metodologías, el enfoque está en identificar un grupo de reglas más específico que prediga estadísticamente el cumplimiento normativo general o reduzca el riesgo en una institución u organización (Fiene, 2016). Sin embargo, es importante precisar la razón profunda de esta teoría radica en los datos seleccionados de múltiples sistemas regulatorios donde la naturaleza de las reglas en sí mismas puede ser el verdadero problema. Cuando las reglas son demasiado mínimas para cumplirlas, es mucho más difícil discriminar entre las instalaciones realmente buenas y las instalaciones mediocres.

B. Nuevas direcciones para teorizar el cumplimiento

En los últimos años, los teóricos han explorado tres enfoques principales para explicar los complejos factores y mecanismos que determinan el cumplimiento. El primer de ellos toma ideas de la literatura neoinstitucionalista, un método cada vez más común.

C. Enfoque neoinstitucionalista

Los investigadores sociolegales descubrieron el neoinstitucionalismo a fines de los años 90. Retuvo varias cosas de este encuentro: una narrativa coherente sobre la incertidumbre y la naturaleza caótica de las elecciones organizativas; la importancia de las organizaciones y/o empresas en la estructuración de los procesos de toma de decisiones; y el objetivo general de legitimación que empuja a las organizaciones a desarrollarse o ajustarse (May, 2005).

Una de las ventajas del neoinstitucionalismo para los estudios de cumplimiento es el esfuerzo realizado para reconciliar las diferentes dimensiones de una elección: cognición (percibir, conocer), afecto (sentimientos, compromiso moral) y evaluación (cálculo). Como ha señalado Black (1997), el enfoque neoinstitucionalista ofrece múltiples soluciones al problema de la integración de estas lógicas plurales.

Los economistas (así como varios científicos políticos) han conservado la noción de un individuo racional, buscando maximizar su interés individual. Sin embargo, también han integrado los límites de la racionalidad y el papel que desempeñan las normas sociales a través de las instituciones, que restringen las elecciones de los actores. En otras palabras, los actores maximizan la utilidad dentro de los límites establecidos por las instituciones (North, 1993).

Suponiendo que la lógica de lo apropiado es preeminente, estos dos autores insisten en la importancia de las rutinas de acción y en el papel que desempeñan las relaciones de confianza en

el mantenimiento de las normas y las reglas de comportamientos, mantienen este énfasis incluso cuando insisten en que los comportamientos consecuencialistas de anticipación también son posibles. Su respuesta a la cuestión de la importancia respectiva de estas lógicas es pragmática: "depende" (Black, 1997).

Se afirman que las instituciones definen las preferencias de los actores y, por lo tanto, constituyen el vínculo entre una lógica de consecuencias y una lógica de adecuación. Según este análisis, incluso la búsqueda del interés individual es institucionalmente contingente (Black, 1997).

Como tales, las acciones y las relaciones sociales pueden tener una dimensión instrumental o una simbólica. La coexistencia de órdenes institucionales en competencia que estructuran el comportamiento de los actores (Friedland & Alford, 1994). Puede ayudar a explicar la diversidad de observaciones. En estos estudios, surge un actor "institucionalmente racional" (Black, 1997).

El principal interés del enfoque neoinstitucional para estudiar el cumplimiento es que conceptualiza la influencia de las instituciones en el comportamiento. Permite analizar el cumplimiento como resultado de un isomorfismo institucional (DiMaggio & Powell, 1983) en particular cuando los requisitos legales son ambiguos o contradictorios (Suchman & Edelman, 1996). Otro elemento útil en estos estudios para comprender el cumplimiento es que resaltan el papel de los mitos y los símbolos en la toma de decisiones y el comportamiento. Meyer & Rowan (1977) destacan el frecuente desacoplamiento entre las estructuras formales y las prácticas. También muestran la importancia de la conformidad ceremonial, que refleja el cumplimiento ritualista. Esta tendencia, que es bien conocida en los enfoques sociolegal (Hopkins, 1994) y

corresponde a los casos en que los destinatarios cumplen formalmente pero aún mantienen prácticas que no cumplen (Brunsson, 2002).

La importancia que el neoinstitucionalismo presta a las relaciones interpersonales y a la confianza en las interacciones también permite introducir nuevos argumentos para explicar las variaciones en la implementación de políticas. Las interacciones entre los reguladores y los regulados pueden verse influidas por el objetivo de preservar la confianza (Black, 1997).

D. La teoría de la postura motivacional de Braithwaite y otros

La teoría de la postura motivacional es uno de los enfoques integrados para el cumplimiento en el sentido sociolegal (Braithwaite et al., 1994). Se basa en ciertos estudios psicológicos de restricción y en cómo las personas lo manejan y responden. Esta investigación produjo la teoría de la reactancia de Brehm y Brehm, que predice que cualquier intento de controlar a un actor a través de recompensas, penalizaciones o vigilancia especial puede, de hecho, generar una reacción opuesta a la deseada (Brehm & Brehm, 2013).

La reactancia, en este sentido, es una fuerte motivación que se opone al objetivo del control externo. Aunque inicialmente fue pensado como una forma de aislar el papel de las interacciones sociales de otras variables que determinan el comportamiento de los receptores, en su versión posterior, la teoría de la postura motivacional ha tomado un giro inspirado en la teoría de la reactancia (Murphy & Reinhart, 2007).

En estos estudios recientes, la regulación pública se analiza como una intrusión en la libertad individual. La demanda de cumplimiento y el poder coercitivo del estado se analizan como amenazas a las poblaciones objetivo. Las posturas motivacionales son los medios por los cuales los actores manejan estas amenazas y mantienen las organizaciones. Por lo tanto, las posturas

motivacionales se definen como “conglomerados de creencias, actitudes, preferencias, intereses y sentimientos que juntos comunican el grado en que un individuo acepta la agenda del regulador, en principio, y respalda la forma en que el regulador funciona y realiza tareas a diario” (Murphy & Reinhart, 2007).

Dado que se asume que las posturas motivacionales resumen los efectos combinados de múltiples factores, la teoría es capaz de incorporar un cierto número de hallazgos empíricos y proposiciones teóricas de la literatura existente (Murphy & Reinhart, 2007). Por otra parte, la teoría incorpora estudios sobre justicia procesal en una ad hoc. Especialmente, los utiliza como una "cura" para los problemas planteados por la conceptualización de la ley como una "amenaza" en un contexto democrático. Al hacerlo, la teoría hace eco más ampliamente del tema de la legitimidad del control, que también es un parámetro importante en la teoría de la reactancia (Tyler, 2006).

Sobre la base de estudios empíricos, se han identificado cinco posturas motivacionales. Corresponden más o menos a las estrategias de las poblaciones objetivo para responder a las demandas de las políticas públicas. Las posturas son el compromiso, la resistencia, la capitulación, la separación y el juego. Además, estas estrategias se amalgaman en dos supraposturas: resistencia / cooperación (que incluyen las tres primeras posturas) y desestimación, lo que refleja la pérdida de legitimidad de la autoridad pública (esto cubre las dos últimas posturas).

La resistencia, el rechazo y el incumplimiento, y otra correlación entre la cooperación y el cumplimiento. Las supraposturas están asociadas con (y causadas analíticamente por) "sensibilidades de afrontamiento". Estas son formas de responder a la "amenaza" que plantea la regulación gubernamental. Presentan similitudes muy claras con las lógicas descritas en otras

teorías, especialmente los tres paradigmas de la teoría de la acción identificados por Schimank: el hombre emocional (Elster, 1998).

Las sensibilidades de afrontamiento se distinguen según sean, ante todo, una forma de gestión de las emociones ("sentirse oprimido"), una forma de resolución de problemas (un "enfoque centrado en el problema") o una forma de aceptación y racionalización asociada a una actitud moral ("pensar moralmente") y cumplimiento de la norma; es decir, dentro de una organización la motivación individualizada para el cumplimiento de la norma, puede ser trasladada a una general, para la cual se establecen las necesidades del cumplimiento normativo y un programa para lograrlo (Elster, 1998).

E. Modelo de Scholz de la contratista adaptativa

Un modelo más convincente es el del "contratista adaptativo", propuesto por el politólogo Scholz (1984), quien ha utilizado la teoría de juegos para comprender las interacciones entre los reguladores y los regulados. Al hacerlo, propuso una versión particularmente avanzada de los juegos de regulación y un análisis detallado de sus límites (Scholz, 1997).

En otras publicaciones, se desarrolló la cuestión del cumplimiento desde una perspectiva de la psicología conductual (Roch, Scholz, & McGraw, 2000). El objetivo de Scholz (1984) era formular una explicación de los comportamientos de cumplimiento que superen la hipótesis de la racionalidad "heroica", es decir, se encuentra en la economía política y en la elección racional del institucionalismo. Primero intentó definir un conjunto de heurísticas que le permitirían explicar las diferencias entre las prácticas observables y las predicciones hechas por modelos de actores utilitarios que poseen información perfecta.

Las palabras clave de su análisis son "racionalidad limitada", "sesgo", "atajos cognitivos" y "heurísticas". Los primeros escritos de Scholz (1984) sobre este punto no son los más convincentes. Sin embargo, reflejan su disposición, que luego hizo más explícita y más persuasiva, para proponer una "perspectiva integrada" sobre motivaciones que pueden explicar el cumplimiento o el incumplimiento de los individuos con la regulación pública.

Scholz (1984) sitúa su trabajo dentro del modelo de consentimiento contingente de Margaret Levi. Este modelo asume que los actores cumplen con las obligaciones legales siempre que el estado sea confiable y que otros actores, frente a las mismas obligaciones, también los cumplan. Al igual que Levi, Scholz (1984) construye su argumento en torno a la hipótesis de un contrato implícito entre el regulador y los regulados en la producción de bienes públicos. El actor receptor está situado en el marco de este contrato implícito, mediante el cual el estado proporciona una solución institucional a un problema de acción colectiva. Por lo tanto, el comportamiento del actor se analiza como el de un "contratista adaptativo".

2.2.1.3. Cumplimiento normativo como cultura organizacional

En un entorno empresarial donde las amenazas de reputación se esconden en cada esquina, una sólida cultura de ética y cumplimiento es la base de un programa de gestión de riesgos robusto. Las lecciones aprendidas relacionadas con los escándalos y las crisis organizativas que se remontan a principios de la década de 2000 dejan una cosa clara: sin una cultura ética y compatible, las organizaciones siempre estarán en riesgo de infringir las normas. De hecho, cada vez más, la cultura se está moviendo de un concepto elevado y blando a algo que debe definirse, medirse y mejorarse.

Tal como indica Scholz (1984), la cultura es uno de los mayores determinantes de cómo se comportan los empleados. Las culturas fuertes tienen dos elementos comunes: hay un alto nivel de acuerdo sobre lo que se valora y un alto nivel de intensidad con respecto a esos valores. Por supuesto, no todas las culturas fomentan comportamientos buenos o éticos. Cuando se trata de desarrollar programas de ética y cumplimiento normativo, el punto de partida es una cultura de integridad positiva (Roch, Scholz, & McGraw, 2000).

Dado el enfoque normativo en el fomento de una cultura ética, muchas organizaciones están llevando a cabo evaluaciones aprovechando los recursos internos y / o externos para revisar sus programas generales para garantizar que se aborden tanto la ética como el cumplimiento (Roch, Scholz, & McGraw, 2000).

2.2.2. Protección del consumidor

Si bien las empresas privadas se encuentran obligadas por ley a la actualidad a desarrollar programas de cumplimiento en materia de criminalidad empresarial, también debería ser imprescindible que estuvieran obligadas a desarrollar programas de cumplimiento en materia de protección al consumidor, las relaciones de consumo se verían enormemente beneficiadas, ya que si bien no se le puede pedir al proveedor brindar un servicio u ofrecer un producto 100 % idóneo, se puede evaluar la conducta del proveedor como atenuante especial en relación con lo desarrollado en el artículo 112 del Código de protección y defensa del consumidor, que prescribe criterios importantes que deben ser tomados en cuenta para graduar una sanción señalando:

Artículo 112 Inc.4: cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente (Código de Protección y Defensa del Consumidor (2017), 2017), para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:

- a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa ha dicho programa.
- b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
- c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.
- d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.
- e. Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.
- f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.
(...)

2.2.2.1. Especificaciones que la organización debe considerar en materia de protección al consumidor

El Código de Protección y Defensa del Consumidor (2017) tiene especificaciones a tener en cuenta; y para efectos del presente estudio se han esquematizado de manera que encajen con los servicios educativos que brindan la empresa materia de investigación.

A. Información a los consumidores

Establecidas en los Art 2.1., Art 2.2., Art 2.3., Art 3., Art 4.1., Art 4.2., Art 5.1. y Art 7.1.

B. Idoneidad de los productos y servicios

Establecidas en los Art 18., Art 19., Art 20.b., Art 20.c., Art 21.1., Art 21.2., Art 21.3., Art 24.1. y Art. 24.3.

C. Protección de los intereses sociales y económicos

Establecido en los Art. 38.1., Art 38.3., Art 39., Art 41.1.y Art 41.2.

D. Contratos

Establecido en los Art 46., Art 47.a., Art 47.b., Art 48.d. y Art 48.e.

E. Cláusulas abusivas

Establecido en los Art 49.1., Art 49.2. y Art. 49.3.

F. Productos o servicios educativos

Establecido en los Art 73., Art 74. 1. a., Art 74.1.b. Art 74.1.c., Art 74.1.e. y, Art 74.1. f.

G. Responsabilidades y sanciones

Establecido en los Art 100., Art 103. y Art 104.

H. Libro de Reclamaciones

Establecido en los Art 150, Art 151. y Art 152.

2.2.3. Compliance y protección del consumidor

Las leyes y regulaciones de protección al consumidor afectan todas las dimensiones del negocio, desde las prácticas de publicidad y marketing hasta la privacidad y seguridad de los datos, los problemas de facturación y cobranza y el servicio al cliente. Las agencias estatales y federales agresivas están captando la atención de altos ejecutivos que están preocupados por la gestión de

riesgos, los desafíos de cumplimiento y las consultas gubernamentales de alto perfil (Holland & Knight, 2020).

La protección del consumidor y una sólida gestión del riesgo de cumplimiento responde a una mayor aplicación de la regulación de la industria y una evaluación específica del potencial de daño al consumidor, y en protección del consumidor, se enfrentan a un regulador que tiene una agenda clara de amparo al consumidor, haciendo cambios incrementales (y en algunos casos sustanciales) a los controles, así como restitución directa a los consumidores (Matsuo et al., 2013).

Este enfoque regulatorio es mayor en cuanto a la protección del consumidor en la conducta comercial, y el trato al cliente tendrá implicaciones de gran alcance a lo largo del ciclo de vida y de las actividades comerciales, desde el desarrollo de productos hasta los puntos de contacto e interacciones continuos con el cliente.

Se debe destacar cuatro componentes de control para gestionar con éxito las responsabilidades y el riesgo de cumplimiento (Matsuo et al., 2013):

- Supervisión de la junta y de la administración
- Programa de cumplimiento
- Respuesta a las quejas del consumidor
- Auditoría de cumplimiento

La protección del consumidor ya debería verse como uno de los principales temas estratégicos y culturales de una empresa, un tema comercial que debe ser considerado a nivel de directorio y en todas las operaciones y funciones. Hacer negocios de manera efectiva y adecuada

ya debería implicar en la práctica seguir un paradigma de protección al consumidor. Estos son los imperativos comerciales fundamentales: comprometerse activamente con los clientes, tratarlos de manera justa y ofrecer productos y servicios que realmente satisfagan sus necesidades. Las mejores empresas harán estas cosas automáticamente, no debido a la regulación de protección al consumidor, sino porque brindar valor al consumidor es solo un buen negocio (Matsuo et al., 2013).

Son diversos los estudios relacionados a esta figura jurídica novedosa en materia penal, uno de ellos es Carrión (2014), quien afirma que los entes colectivos deben participar activamente en la lucha contra la criminalidad empresarial adoptando en su interior organizativa programas o medidas de control o prevención. En esa circunstancia si la empresa acredita que actuó conforme a sus programas internos de cumplimiento se beneficiarían con la atenuación o con la no aplicación de sanciones. De este modo, la implementación de un programa de Compliance empresarial, en materia de protección al consumidor, es considerada una situación atenuante tal cual se prescribe en el Código de protección y defensa del consumidor en el artículo 112, por lo que existe un efecto en beneficio directo para la Universidad Continental, ya que en caso existan denuncias o reclamos a posterior, se deberá graduar la sanción con esta atenuante, el programa de Compliance empresarial de la Universidad Continental genera un valor agregado a la reputación y marca de la compañía.

2.3. Definición de Términos

Consumidor. Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.

Proveedor. Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.

Relación de consumo. Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica.

Regulación. Conjunto de reglas vinculantes emitidas por un organismo privado o público con la autoridad necesaria para supervisar su cumplimiento y aplicar sanciones en respuesta a su violación.

Cumplimiento normativo. Actividades organizativas inducidas o estimuladas por los requisitos emitidos por la autoridad reguladora (Elliehausen, 2000; Gable, 2005).

Programa de cumplimiento. Los programas de cumplimiento son ejemplos de gobernanza voluntaria, donde las compañías u organizaciones expresan su compromiso con ciertas reglas y con los valores u objetivos en los que se basan.

Cumplimiento. La capacidad de actuar de acuerdo con un pedido, un conjunto de reglas o una solicitud.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis y Descripción de Variables

3.1.1. Hipótesis general

Al implementarse el programa Compliance empresarial, se ha tenido un efecto positivo en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

- Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.
- Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.
- Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.
- Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

- Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.
- Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

3.2. Descripción de las Variables

3.2.1. Definición operacional del Compliance

El Código de Protección y Defensa del Consumidor (2017) tiene especificaciones a tener en cuenta, y para efectos del presente estudio se han esquematizado de manera que encajen con los servicios educativos que brindan la empresa materia de investigación.

3.2.2. Definición operacional de sanciones en materia de protección al consumidor

Los programas de cumplimiento son ejemplos de gobernanza voluntaria, donde las compañías u organizaciones expresan su compromiso con ciertas reglas y con los valores u objetivos en los que se basan.

3.2.3. Definición conceptual

3.2.3.1. Definición conceptual de Compliance

Los programas de cumplimiento son ejemplos de gobernanza voluntaria, donde las compañías u organizaciones expresan su compromiso con ciertas reglas y con los valores u objetivos en los que se basan. Se prefiere a las actividades organizativas inducidas o estimuladas

por los requisitos emitidos por la autoridad reguladora (Elliehausen, 2000; Gable, 2005), generalmente presenta una imagen negativa con respecto a su impacto en las organizaciones.

3.2.3.2. Definición conceptual sanciones en materia de protección al consumidor

Bajo previos supuestos de hecho, donde la empresa incurre en falta, se establecen sanciones que son responsables de asumir. El Código de Protección y Defensa del Consumidor (2017) tiene especificaciones a tener en cuenta; y para efectos del presente estudio se han esquematizado de manera que encajen con los servicios educativos que brindan la empresa materia de investigación.

Tabla 1

Operacionalización de la variable independiente

VARIABLE: PROGRAMA DE COMPLIANCE EMPRESARIAL					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1: programa de Compliance empresarial	Los programas de cumplimiento son ejemplos de ‘gobernanza voluntaria’, donde las compañías u organizaciones expresan su compromiso con ciertas reglas y con los valores u objetivos en los que se basan.	Cuando la organización u empresa acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el Código de Protección y Defensa del consumidor, para lo cual se toma en cuenta criterios de evaluación.	Criterios de adecuación administrativa del Compliance Art. 112	<p>a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa ha dicho programa</p> <p>b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.</p> <p>c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.</p> <p>d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.</p> <p>f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.</p>	Escala de Likert
			Implementación del Compliance	Antes del Compliance: 1 Después del Compliance: 2	Dicotómica

Tabla 2

Operacionalización de la variable independiente

VARIABLE: SANCIONES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1: sanciones en materia de protección al consumidor	Bajo supuestos de hechos, donde la empresa incurre en falta, se establecen sanciones que son responsables de asumir.	El Código de Protección y Defensa del Consumidor (2017) tiene especificaciones a tener en cuenta; y para efectos del presente estudio se han esquematizado de manera que encajen con los servicios educativos que brindan la empresa materia de investigación.	Especificaciones que la organización debe considerar en materia de protección al consumidor	Faltas relacionadas en información a los consumidores. Faltas relacionadas en idoneidad de los productos y servicios. Faltas relacionadas en protección de los intereses sociales y económicos. Faltas relacionadas con contratos. Faltas relacionadas con cláusulas abusivas. Faltas relacionadas con productos o servicios educativos. Faltas relacionadas con responsabilidades y sanciones. Faltas relacionadas con el libro de reclamaciones.	Escala de Likert
			Procesos en trámite en Indecopi	Números de trámites antes del Compliance Número de trámites después del Compliance	Escala nominal
			Sanciones en Indecopi	Número de sanciones antes del Compliance Número de sanciones después del Compliance	Escala nominal

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de Investigación

Para el desarrollo de la presente tesis se utilizará el método general científico; el mismo que, como indica Bunge (2000), es el método que, establece la consecución de fases para la contrastación de hipótesis, y demostración del experimento. Es decir, es la aplicación de un proceso racional, metódico, e incluso dialectico; de tal manera que se ajusta al propósito de la investigación, ya que mediante la consecución de fases dentro del estudio gracias al razonamiento humano lógico, no solo se pudo identificar las variables de investigación sino se relacionó (r= contribución), así mismo se organizó procesos y encadeno hechos lógicos.

Y como método específico el hipotético-deductivo, el mismo que consiste en ser un procedimiento cuya técnica o método es seguido por los investigadores para hacer de su actividad una práctica científica (Sierra, 2009). En concreto, este método está compuesto por las siguientes fases esenciales:

- Observación del fenómeno a estudiar (prevención de sanciones de la Universidad Continental en materia de protección al consumidor).
- Creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno (implementación de un programa de Compliance empresarial en la Universidad Continental).
- Deducción de consecuencias o proposiciones más elementales de la propia hipótesis (impacto).
- Verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia (el impacto es positivo de la implementación de un programa de Compliance empresarial en la Universidad Continental, en la práctica de prevención de sanciones en materia de protección al consumidor).

4.2. Tipo de Investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada (Hernández et al., 2010), puesto que a partir de conocimiento generado anteriormente, se sustenta y basa el marco teórico y los antecedentes, replicándolos en realidad y población determinada, lo que permite contrastar la teoría y los resultados de la investigación.

4.3. Nivel de Investigación

Será de tipo básico, ya que en la rama del derecho administrativo el tema de Compliance no se encuentra desarrollado, por lo que las bases teóricas se hallan respecto al Compliance criminal; es decir, con la aplicación de esta investigación, se genera teoría sobre el tema y los resultados serán de trascendencia teórica y práctica.

4.4. Diseño de Investigación

Será una investigación experimental, debido a que permite identificar y cuantificar las causas de un efecto dentro de un estudio experimental. En este diseño se manipulan deliberadamente una o más variables, vinculadas a las causas, para medir el efecto que tienen en otra variable de interés (Hernández et. Al, 2010). Es decir, la variable a manipular es el programa de Compliance empresarial, y el efecto a medir es el impacto en la práctica de prevención de sanciones en materia de protección al consumidor. Así mismo, será cuasi experimental, ya que la manipulación de las variables, en este sentido, será de la variable independiente (programa Compliance), ya que se establece la media previa y poste mediante un pretest y un postest.

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

En esta investigación se realizó un contraste directo entre la percepción del personal, involucrado en la gestión administrativa de la Universidad Continental y la base de datos de la institución que se tiene que registrar antes de la implementación del Compliance y los datos después del Compliance. La población de la primera es aproximadamente de 30 trabajadores, y la base de datos con la que se cuenta hasta el momento es aproximadamente de 24 datos registrales o denuncia que se encuentran el Indecopi.

4.5.2. Muestra

Como se ha mencionado anteriormente en esta investigación la muestra será equivalente a la población, por lo que se hará uso de un muestreo censal, es decir, se trabajará con la totalidad de los datos y el personal involucrado en el tema de investigación.

4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica empleada para recopilar la percepción de los trabajadores que se encuentran relacionados directamente con el área administrativa involucrada será el cuestionario, y para determinar las sanciones y tramites establecidas por Indecopi será la obtención de data primaria facilitada por la institución educativa.

El instrumento para el primer caso será el cuestionario, y para el segundo una hoja de registro en Excel.

4.7. Técnicas de Procesamiento de Datos

En esta investigación, los datos percibidos serán organizados en la hoja de cálculo Excel para posteriormente ser vaciados al paquete estadístico SPSS, donde se realizará un análisis descriptivo de los indicadores y las variables de estudio, posteriormente por el nivel de investigación y para contrastar correctamente las hipótesis plateadas se efectuará mediante la aplicación del estadístico de prueba T de Student, pues es lo más indicado al diseño de esta investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. Análisis Descriptivo

Para el siguiente análisis se ha considerado la percepción de los trabajadores en el área administrativa que tienen contacto directo el público o con los estudiantes de la universidad de estudio, a quienes se les aplicó un instrumento a fin de establecer

5.1.1. Descripción del instrumento

Tabla 3

Cuando los estudiantes acuden a ti para solicitar un servicio específico a tu cargo, ¿les facilitas a todos la documentación o información necesaria y suficiente sobre el mismo?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	5	16.7	1	3.3
Indiferente	2	6.7	1	3.3
De acuerdo	13	43.3	2	6.7
Totalmente de acuerdo	10	33.3	26	86.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 3 en lo referido a la pregunta: cuando los estudiantes acuden a ti para solicitar un servicio específico a tu cargo, ¿les facilitas a todos la documentación o información necesaria y suficiente?, al personal administrativo de la institución estos han respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que el 16.7 % de estos está en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 6.2 es indiferente, el 43.3 % está de acuerdo y el 33.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y haber realizado las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 3.3% está en desacuerdo con que en la institución universitaria se facilita a todos

la documentación o información necesaria y suficiente que los estudiantes le hayan requerido, mientras que un equivalente es indiferente, el 6.7% menciona que están de acuerdo con la afirmación y el 86.7% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay antes y después de implementar el programa Compliance empresarial, cumpliendo con el objetivo de brindar un mejor servicio.

Tabla 4

Cuando un estudiante presenta una solicitud para que una oficina o área se preste un servicio, la misma. ¿Es atendida en los plazos establecidos?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	10	33.3	0	0.0
Indiferente	8	26.7	2	6.7
De acuerdo	5	16.7	10	33.3
Totalmente de acuerdo	7	23.3	18	60.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 4 referido a la pregunta: cuando un estudiante presenta una solicitud para que una oficina o área preste un servicio, la misma, ¿es atendida en los plazos establecidos? El personal administrativo de la institución ha respondido antes da implementación del programa Compliance empresarial que el 33.3 % de estos está en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 26.8 es indiferente, el 16.7 % está de acuerdo y el 23.3% de las encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 6.7% es indiferente con que los estudiantes son atendidos en los plazos establecidos, al presentar nunca solicitud en cualquiera de las áreas u oficinas, mientras que el 33.3% menciona que están de acuerdo con la afirmación y el 60.0% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que

hay antes y después de implementar el programa Compliance empresarial, cumpliendo con el objetivo de brindar un mejor servicio en la casa superior de estudios.

Tabla 5

Desde tu percepción, cuando un estudiante de modo general recibe un servicio, ¿se encuentra satisfecho con el mismo?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	0	0.0
En desacuerdo	12	40.0	0	0.0
Indiferente	8	26.7	2	6.7
De acuerdo	8	26.7	10	33.3
Totalmente de acuerdo	1	3.3	18	60.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 5 referido a la pregunta: desde tu percepción, cuando un estudiante de modo general recibe un servicio, ¿se encuentra satisfecho con el mismo? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial el 3.3 % de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación. Mientras que el 40.0% está en desacuerdo, así mismo el 26.7 menciona estar de acuerdo y el 3.3% de las encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 6.7% percibe que el estudiante se encuentra satisfecho al recibir un servicio, mientras que el 33.3% menciona que están de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 60.0% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay antes y después de implementar el programa Compliance empresarial, cumpliendo con el objetivo de brindar un mejor servicio en la casa superior de estudios.

Tabla 6

¿La universidad siempre informa antes de culminar un periodo académico, los requisitos económicos en las pensiones y otros conceptos?

	Pretest		Posttest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	2	6.7
En desacuerdo	5	16.7	2	6.7
Indiferente	10	33.3	1	3.3
De acuerdo	9	30.0	7	23.3
Totalmente de acuerdo	5	16.7	18	60.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 6 referido a la pregunta, ¿la universidad siempre informa antes de culminar un periodo académico los requisitos económicos en las pensiones y otros conceptos. El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 3.3 % de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 16.7% está en desacuerdo, así mismo el 33.3 menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 30% está de acuerdo y el 16.7% de los encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 6.7% está totalmente en desacuerdo con que en la universidad siempre se informa sobre los reajustes económicos de las pensiones y otros conceptos antes de culminar el periodo académico, así también el 6.7% menciona estar en desacuerdo, el 3.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, el 23.3% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 60.0% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 7

Cuando la universidad realiza un reajuste en el pago de pensiones ¿Se informa al personal que tendrá en contacto con los estudiantes para orientarlos y absolver sus dudas sobre este tema?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	10.0	0	0.0
En desacuerdo	6	20.0	2	6.7
Indiferente	9	30.0	1	3.3
De acuerdo	8	26.7	8	26.7
Totalmente de acuerdo	4	13.3	19	63.3
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 7 referido a la pregunta: cuando la universidad realiza un reajuste en el pago de pensiones, ¿se informa al personal que tendrá en contacto con los estudiantes para orientarlos y absolver sus dudas sobre este tema? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 3.3 % de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 16.7% está en desacuerdo, así mismo el 33.3 menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 30% está de acuerdo y el 16.7% de las encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 6.7% está totalmente es desacuerdo con que en la universidad siempre se informa sobre los reajustes económicos de las pensiones y otros conceptos antes de culminar el periodo académico, así también el 6.7% menciona estar en desacuerdo, el 3.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, el 23.3% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 60.0% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también

se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 8

¿Al inicio de cada periodo la universidad brinda a los estudiantes toda la información necesaria sobre el plan de estudios como su malla curricular, grado y título a obtener, duración certificaciones progresivas, requisitos de graduación etc.?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	16	53.3	0	0.0
Indiferente	8	26.7	0	0.0
De acuerdo	4	13.3	10	33.3
Totalmente de acuerdo	2	6.7	20	66.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 8 referido a la pregunta: ¿al inicio de cada periodo la universidad brinda a los estudiantes toda la información necesaria sobre el plan de estudios como su malla curricular, grado y título a obtener, duración certificaciones progresivas, requisitos de graduación etc.? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 53.3% está en desacuerdo, así mismo el 26.7% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, así también el 03.3% está de acuerdo y el 6.7% de los encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 33.3% está de acuerdo con que la universidad brinda a los estudiantes toda la información necesaria sobre el plan de estudios como su malla curricular, grado y título a obtener, duración certificaciones progresivas, requisitos de graduación etc. y el 66.7% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, pues las

mejoras han sido significativas respecto a este indicador mejorándose sustancialmente la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor.

Tabla 9

¿Los estudiantes cuentan con información clara sobre criterios de valuación de asignaturas, examen de suficiencias, retiro de asignaturas, etc.?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	11	36.7	0	0.0
Indiferente	10	33.3	1	3.3
De acuerdo	8	26.7	7	23.3
Totalmente de acuerdo	1	3.3	22	73.3
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 9 referido a la pregunta: ¿los estudiantes cuentan con información clara sobre criterios de valuación de asignaturas, examen de suficiencias, retiro de asignaturas, etc.? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 36.7% ha estado en desacuerdo con dicha afirmación, así también el 33.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo, de otro lado el 26.7% menciona estar de acuerdo, y el 3.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 3.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo con que los estudiantes cuentan con información clara sobre criterios de valuación de asignaturas, examen de suficiencias, retiro de asignaturas, etc., y el 23.3% está de acuerdo y el 73.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, pues las mejoras han sido significativas respecto a este indicador mejorándose sustancialmente la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor.

Tabla 10

¿La universidad ha difundido por diferentes canales el reglamento de estudiantes y otras normas académicas, los estudiantes conocen los mismos?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	0	0.0
En desacuerdo	12	40.0	0	0.0
Indiferente	8	26.7	1	3.3
De acuerdo	4	13.3	8	26.7
Totalmente de acuerdo	5	16.7	21	70.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 10 referido a la pregunta: ¿La universidad ha difundido por diferentes canales el reglamento de estudiantes y otras normas académicas, los estudiantes conocen los mismos?. El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 3.3% está totalmente en desacuerdo con la información, mientras que el 40% ha estado en desacuerdo, así también el 26.7% no está de acuerdo ni en desacuerdo, de otro lado el 13.3% menciona estar de acuerdo, y el 16.7% de las encuestados están totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 3.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo con que la universidad ha difundido por diferentes canales el reglamento de estudiantes y otras normas académicas, los estudiantes conocen los mismos, examen de suficiencias, retiro de asignaturas, etc., y el 26.7% está de acuerdo y el 70% de los encuestados está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, pues las mejoras han sido significativas respecto a este indicador mejorándose sustancialmente la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor..

Tabla 11

Luego de la programación de clases la universidad respeta los horarios, designación de docentes, aforo, etc.

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	1	3.3
En desacuerdo	14	46.7	1	3.3
Indiferente	9	30.0	1	3.3
De acuerdo	5	16.7	6	20.0
Totalmente de acuerdo	2	6.7	21	70.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 11 referido a la pregunta: ¿Luego de la programación de clases la universidad respeta los horarios, designación de docentes, aforo, etc.? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 46.7% está en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 30% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, así también el 16.7% está de acuerdo y el 6.7% de las encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 3.3% está totalmente es desacuerdo con que luego de la programación de clases la universidad respeta los horarios, designación de docentes, aforo, etc., así también el 3.3% menciona estar en desacuerdo, el 3.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, el 20.0% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 70.0% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 12

¿Al inicio de cada periodo la universidad informa a todos los estudiantes de todas las modalidades los servicios que presta como tópico, servicio psicopedagógico, centro de liderazgo, centro de emprendimiento, dentro cultural, CIDEM, centro de idiomas, etc.?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	10.0	0	0.0
En desacuerdo	9	30.0	0	0.0
Indiferente	9	30.0	1	3.3
De acuerdo	8	26.7	12	40.0
Totalmente de acuerdo	1	3.3	17	56.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 12 referido a la pregunta: ¿al inicio de cada periodo la universidad informa a todos los estudiantes de todas las modalidades los servicios que presta como tópico, servicio psicopedagógico, centro de liderazgo, centro de emprendimiento, dentro cultural, CIDEM, centro de idiomas, etc.? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 10% de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 30% está en desacuerdo, así mismo el 30% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 26.7% está de acuerdo y el 3.3% de las encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que el 3.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo con que al inicio de cada periodo la universidad informa a todos los estudiantes de todas las modalidades los servicios que presta como tópico, servicio psicopedagógico, centro de liderazgo, centro de emprendimiento, dentro cultural, CIDEM, centro de idiomas, etc., sin embargo, el 40% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 56.7% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se

observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 13

¿Los reclamos y denuncias por los estudiantes obedecen a razones de no cumplir nuestras propias normas internas?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	0	0.0
En desacuerdo	9	30.0	1	3.3
Indiferente	3	10.0	2	6.7
De acuerdo	11	36.7	7	23.3
Totalmente de acuerdo	6	20.0	20	66.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 13 referido a la pregunta: ¿los reclamos y denuncias por los estudiantes obedecen a razones de no cumplir nuestras propias normas internas? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 3.3 % de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 30% está en desacuerdo, así mismo el 10% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 36.7% está de acuerdo y el 20% de las encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% está en desacuerdo con que los reclamos y denuncias por los estudiantes obedecen a razones de no cumplir nuestras propias normas internas, así también el 6.7% menciona no estar de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, el 23.3% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 66.7% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el

contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 14

¿La universidad capacita a su personal en obligaciones en materia de protección al consumidor, atención de clientes, obligaciones legales en materia de educación superior universitaria?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	0	0.0
En desacuerdo	15	50.0	1	3.3
Indiferente	11	36.7	2	6.7
De acuerdo	3	10.0	10	33.3
Totalmente de acuerdo	0	0.0	17	56.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 14 referido a la pregunta: ¿La universidad capacita a su personal en obligaciones en materia de protección al consumidor, atención de clientes, obligaciones legales en materia de educación superior universitaria? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 3.3 % de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 50% está en desacuerdo, así mismo el 36.7% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 10% está de acuerdo y ninguno de los encuestados está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% está en desacuerdo con que la universidad capacita a su personal en obligaciones en materia de protección al consumidor, atención de clientes, obligaciones legales en materia de educación superior universitaria, así también el 6.7% menciona no estar de acuerdo ni en desacuerdo , sin embargo, el 33.3% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 56.7% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las

variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 15

¿Existe un proceso para sancionar a los trabajadores que por su actuar se sanciono a la Universidad y se adoptaron medidas correctivas para mejorar el servicio?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	6.7	0	0.0
En desacuerdo	14	46.7	1	3.3
Indiferente	5	16.7	1	3.3
De acuerdo	8	26.7	5	16.7
Totalmente de acuerdo	1	3.3	23	76.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 15 referido a la pregunta: ¿existe un proceso para sancionar a los trabajadores que por su actuar se sanciono a la Universidad y se adoptaron medidas correctivas para mejorar el servicio? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 6.7% de estos está totalmente en desacuerdo con dicha afirmación, mientras que el 46.7% está en desacuerdo, así mismo el 16.7% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 26.7% está de acuerdo y el 3.3% está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% está en desacuerdo con que existe un proceso para sancionar a los trabajadores que por su actuar se sanciono a la Universidad y se adoptaron medidas correctivas para mejorar el servicio, así también el 3.3% menciona no estar de acuerdo ni en desacuerdo, sin embargo, el 16.7% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 76.7% está totalmente de acuerdo. Ante

ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 16

¿La universidad cuenta con un libro de reclamaciones, en físico y/o virtual?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	6	20.0	0	0.0
Indiferente	5	16.7	1.0	3,3
De acuerdo	8	26.7	10.0	33,3
Totalmente de acuerdo	11	36.7	19.0	63,3
Total	30	100.0	30.0	100,0

En la tabla 16 referido a la pregunta: ¿la universidad cuenta con un libro de reclamaciones, en físico y/o virtual? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, 20% está en desacuerdo con dicha afirmación, así mismo el 16.7% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 26.7% está de acuerdo y el 36.7% está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% menciona no estar de acuerdo ni en desacuerdo con que la universidad cuenta con un libro de reclamaciones, en físico y/o virtual, sin embargo, el 33.3% ha mencionado sentirse de acuerdo con lo mencionado anteriormente y el 63.3% está totalmente de acuerdo. Ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido

mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 17

¿La universidad cuenta con el aviso del libro de reclamaciones en un lugar visible para los estudiantes?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	10	33.3	1.0	3,3
Indiferente	5	16.7	0	0.0
De acuerdo	6	20.0	8.0	26,7
Totalmente de acuerdo	9	30.0	21.0	70,0
Total	30	100.0	30.0	100,0

En la tabla 17 referido a la pregunta: ¿la universidad cuenta con el aviso del libro de reclamaciones en un lugar visible para los estudiantes? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 33.3% está en desacuerdo con dicha afirmación, así mismo el 16.7% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 20.0% está de acuerdo y el 30.0% está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% menciona estar en desacuerdo con que la universidad cuenta con el aviso del libro de reclamaciones en un lugar visible para los estudiantes, sin embargo, el 3.3% ha mencionado sentirse en desacuerdo, sin embargo, nadie está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, así también el 26.7% está de acuerdo y el 70% percibe estar totalmente de acuerdo con la afirmación, ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que

algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 18

Cuando un estudiante solicita el libro de reclamaciones, ¿el personal de la universidad le brinda apoyo para que lo utilice correctamente?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	0	0.0
En desacuerdo	8	26.7	0	0.0
Indiferente	7	23.3	1	3.3
De acuerdo	4	13.3	6	20.0
Totalmente de acuerdo	10	33.3	23	76.7
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 18 referido a la pregunta: cuando un estudiante solicita el libro de reclamaciones, ¿el personal de la universidad le brinda apoyo para que lo utilice correctamente? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 3.3% está totalmente en desacuerdo, mientras que el 26.7 está en desacuerdo con dicha afirmación, así mismo el 23.3% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 13.3% está de acuerdo y el 33.3% está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que cuando un estudiante solicita el libro de reclamaciones, el personal de la universidad le brinda apoyo para que lo utilice correctamente, así también el 2.0% está de acuerdo y el 76.7% percibe estar totalmente de acuerdo con la afirmación, ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se

observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 19

El plazo para atender un reclamo registrado en el Libro de Reclamaciones es de 30 días y ¿la universidad responde dentro de tal plazo?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0	0.0
En desacuerdo	6	20.0	1	3.3
Indiferente	10	33.3	1	3.3
De acuerdo	10	33.3	10	33.3
Totalmente de acuerdo	4	13.3	18	60.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 19 referido a la pregunta: El plazo para atender un reclamo registrado en el Libro de Reclamaciones es de 30 días y ¿la universidad responde dentro de tal plazo? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 20% está en desacuerdo con dicha afirmación, así mismo el 33.3% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 33.3% está de acuerdo y el 13.3% está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% menciona estar en desacuerdo con que el plazo para atender un reclamo registrado en el libro de Reclamaciones es de 30 días y la universidad responde dentro de tal plazo, sin embargo, el 3.3% ha mencionado no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, así también el 33.3% está de acuerdo y el 60% percibe estar totalmente de acuerdo con la afirmación, ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos generales, sin embargo, también se observa que

algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

Tabla 20

¿La universidad no espera los últimos días de plazo que tienen para atender un reclamo en el Libro de Reclamaciones, si no que en los primeros cinco días de respuesta al mismo?

	Pretest		Postest	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	10.0	0.0	0.0
En desacuerdo	9	30.0	1	3.3
Indiferente	9	30.0	3	10.0
De acuerdo	8	26.7	8	26.7
Totalmente de acuerdo	1	3.3	18	60.0
Total	30	100.0	30	100.0

En la tabla 17 referido a la pregunta: ¿la universidad no espera los últimos días de plazo que tienen para atender un reclamo en el Libro de Reclamaciones, si no que en los primeros cinco días de respuesta al mismo? El personal administrativo de la institución ha respondido antes de la implementación del programa Compliance empresarial que, el 10% está totalmente en desacuerdo, así también el 30% está en desacuerdo con dicha afirmación, así mismo el 30% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 26.7% está de acuerdo y el 3.3% está totalmente de acuerdo. Sin embargo, después de haberse implementado el programa y de realizar las capacitaciones correspondientes a los administrativos se ha obtenido que 3.3% menciona estar en desacuerdo con que la universidad no espera los últimos días de plazo que tienen para atender un reclamo en el Libro de Reclamaciones, si no que en los primeros cinco días de respuesta al mismo, sin embargo, el 10% ha mencionado estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, así también el 26.7% está de acuerdo y el 60% percibe estar totalmente de acuerdo con la afirmación, ante ello se puede diferenciar claramente las variaciones que hay en términos

generales, sin embargo, también se observa que algunas personas no han percibido mejoras por el contrario, estas han observado que la afirmación no es cumplida y después de implementar el programa Compliance empresarial.

5.1.2. Descripción de las dimensiones y variables

Tabla 21

Pretest y posttest de la dimensión idoneidad de los productos y servicios

		Dimensión Idoneidad de los productos y servicios posttest			Total
		Regular	Eficiente	Muy eficiente	
Dimensión Idoneidad de los productos y servicios pretest	Regular	0	0	8	8
	Eficiente	1	1	11	13
	Muy eficiente	0	0	9	9
Total		1	1	28	30

Tal como se puede notar en la tabla 21, en la dimensión idoneidad de los productos y servicios, 8 personas que respondieron en el pretest una percepción regular, luego respondieron que esta dimensión era muy eficiente posttest. De la misma manera, 13 personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el posttest respondieron 1 con una percepción regular, 1 con una percepción eficiente y 11 con una percepción muy eficiente. También, 9 personas que respondieron en el pretest una percepción muy eficiente, en el posttest, 9 respondieron con una percepción muy eficiente. Esto indica que 19 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción de la idoneidad de los productos y servicios gracias al efecto del Compliance empresarial.

Tabla 22

Pretest y postest de la dimensión protección de los intereses sociales y económicos

		Dimensión Protección de los intereses sociales y económicos postest		Total
		Regular	Muy eficiente	
Dimensión protección de los intereses sociales y económicos pretest	Regular	1	6	7
	Eficiente	2	13	15
	Muy eficiente	1	7	8
Total		4	26	30

Tal como se puede notar en la tabla 22, 7 personas que respondieron en el pretest una percepción regular, en el postest, 1 respondió con una percepción regular y 6 con una percepción muy eficiente. También, 15 personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el postest, 2 respondieron con una percepción regular y 13 con una percepción muy eficiente. 8 personas que respondieron en el pretest una percepción muy eficiente, en el postest, 1 respondió con una percepción regular y 7 respondieron con una percepción muy eficiente. Esto indica que 19 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción de la protección de los intereses sociales y económicos gracias al efecto del Compliance empresarial.

Tabla 23

Pretest y postest de la dimensión contratos

		Dimensión Contratos postest		Total
		Eficiente	Muy eficiente	
Dimensión contratos pretest	Regular	0	18	18
	Eficiente	1	7	8
	Muy eficiente	0	4	4
Total		1	29	30

Tal como se puede notar en la tabla 23, 18 personas que respondieron en el pretest una percepción regular, en el postest, 6 personas respondieron con una percepción muy eficiente. También, 8 personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el postest, 1 respondió con una percepción eficiente y 7 con una percepción muy eficiente. 4 personas que

respondieron en el pretest una percepción muy eficiente, en el postest, estos 4 respondieron con una percepción muy eficiente. Esto indica que 25 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción de los contratos gracias al efecto del Compliance empresarial.

Tabla 24

Pretest y postest de la dimensión productos y servicios educativos

		Dimensión Productos y servicios educativos postest			Total
		Regular	Eficiente	Muy eficiente	
Dimensión Productos y servicios educativos pretest	Muy deficiente	0	2	1	3
	Deficiente	1	3	5	9
	Regular	0	4	5	9
	Eficiente	0	3	5	8
	Muy eficiente	0	0	1	1
Total		1	12	17	30

Tal como se puede notar en la tabla 24, 3 personas que respondieron en el pretest una percepción muy deficiente, en el postest, 2 respondieron con una percepción eficiente y 1 respondió con una percepción muy eficiente. También, 9 personas que respondieron en el pretest una percepción deficiente, en el postest, 1 respondió con una percepción regular, 3 respondieron con una percepción eficiente y 5 con una percepción muy eficiente. Luego, 9 personas que respondieron en el pretest una percepción regular, en el postest, 4 respondieron con una percepción eficiente y 5 respondieron con una percepción muy eficiente. Además, 8 personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el postest, 3 respondieron con una percepción eficiente y 5 respondieron con una percepción muy eficiente. Luego, 1 persona que respondió en el pretest una percepción muy eficiente, en el postest, este respondió con una percepción muy eficiente. Esto indica que 25 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción de los productos y servicios educativos gracias al efecto del Compliance empresarial.

Tabla 25

Pretest y postest de la dimensión responsabilidades y sanciones

		Dimensión Responsabilidades y sanciones postest			Total
		Regular	Eficiente	Muy eficiente	
Dimensión Responsabilidades y sanciones pretest	Deficiente	0	0	1	1
	Regular	1	1	11	13
	Eficiente	0	0	12	12
	Muy eficiente	0	1	3	4
Total		1	2	27	30

Tal como se puede notar en la tabla 25, 1 persona que respondió en el pretest una percepción deficiente, en el postest, este respondió con una percepción muy eficiente. Luego, 13 personas que respondieron en el pretest una percepción regular, en el postest, 1 respondió con una percepción regular, 1 respondió con una percepción eficiente y 11 respondieron con una percepción muy eficiente. Además, doce personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el postest, 12 respondieron con una percepción muy eficiente. Luego, 4 personas que respondieron en el pretest una percepción muy eficiente, en el postest, 1 respondió con una percepción eficiente y 3 respondieron con una percepción muy eficiente. Esto indica que 26 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción de las responsabilidades y sanciones gracias al efecto del Compliance empresarial.

Tabla 26

Pretest y postest de la dimensión Libro de Reclamaciones

		Dimensión Libro de Reclamaciones postest			Total
		Regular	Eficiente	Muy eficiente	
Dimensión Libro de Reclamaciones pretest	Regular	0	1	13	14
	Eficiente	1	0	5	6
	Muy eficiente	0	1	9	10
Total		1	2	27	30

Tal como se puede notar en la tabla 26, 14 personas que respondieron en el pretest una percepción regular, en el postest, 1 respondió con una percepción eficiente y 13 respondieron con una percepción muy eficiente. Luego, 6 personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el postest, 1 respondió con una percepción regular y 5 respondieron con una percepción muy eficiente. Además, 10 personas que respondieron en el pretest una percepción muy eficiente, en el postest, 1 respondió con una percepción eficiente y 9 respondieron con una percepción muy eficiente. Esto indica que 19 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción del libro de reclamaciones gracias al efecto del Compliance empresarial.

Tabla 27

Pretest y postest de la variable prevención de sanciones en materia de protección al consumidor

		Variable Prevención de sanciones postest		Total
		Eficiente	Muy eficiente	
Variable Prevención de sanciones pretest	Regular	1	11	12
	Eficiente	2	14	16
	Muy eficiente	0	2	2
Total		3	27	30

Tal como se puede notar en la tabla 27, doce personas que respondieron en el pretest una percepción regular, en el postest, 1 respondió con una percepción eficiente y 11 respondieron con una percepción muy eficiente. Luego, 16 personas que respondieron en el pretest una percepción eficiente, en el postest, 2 respondieron con una percepción eficiente y 14 respondieron con una percepción muy eficiente. Además, 2 personas que respondieron en el pretest una percepción muy eficiente, en el postest, estos 2 respondieron con una percepción muy eficiente. Esto indica que 26 de 30 individuos denotaron una mejora en su percepción del libro de reclamaciones gracias al efecto del Compliance empresarial.

5.2. Análisis Estadístico

5.2.1. Hipótesis específica 1

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Tabla 28

Interpretación del estadístico

ESTADÍSTICO T	INTERPRETACIÓN
De $\pm 2,04$ a \pm más	VARIABLES DIFERENTES EN MEDIAS
De $\pm 0,00$ a $\pm 2,04$	VARIABLES IGUALES EN MEDIAS

Adaptado de “Metodología de la investigación”, por Hernández, Fernández & Baptista (2010).

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 29

Correlación idoneidad de los productos y servicios y Compliance empresarial

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior Superior				
Dimensión Idoneidad de los productos y servicios postest y pretest	,86667	,86037	,15708	,54540	1,18793	5,517	29	,000

Paso 4. Regla de decisión

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 5.517$$

También se tiene que el valor t es de 5.517 y la significancia es igual a 0.000.

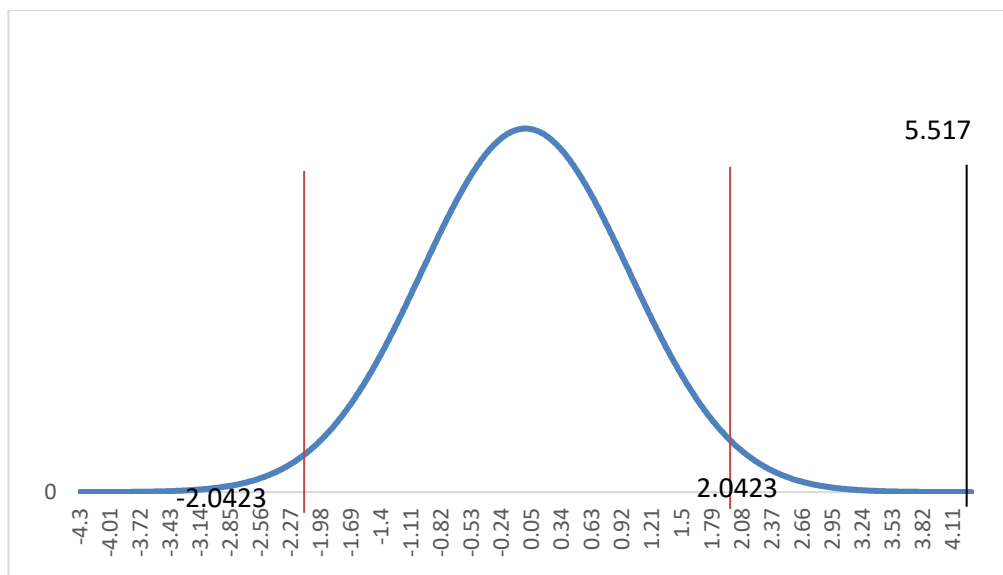


Figura 1. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{nulo} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{nulo}$, para el presente caso se tiene $5.517 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ y el estadístico de prueba T de Student de 5.517 se valida que existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

5.2.2. Hipótesis específica 2

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 30

Correlación protección de intereses sociales y económicos; y Compliance empresarial

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior				Superior
Dimensión protección de los intereses sociales y económicos postest y pretest	,70000	,98786	,18036	,33113	1,06887	3,881	29	,001

Paso 4. Regla de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 3,881$$

También se tiene que el valor t es de 3,881 y la significancia es igual a 0.000.

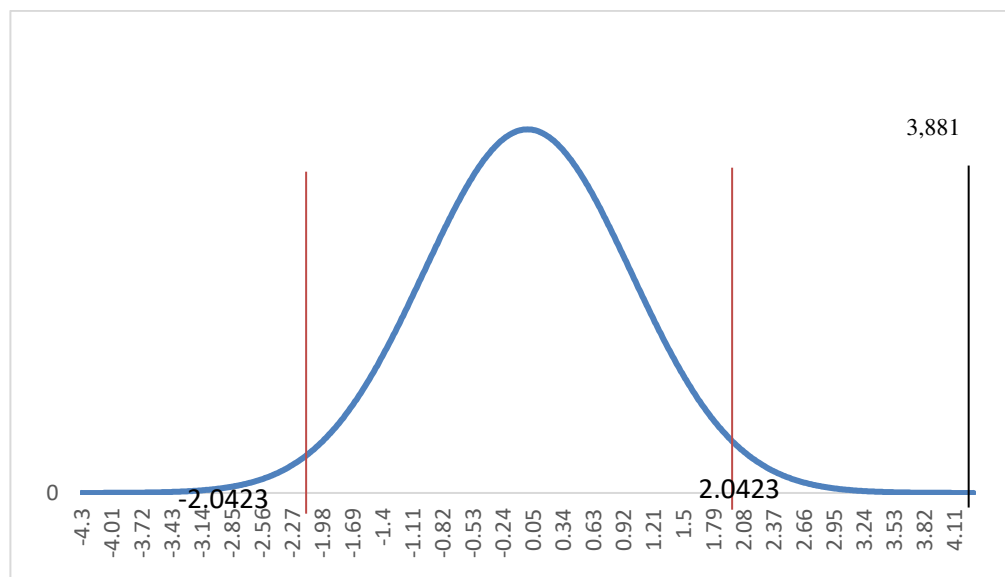


Figura 2. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{nulo} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{nulo}$, para el presente caso se tiene $3.881 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.001 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ y el estadístico de prueba T de Student de 3.881 se valida que existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

5.2.3. Hipótesis específica 3

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 31

Correlación contratos y Compliance empresarial

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia Inferior Superior			
Dimensión Contratos postest y pretest	1,43333	,77385	,14129	1,14437 1,72230	10,145	29	,000

Paso 4. Regla de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 10.145$$

También se tiene que el valor t es de 10.145 y la significancia es igual a 0.000.

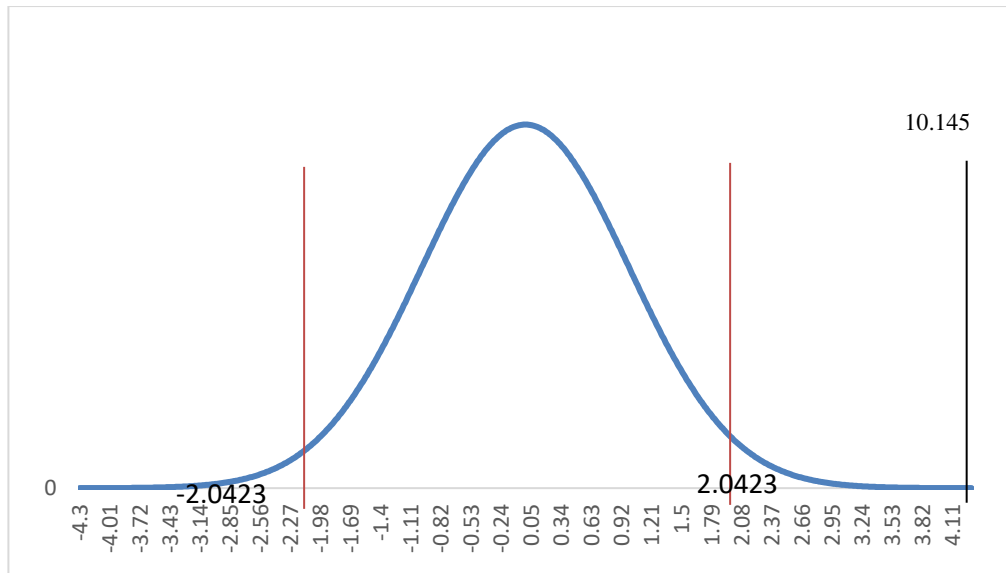


Figura 3. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en los contratos

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{nulo} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{nulo}$, para el presente caso se tiene $10.145 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ y el estadístico de prueba T de Student de 10.145 se valida que existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

5.2.4. Hipótesis específica 4

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 32

Correlación productos y servicios educativos, y Compliance empresarial

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia Inferior Superior			
Dimensión Productos y servicios educativos postest y pretest	1,70000	1,08755	,19856	1,29390 2,10610	8,562	29	,000

Paso 4. Regla de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 8.562$$

También se tiene que el valor t es de 8.562 y la significancia es igual a 0.000.

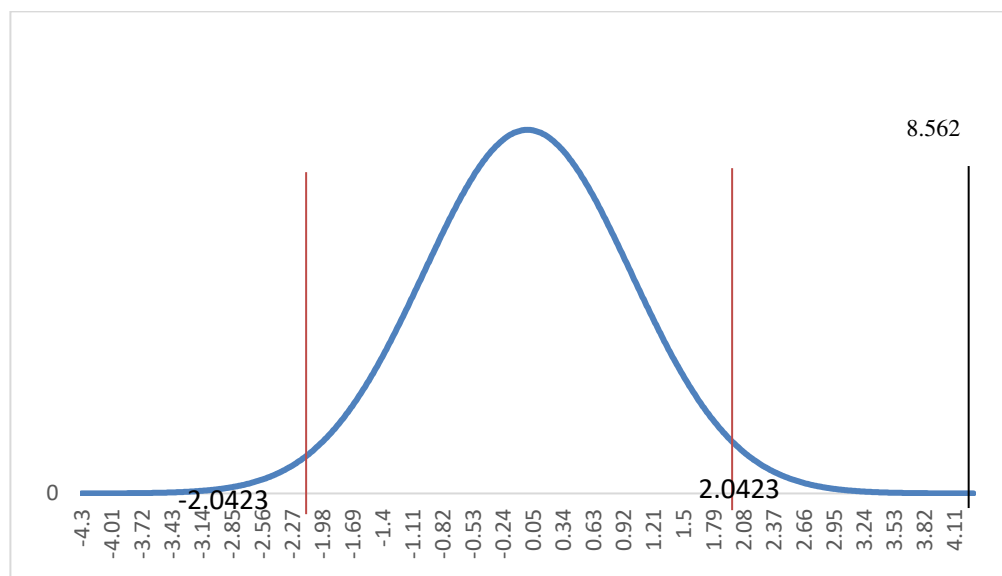


Figura 4. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{nulo} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{nulo}$, para el presente caso se tiene $8.562 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ y el estadístico de prueba T de Student de 8.562 se valida que existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

5.2.5. Hipótesis específica 5

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 33

Correlación responsabilidad y sanciones, y Compliance empresarial

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia			
				Inferior Superior			
Dimensión Responsabilidades y sanciones postest y pretest	1,23333	,85836	,15671	,91282 1,55385	7,870	29	,000

Paso 4. Regla de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 7.870$$

También se tiene que el valor t es de 7.870 y la significancia es igual a 0.000.

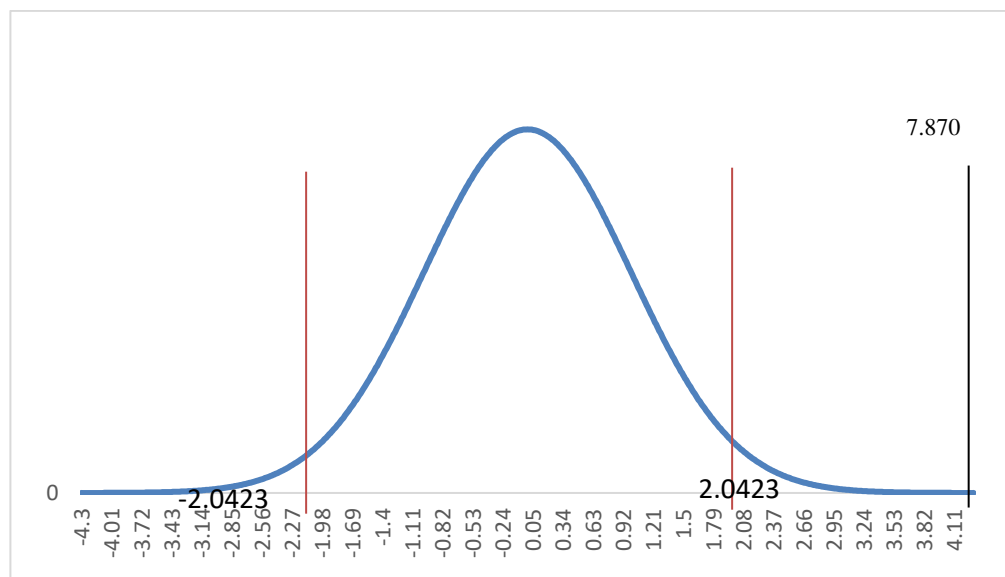


Figura 5. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{nulo} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{nulo}$, para el presente caso se tiene $7.870 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ y el estadístico de prueba T de Student de 7.870 se valida que existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

5.2.6. Hipótesis específica 6

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 34

Correlación libro de reclamaciones, y Compliance empresarial

	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
				Inferior				Superior
Dimensión Libro de Reclamaciones postest y pretest	1,00000	1,01710	,18570	,62021	1,37979	5,385	29	,000

Paso 4. Regla de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 5.385$$

También se tiene que el valor t es de 5.385 y la significancia es igual a 0.000.

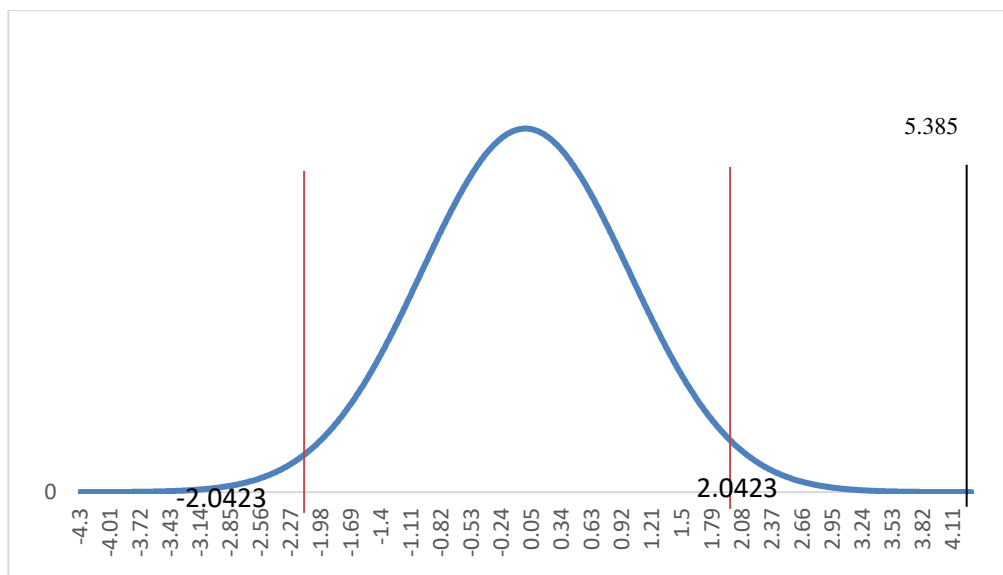


Figura 6. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{\text{nulo}} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{\text{nulo}}$, para el presente caso se tiene $5.385 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ y el estadístico de prueba T de Student de 5.385 se valida que existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.

5.2.7. Hipótesis general

Paso 1. Definir la Hipótesis estadística H0 y H1

H1. “Existe un efecto significativo al implementarse el programa Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019” (H1: $r \neq 0$)

H0. “No existe un efecto significativo al implementarse el programa Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019” (H0: $r = 0$)

Paso 2. Elegir un nivel de significancia y el estadístico de prueba

El nivel de significancia utilizado para esta hipótesis es de $\alpha = 0.05$. Para la comparativa de dos dimensiones o variables se realiza a través del estadístico t Student, el cual tiene valores que se pueden interpretar según lo presentado en la tabla 28:

Paso 3. Cálculo del estadístico de prueba

Se tiene el resultado del estadístico en la siguiente tabla:

Tabla 35

Correlación prevención de sanciones, y Compliance empresarial

Variable	Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia			
				Inferior Superior			
Prevencción de sanciones postest y pretest	1,23333	,67891	,12395	,97982 1,48684	9,950	29	,000

Paso 4. Regla de decisión

De ello se puede encontrar el valor de t igual a:

$$t_c = 9.950$$

También se tiene que el valor t es de 5.385 y la significancia es igual a 0.000.

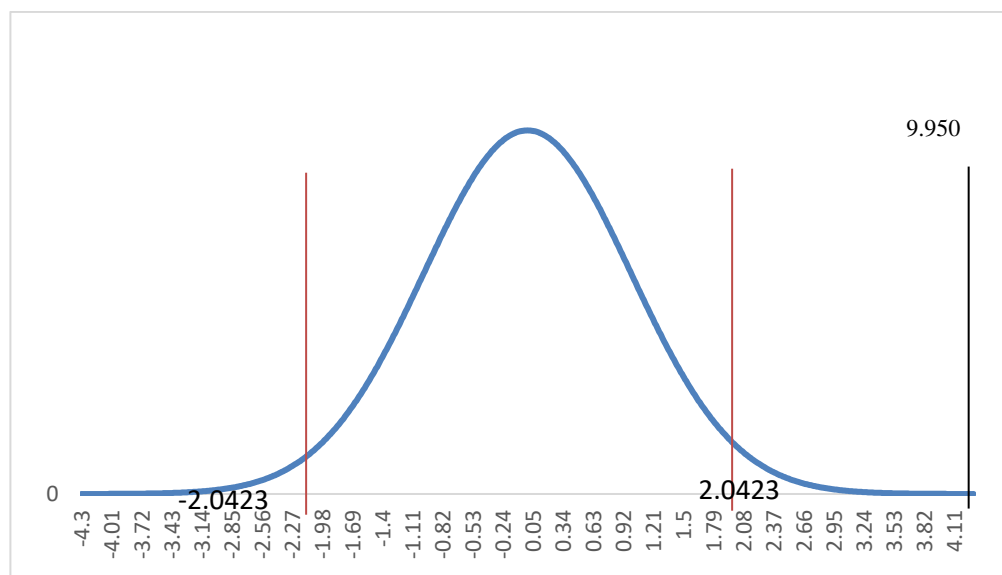


Figura 7. Campana de Gauss, impacto de programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor

Las reglas de decisión se detallan en la parte de técnicas de procesamiento de datos, estas derivan en la obtención de un nivel de significancia al 5% como mínimo, esto implica que, al realizarse las pruebas estadísticas, los p – valores de las pruebas t - Student no deben de superar el valor de 0.05 para poder aceptar la hipótesis alterna de relación entre las variables a estudiar, mientras que si se supera el valor a 0.05 se acepta la hipótesis nula. Adicional a ello se espera que los valores sean superiores al valor máximo que se establece como “variables iguales en media” el cual es equivalente a 2.04.

Paso 5. Toma de decisión

Se compara en un principio el nivel de estadístico de prueba con respecto del estadístico de prueba nulo, es decir, con $t_{nulo} = 2.04$, de forma tal que $t_c > t_{nulo}$, para el presente caso se tiene $9.950 > 2.04$, por lo que se detalla diferencia de variables en media. Se compara el nivel de significancia de la prueba y la significancia teórica, $p_c < p_t$ por lo tanto, $0.000 < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 6. Conclusión estadística

Con nivel de significación $\alpha = 0,05$ se demuestra que Existe un impacto significativo de la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor; y el programa de Compliance empresarial en la Universidad Continental.

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Con respecto de la presente investigación, al plantearse el objetivo general se buscó establecer cuál es el efecto de la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019. Esto teniendo en cuenta que la figura del Compliance nace como un mecanismo de prevención, y a pesar de no contar con un enfoque dirigido al derecho del consumidor, se ha enfocado más sobre la base de la relación entre el Compliance y los efectos en otras variables aproximadas a esta, principalmente ligada al delito corporativo, previniendo la comisión de infracciones por parte de la empresa privada es uno de los fines que persigue el Compliance.

Con respecto de los resultados encontrados sobre la base de la aplicación del programa de Compliance empresarial para la prevención de sanciones, se obtuvo un resultado positivo dentro de todas las dimensiones de la prevención de las infracciones de idoneidad de los productos y servicios, protección de los intereses sociales y económicos de los usuarios, en los contratos de consumo, en los productos y servicios, en las responsabilidades y sanciones y en el uso del libro de reclamaciones, denotando al menos 19 de los 30 participantes dentro del programa, siendo este el 63% del total de participantes del programa. Luego se obtuvo significancia en todas las dimensiones del Compliance y en la misma variable, teniendo todos unos valores $t - Student$ superior a 3.8 y un p -valor al 5%.

Al respecto de la literatura revisada, se ha podido comprobar que en Bangladesh sugieren que el nivel de cumplimiento entre las empresas de la muestra se encuentra en un nivel más alto (Hossain, 2017). El estudio indica que las empresas en realidad están siguiendo las disposiciones reglamentarias debido al cumplimiento normativo, variable que se aproxima al Compliance

empresarial. Pawliw (2016) menciona que en Canadá las empresas deben prestar especial atención al desarrollar una identidad corporativa que sea coherente, bien documentada y bien explicada, lo cual se consigue a través de programas de Compliance bien elaborados. Francis y Armstrong (2013), en Australia, muestran que una organización ética contribuye a la organización, a las ganancias, reduce el fraude, evita litigios, mitiga las sanciones legales por incumplimiento legal y garantiza un ambiente seguro y saludable. Este estudio de caso proporciona una síntesis entre el cumplimiento legal y el cumplimiento ético a través de la autorregulación aspiracional, ello muestra que un lineamiento al Compliance es mediante la ética dentro de las organizaciones. Clavijo (2016) también explica que autorregulación-regulada y la colaboración del sector privado y el Estado en la prevención y detección de la criminalidad empresarial es trascendental y necesaria en la actualidad, de este modo se debe tener en consideración principalmente la colaboración que debe existir entre las empresas y el Estado. Astudillo & Jiménez (2016) precisan que la implementación de un programa de cumplimiento es una medida que constituye un incentivo para todas las empresas de modo que, se autorregulan a fin de obtener cultura de cumplimiento normativo dentro de la organización. Es decir, el sector empresarial asumiría un verdadero compromiso de lucha contra la corrupción.

No obstante también hay investigaciones como la de Mulugeta (2016) que muestra que ante una falta de comprensión sobre los detalles de las regulaciones y se notó que los problemas que surgen debido a la protección de datos se manejaron sobre la marcha. Para resumir a los entrevistados, hay una mentalidad reactiva en lugar de una proactiva hacia el cumplimiento de las regulaciones de datos. También Tosatto (2014), en Italia, señala que hay dificultades para entender el modelo de proceso y el marco regulatorio se generan problema de probar el cumplimiento normativo. En estas investigaciones se evidencia que hay sensibilidad en el uso de programas y

también en el conocimiento brindado para sobre la normativa a la cual se desea realizar cumplimiento, en contraste, se sigue teniendo una relación similar a la que se espera de estas intervenciones.

Adicionalmente, se debe tener en alta consideración que es en merito a la coordinación directa con el área legal de la universidad, y también con el área de atención al usuario, hoy en día se encuentran con mayor conocimiento en gestiones de atención al usuario y gestión de reclamos, denuncias y el relleno correcto del Libro de Reclamaciones. Por lo que los colaboradores tienen un proceso más claro de la importancia de prevenir infracciones en materia de protección al consumidor, es en merito a los resultados obtenidos que se ha podido observar una aceptación de parte de los colaboradores, de poder identificarse con el programa, de poder identificarse con su centro de labores en sí, ya que todos estuvieron proactivamente comprometidos en aprender, en consultar y sobre todo en remarcar esos valores éticos que forjan un programa de cumplimiento efectivo.

Por lo revisado, se puede dar como resumen de que la presente investigación aporta considerablemente acerca de la actual visión del Compliance como un fenómeno de estudio, más aún sobre la base del Compliance corporativo.

CONCLUSIONES

Después del desarrollo de la investigación donde el objetivo fue determinar el efecto del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor en la Universidad Continental-2019, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Existe un impacto significativo directo al implementarse el programa de Compliance empresarial con la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019, pues desde la percepción de los trabajadores en la gestión administrativa, se ha visualizado que tienen claro que se están brindando un mejor servicio a los estudiantes.
2. Hay un impacto significativo directo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019, ya que desde la percepción de los trabajadores en la gestión administrativa, ellos han visualizado que es importante poner a disposición de los estudiantes la información sobre sus tasas educacionales antes de culminar el periodo lectivo, así como la orientación para que estos puedan ser bien atendidos y absolver su dudas sobre el tema.
3. Se ha demostrado un impacto significativo directo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019, porque se ha mejorado el acceso a la información sobre su plan de estudios, criterios a evaluarse y los reglamentos institucionales.

4. Existe un impacto significativo directo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019, pues desde la percepción de los trabajadores en la gestión administrativa se ha visualizado que en la institución han puesto a disposición de los estudiantes la información sobre los servicios que se prestan a nivel general y los beneficios que estos tienen al ser parte de la casa superior de estudios.
5. Hay un impacto significativo directo al implementarse el programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019, pues desde la percepción de los trabajadores en la gestión administrativa, ellos han visualizado que en la institución se ha puesto a disposición de los estudiantes la información sobre los reclamos y denuncias que estos pueden realizar, así como de no cumplirse, sabe cuál es el camino que deben seguir, como también las normas internas de la universidad.
6. Se ha verificado un impacto significativo directo al implementarse el programa de Compliance empresarial en el acceso al Libro de Reclamación en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019, pues desde la percepción de los trabajadores en la gestión administrativa, ellos han visualizado que en la institución se ha puesto a disposición de los estudiantes el libro de Reclamación, así como el acceso a este en un lugar visible, además de brindarles la guía necesaria para que este sea rellenado, así como la información que existe sobre el libro de reclamaciones virtual.
7. Se ha demostrado un impacto significativo directo al implementarse el programa Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la

Universidad Continental, ya que desde la percepción de los trabajadores en la gestión administrativa ellos han visualizado que en la institución se ha incrementado o puesto a disposición de los estudiantes todo el acceso a la información que estos requieren, por lo que se ha mejorado y transparentado la calidad del servicio y el aspecto normativo, para conseguir con ello la prevención de denuncias ante Indecopi u otras instituciones reguladoras.

RECOMENDACIONES

Después de haber llegado a las conclusiones plasmadas anteriormente, y tras haber corroborado que existe un efecto significativo al implementarse el programa Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental se recomienda lo siguiente:

1. Dado que la implementación del Compliance es nuevo, se propone que se siga en el proceso de implementación y mejoras, facilitando o generalizando este proceso en las diferentes sedes de la Universidad Continental.
2. También se recomienda que al ser un programa administrativo jurídico, este debe seguir en proceso de evaluación a fin de que se pueda acoplar o modificar criterios que no hubiesen estado adecuados a la realidad de la casa superior de estudios.
3. Dado que el Compliance está relacionado a temas éticos, donde se minimiza el riesgo legal y se establece criterios primordiales dentro de las políticas empresariales, por lo que se acoge a las reglas de juego dentro del mercado y con ello se transparenta completamente la información que se requiera en la universidad.
4. Debido a la difícil situación que viene enfrentando el país, debido a la pandemia por COVID-19, se exhorta que se realicen próximas investigaciones acorde a las modificaciones que deberían existir en el programa de Compliance empresarial en materia de protección al consumidor frente a una era de digitalización.
5. En el aspecto científico, se invita tomar como ejemplo esta investigación de tal forma que, a causa de la iniciativa estudiantil, cada vez más empresas estén enfocadas en el Compliance

administrativo, y sobre todo se debe de evaluar la eficacia que este pueda o no dar, según las condiciones de cada empresa.

6. Con la publicación del Decreto Supremo N.º 185-2019-PCM, que aprueba el Reglamento que promueve y regula la implementación voluntaria de programas de cumplimiento normativo en materia de protección al consumidor, con fecha de 30 de noviembre del 2019, la perspectiva del diseño de los programas de cumplimiento normativo ha establecido parámetros mínimos con los que debe contar uno de estos programas, que se ha desarrollado dentro de la presente tesis, ya que esta cumple con los lineamientos de dicha norma. Por lo que se recomienda que exista una difusión de dicho programa por parte de la universidad con la finalidad que otros proveedores puedan desarrollar programas similares y conocer de los beneficios que estos tienen.
7. Se recomienda que la presente tesis sea el inicio de poder empezar a desarrollar una teoría jurídica enmarcada en la funcionalidad del derecho preventivo empresarial, la cual estudie el criterio que toman los proveedores de todos los sectores económicos, de este modo desarrollar un protocolo de implementación de los programas de Compliance empresarial que se pueda adecuar de forma fácil y estructurada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Artaza, O. (2013). Sistemas de prevención de delitos o programas de cumplimiento: Breve descripción de las reglas técnicas de gestión del riesgo empresarial y su utilidad en sede jurídico penal. *Política Criminal*, 8(16), 544–573. Recuperado de <https://doi.org/10.4067/S0718-33992013000200006>
- Astudillo, G., & Jiménez, S. (2016). Programas de cumplimiento como mecanismo de lucha contra la corrupción: Especial referencia a la Autorregulación de las Empresas. En *Derecho & Sociedad*. (45). Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).
- Barth, J., Caprio, G., & Levine, R. (2008). *Bank Regulations Are Changing: For Better Or Worse ?* The World Bank. Recuperado de <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4646>
- Black, J. (1997). New Institutionalism and Naturalism in Socio-Legal Analysis: Institutional Approaches to Regulatory Decision Making. *Law y Policy*, 19(1), 51–93. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/1467-9930.00021>
- Braithwaite, J., Gibson, D., & Makkai, T. (1994). Regulatory Styles, Motivational Postures and Compliance. *Law & Policy*, 16(4), 363–394. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1467-9930.1994.tb00130.x>
- Brehm, S., & Brehm, J. (2013). *Psychological Reactance : a Theory of Freedom and Control*. Elsevier Science.
- Brunsson, N. (2002). *The Organization of Hypocrisy* (Business School Pres Ed.). Copenhagen.
- Carrión, A. (2014). *Criminal Compliance* (1 ed). Tinco S.A.
- Clavijo, C. (2016). *Criminal Compliance y sistema Penal en el Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Código de Protección y Defensa del Consumidor. (2017). *Ley .Nº 29571: Código de Protección y Defensa del Consumidor* (2 ed.). Ministerio de Justicia.
- DiMaggio, P., & Powell, W. (1983). La jaula de hierro revisada: Isomorfismo institucional y racionalidad colectiva en los campos organizacionales. *American Sociological Review*, 48(2), 147. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Elliehausen, G. (2000). El costo de la regulación bancaria: Una revisión de la evidencia. *The Federal Reserve Board*, 1(15), 325–346.
- Elster, J. (1998). Las emociones y la teoría económica. En *Revista de literatura económica* (Vol. 36). American Economic Association. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/2564951>
- Espinoza, R. (2017). Compliance como herramienta de prevención frente a la criminalidad empresarial una mirada desde la criminología moderna. *Vox Juris*, 34(34), 191–203.
- Fiene, R. (2016). *Teoría de cumplimiento normativo* (1st ed.). Prevention Research Center.
- Francis, R., & Armstrong, A. (2013). La ética como estrategia de gestión de riesgos: la experiencia australiana. *Journal of Business Ethics*, 31(8), 1893–1903. Recuperado de <https://doi.org/10.1038/emboj.2012.41>
- Friedland, R., & Alford, R. (1994). Recuperando la sociedad: símbolos, prácticas y contradicciones institucionales. *Integration (Tokyo, Japan)*, 7(40), 27–29. Recuperado de <https://doi.org/10.1234/2013/999990>.
- Gable, J. (2005). Navigating the Compliance landscape: Compliance issues are changing the RIM industry. RIM professionals must adjust their mindsets to understand the importance of Compliance in the corporate culture to better serve their company and their profession. *Information Management Journal*, 39(4), 28–34.

- Gregor, S., Martin, M., Fernandez, W., Stern, S., & Vitale, M. (2006). The transformational dimension in the realization of business value from information technology. *The Journal of Strategic Information Systems*, 15(3), 249–270. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/J.JSIS.2006.04.001>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Holland, W. P. J., & Knight, Z. (2020). *Defensa de la protección al consumidor y el Compliance*.
- Hopkins, A. (1994). ¿Cumplir con qué?: La pregunta regulatoria fundamental. *The British Journal of Criminology*, 34(4), 431–443. Recuperado de <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.bjc.a048445>
- Hossain, F. (2017). *Estado de cumplimiento de los códigos de gobierno corporativo: DSE Companies en el sector bancario, instituciones financieras no bancarias y sector textil en Bangladesh*. Universidad de Dhaka.
- Kielholz, W., & Nebel, R. (2005). Improving Regulatory Governance. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 30(1), 34–42. Recuperado de <https://doi.org/10.1057/palgrave.gpp.2510020>
- Krell, K., Matook, S., & Rohde, F. (2011). Development of an IS change reason–IS change type combinations matrix. *European Journal of Information Systems*, 20(6), 629–642. Recuperado de <https://doi.org/10.1057/ejis.2011.28>
- Matsuo, A., Greathouse, C., & Matthews, G. (2013). Compliance Management Systems: Consumer Protection Transforming Risk Management. *KPMG International Cooperative*.

- May, P. (2005). Regulation and Compliance Motivations: Examining Different Approaches. *Public Administration Review*, 65(1), 31–44. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2005.00428.x>
- Meyer, J., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/226550>
- Mulugeta, B. (2016). *Perceptions on an effective Compliance Management System*. Jonkoping University.
- Murphy, K., & Reinhart, M. (2007). Amenaza fiscal, posturas motivacionales y regulación receptiva. *Law & Policy*, 29(1), 137–158. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1467-9930.2007.00250.x>
- North, D. (1993). Institutions and economic performance. En M. Uskali (Ed.), *Rationality, institutions, and economic methodology* (4ed ed., p. 312). Routledge.
- Pawliw, P. (2016). *Remolding a company through a Compliance program: The case of Siemens*. Université de Sherbrooke.
- Peltzman, S. (1973). Una evaluación de la legislación de protección al consumidor: *Journal of Political Economy*, 81(5), 1049–1091. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/260107>
- Roch, C., Scholz, J., & McGraw, K. (2000). Redes sociales y respuesta ciudadana al cambio legal. *American Journal of Political Science*, 44(4), 777. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/2669281>
- Scholz, J. (1984). Cooperation, Deterrence, and the Ecology of Regulatory Enforcement. *Law & Society Review*, 18(2), 179. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/3053402>

- Scholz, J. (1997). Política de cumplimiento y mala conducta corporativa: la perspectiva cambiante de la teoría de la disuasión. *Law and Contemporary Problems*, 60(3), 253. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/1192014>
- Suchman, M., & Edelman, L. (1996). Mitos jurídicos racionales: el nuevo institucionalismo y la ley y la tradición de la sociedad. *Law & Social Inquiry*, 21(04), 903–941. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1747-4469.1996.tb00100.x>
- Tosatto, S. (2014). *Proving Regulatory Compliance: Business Processes, Logic, Complexity*. Universitá di Torino.
- Trillo Vigil, C. F. (2019). *Compliance laboral en materia de protección de datos personales*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Tyler, T. (2006). *Why people obey the law* (1 ed).
- Van Oosterhout, M., Waarts, E., & Van Hillegersberg, J. (2006). Change factors requiring agility and implications for IT. *European Journal of Information Systems*, 15(2), 132–145. Recuperado de <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000601>

APÉNDICES

Apéndice 1: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general.	Hipótesis general	Variable	Metodología de la investigación
¿Cuál es el efecto de la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019?	Establecer el efecto de la implementación del programa de Compliance empresarial en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019.	Al implementarse el programa Compliance empresarial se ha tenido un efecto positivo en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor, en la Universidad Continental-2019.	Implementación del Compliance administrativo	<p>Método De Investigación Método general científico Método específico el hipotético – deductivo</p> <p>Tipo De Investigación Reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada</p>
Problemas específicos:	Objetivos Específicos.	Hipótesis específicas		Nivel de Investigación De nivel correlacional
¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?	Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.	Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la idoneidad de los productos y servicios en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.	Prevención de sanciones en materia de protección al consumidor	<p>Diseño De Investigación Cuasi experimental; ya que la manipulación de las variables, en este sentido será de la variable independiente (Programa Compliance), ya que se establece la media previa y poste mediante un Pretest- y un Postest. Población Y Muestra</p>
¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?	Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.	Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en la protección de los intereses sociales y económicos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.		<p>Población En esta investigación se realizó un contraste directo entre la percepción del personal, involucrado en la gestión administrativa de la Universidad Continental y la base de datos de la institución que se tiene resistida antes de la implementación del Compliance y los datos después del Compliance. La población de</p>

<p>¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?</p>	<p>Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	<p>Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los contratos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	<p>la primera es aproximadamente de 30 trabajadores, y la base de datos con la que se cuenta hasta el momento es aproximadamente de 24 datos registrales o denuncia que se encuentran el Indecopi.</p> <p>Muestra Como se mencionó anteriormente en esta investigación la muestra será equivalente a la población, por lo que se hará uso de un muestreo censal, es decir se trabajará con la totalidad de los datos y el personal involucrado en el tema de investigación.</p> <p>Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos La técnica empleada para recopilar la percepción de los trabajadores que se encuentran relacionados directamente con el área administrativa involucrada, será el cuestionario, y para determinar las sanciones y tramites establecidas por Indecopi, será la obtención de data primaria facilitada por la institución Educativa.</p> <p>El instrumento para el primer caso será el cuestionario, y para el segundo una hoja de registro en Excel.</p>
<p>¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?</p>	<p>Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	<p>Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en los productos y/o servicios educativos en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	
<p>¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?</p>	<p>Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	<p>Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en las responsabilidades y sanciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	
<p>¿Cuál es el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019?</p>	<p>Determinar el impacto entre la implementación del programa de Compliance empresarial y el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	<p>Existe un impacto significativo al implementarse el programa de Compliance empresarial en el acceso al libro de reclamaciones en la prevención de sanciones en materia de protección al consumidor de la Universidad Continental-2019.</p>	

Apéndice 2: Instrumento

CUESTIONARIO DE PREVENCIÓN DE SANCIONES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Instrucciones: Tu colaboración es de vital importancia, por ello, te solicitamos que al responder cada pregunta seas honesto(a) y veraz en cada respuesta; ellas permitirán obtener información sobre las medidas de prevención de sanciones en materia de protección al consumidor.

La información que se proporcione será solo de conocimiento del investigador, y su manejo será con fines académicos.

Marca con un aspa tu respuesta en solo uno de los recuadros valorados del siguiente modo:

La presente encuesta es anónima, solo será realizada con el fin mencionado anteriormente.

El tiempo de duración es de 15 minutos aproximadamente.

Agradecemos tu colaboración y honestidad en el desarrollo de este instrumento.

		TED	ED	I	DA	TDA
	Idoneidad de los productos y servicios					
1	Cuando los estudiantes acuden a ti para solicitar un servicio específico a tu cargo, les facilitas a todos la documentación o información necesaria y suficiente sobre el mismo.					
2	Cuando un estudiante presenta una solicitud para que una oficina o área se preste un servicio, la misma ¿Es atendida en los plazos establecidos?					
3	Desde tu percepción, cuando un estudiante de modo general recibe un servicio, se encuentra satisfecho con el mismo.					
	Protección de los intereses sociales y económicos					
4	La universidad siempre informa antes de culminar un periodo académico, los requisitos económicos en las pensiones y otros conceptos					
5	Cuando la universidad realiza un reajuste en el pago de pensiones ¿Se informa al personal que tendrá en contacto con los estudiantes para orientarlos y absolver sus dudas sobre este tema					
	Contratos					
6	Al inicio de cada periodo la universidad brinda a los estudiantes toda la información necesaria sobre el plan de estudios como su malla curricular, grado y título a obtener, duración certificaciones progresivas, requisitos de graduación etc.					
7	Los estudiantes cuentan con información clara sobre criterios de valuación de asignaturas, examen de suficiencias, retiro de asignaturas, etc.					
8	La universidad ha difundido por diferentes canales el reglamento de estudiantes y otras normas académicas, los estudiantes conocen los mismos.					
9	Luego de la programación de clases la universidad respeta los horarios, designación de docentes, aforo, etc.					
	productos y/o servicios educativos					
10	Al inicio de cada periodo la universidad informa a todos los estudiantes de todas las modalidades los servicios que presta como tópico, servicio psicopedagógico, centro de liderazgo, centro de emprendimiento, dentro cultural, CIDEM, centro de idiomas, vida universitaria, etc.					
	Responsabilidad y Sanciones					
11	Los reclamos y denuncias por los estudiantes obedecen a razones de no cumplir nuestras propias normas internas					
12	La universidad capacita a su personal en obligaciones en materia de protección al consumidor, atención de clientes, obligaciones legales en materia de educación superior universitaria.					

13	Existe un proceso para sancionar a los trabajadores que por su actuar se sanciono a la Universidad y se adoptaron medidas correctivas para mejorar el servicio					
	Libro de Reclamaciones					
14	La universidad cuenta con un libro de reclamaciones, en físico y/o virtual					
15	La universidad cuenta con el aviso del libro de reclamaciones en un lugar visible para los estudiantes					
16	Cuando un estudiante solicita el libro de reclamaciones, el personal de la universidad le brinda apoyo para que lo utilice correctamente					
17	El plazo para atender un reclamo registrado en el libro de Reclamaciones es de 30 días y la universidad responde dentro de tal plazo					
18	La Universidad no espera los últimos días de plazo que tienen para atender un reclamo en el Libro de Reclamaciones, si no que en los primeros cinco días de respuesta al mismo					

Gracias por su colaboración

Apéndice 3: Plan de implementación del Programa Compliance Administrativo

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019



PROGRAMA DE COMPLIANCE EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD CONTINENTAL

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

1. PRESENTACIÓN

Las relaciones de consumo, reconocidas también como transacciones de índole económico, conllevan hoy en día a que la mayor cantidad de personas, sean parte activa de la economía y del mercado en general, hoy en día el mercado se encuentra expuesto a innumerables riesgos, donde principalmente la relación entre consumidor y proveedor, se desarrolla con facilidad y fluidez, sin embargo este vínculo se encuentra expuesto a deficiencias que puedan surgir tanto en el servicio o en el producto que se oferta y demanda en el mercado, que en situaciones donde se tenga que evaluar la responsabilidad, muchas veces comprometen a las empresas de forma negativa, es así que nace un sistema que permite regular y contribuir en la solución de estas deficiencias en el mercado. En el caso de la Universidad Continental se presenta como una oportunidad de implementación de una cultura de cumplimiento y prevención de infracciones administrativas fundamentalmente.

Los procedimientos administrativos sancionadores en materia de protección al consumidor y la resolución de los mismos, en este caso reconocidos como denuncias administrativas, se encuentran a cargo del Instituto Nacional de defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), donde a través de sus comisiones y órganos resolutorios de procedimientos sumarísimos en materia de protección al consumidor, determinan la comisión de infracciones y la imposición de multas, a las empresas (en nuestro caso a la Universidad) y que hayan faltado al ordenamiento establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, imponiendo cuando corresponda una multa que en muchos casos puede causar un perjuicio económico y lo más grave afectar su reputación.

Según la información estadística obtenida de INDECOPI, en el año 2017 se presentó a nivel nacional 15,331 denuncias administrativas en materia de protección

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

al consumidor a los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos; así como 6,418 denuncias presentadas ante las Comisiones de Protección al Consumidor (INDECOPI, 2018); y en mérito a estos datos estadísticos se puede apreciar la gran afluencia de los consumidores al tener que acudir a la institución para poder buscar alguna solución a las controversias en materia de protección al consumidor.

En mérito a la solicitud de acceso a la información pública presentada ante la oficina regional del INDECOPI en Junín, donde se solicitó se pueda brindar información referente a la denuncias y reclamos presentados en contra de la Universidad Continental en los años del 2015 al 2018, se presentaron 24 denuncias administrativas en el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos; 7 denuncias presentadas a la Comisión de Protección al Consumidor, y 20 reclamos presentados ante el Servicio de Atención al Ciudadano (INDECOPI, 2018); y es en mérito a estos datos recopilados que se puede apreciar que es un problema relevante, ya que estas denuncias y reclamos pueden evitarse o minimizarse con el desarrollo de un programa de Compliance dentro de la Universidad Continental.

El nuevo auge legal y demanda económica de los principales productos y servicios en el mercado, ha conllevado a indagar en nuevos rubros del derecho preventivo, con la finalidad de construir una convivencia pacífica y armoniosa en el mercado, donde exista el mayor equilibrio posible en el desarrollo de estas relaciones de consumo; si bien es sumamente complicado que el proveedor pueda ofrecer dentro del mercado productos o servicios que posean un nivel perfecto de idoneidad, hoy en día existen mecanismos sistematizados, que ayudan al empresario a poder evitar sanciones y por lo tanto verse perjudicados por la regulación del mercado y su sistema de protección al consumidor.

El Compliance empresarial (Programa de Cumplimiento) se puede definir como aquella normativa o regulación interna que acogen las personas jurídicas privadas con la finalidad de efectivizar la ética empresarial y poder prevenir que se cometan actos que puedan configurar una infracción, hoy en día esta regulación es

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

promovida de forma mundial, consiste en una serie de recomendaciones y normas que las empresas privadas pueden voluntariamente adoptar; de este modo si bien el Código de Protección y defensa del consumidor en el artículo 112º, regula y señala cuales son los criterios de graduación de la sanciones administrativas, y específicamente establece que son criterios especiales considerados como atenuantes : " Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código", dicho ordenamiento es poco conocido por las empresas, generando esto una inadecuada actuación de la empresa frente a los problemas que puedan surgir, las cuales más adelante se convierten en infracciones y posibles denuncias administrativas. Sin embargo, para la Universidad Continental este precepto legal se convierte en una oportunidad de mejora, instauración de una cultura de cumplimiento normativo, prevención de infracción, y por lo tanto evitar sanciones económicas y cuidar lo más valiosos que es su reputación.

De este modo, la gran mayoría de empresas a nivel mundial no se limita hoy en día a solo dictar una serie de normas internas, que puedan cumplir principalmente con cierta regulación local o nacional, sino que apuntan a poder profundizar más y desarrollan programas muy completos y/o sofisticados de Compliance, los cuales contienen no solo los valores éticos resumidos en una " visión y misión"; sino que ambicionan poder generar los procesos y mecanismos concretos para alcanzar esta visión y misión, abarcado incluso la toma de decisiones dentro de la empresa.

Siendo la Universidad Continental una entidad prestadora de un servicio público (regulado por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria – SUNEDU), tiene una razón más para implementar un Programa de Compliance, más aún cuando de acuerdo a sus valores institucionales se declara una universidad de la cuarta revolución industrial, comprometida con revolucionar la educación superior en el país, y otorgar a su población estudiantil la oportunidad de participar de su formación profesional con altos estándares de calidad, las que han sido

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

reconocidas por acreditadoras nacionales e internacionales. A esto se suma, su estrategia de expansión de su oferta educativa a nivel nacional. Por todo ello, la reputación de la Universidad es uno sino el más importante intangible a proteger, lo que podría exponerse a una afectación si se encuentra comprometida con una infracción grave.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Identificar las infracciones administrativas a las que se encuentra expuesta la Universidad Continental tanto por regulación de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria – SUNEDU y las que se encuentran establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. • Elaborar el mapa de riesgo de infracción administrativas de acuerdo al proceder de la SUNEDU y el INDECOPI.
- Verificar si los procesos que tiene la Universidad Continental para atender los reclamos y denuncias de los estudiantes se encuentran alineados a los regulado por la SUNEDU y el INDEOPI.
- Determinar cuáles son las contingencias legales que tiene la Universidad Continental que ponen en riesgo la reputación de la institución.
- Implementar un programa preventivo que evite contingencias legales en la Universidad Continental.

Si las empresas privadas así como están obligadas por ley hoy en día a desarrollar programas de cumplimiento en materia de criminalidad empresarial, estuvieran obligadas a desarrollar programas de cumplimiento en materia de protección al consumidor, las relaciones de consumo se verían enormemente beneficiadas ya que si bien no se le puede pedir al proveedor brindar un servicio u ofrecer un producto cien por ciento idóneo, se puede evaluar la conducta del proveedor como atenuante especial en relación a lo desarrollado en el artículo 112º del Código de

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

protección y defensa del consumidor, que prescribe criterios importantes que deben ser tomados en cuenta para graduar una sanción señalando:

(...) Artículo 112º Inc.4: Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código, para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:

- a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa ha dicho programa.
- b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
- c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.
- d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.
- e. Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.
- f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada. (...) (CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2010)

Son diversos los estudios relacionados a esta figura jurídica novedosa en materia penal, así como Carrión nos resalta que: (...) los entes colectivos deben participar activamente en la lucha contra la criminalidad empresarial adoptando en su interior organizativa Programas o medidas de control o prevención. En esa circunstancia si la empresa acredita que actuó conforme a sus programas internos de cumplimiento se

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

beneficiarían con la atenuación o con la no aplicación de sanciones (...) (CARRION, 2015). De este modo, de una aplicación analógica podemos sostener que, la implementación de un programa de Compliance empresarial en materia de protección al consumidor es el inicio de la adopción de una buena práctica empresarial ya que en el supuesto no esperado (aun cuando se realice todo esfuerzo para evitarlo) que se incurra en una infracción, el solo hecho de contar con un Programa de Compliance será considerado una situación atenuante, tal cual se prescribe en el Código de Protección y defensa del consumidor y sobretodo genera un valor agregado a la reputación y marca de la compañía.

Una apreciación importante es la que nos señala Astudillo, G. y Jiménez, S., quienes refieren que (...) se considera que una medida como la propuesta constituirá un fuerte incentivo para que las empresas privadas se autorregulen pues, en buena cuenta, tendrán que recurrir a los programas de cumplimiento para concretar una verdadera cultura de cumplimiento de la legalidad al interior de sus organizaciones. De esta manera el sector empresarial asumiría un verdadero compromiso de lucha contra la corrupción. (...) (Guillermo & Jimenez Montes, 2015) y porque no del mismo modo una política en protección al consumidor podría conllevar a una disminución abismal en la comisión de infracciones, es así que la importancia de contar con programas de cumplimiento en materia de protección al consumidor ha llevado al INDECOPI a desarrollar nuevas apreciaciones en este campo.

De este modo el autor desarrolla importantes criterios en cuanto a la autorregulación que debe tener la empresa privada, donde un programa de cumplimiento formaría efectivamente pilares importantes dentro de los objetivos y enfoque del giro de negocio, creando al mismo tiempo un desarrollo óptimo de la ética y valores con que se debe conllevar la actividad empresarial, en todos los sectores y áreas de la empresa, de este modo llegando a prevenir la posible comisión de infracciones que atenten contra la regulación del Código de protección y defensa del consumidor.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

3. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Es necesario remarcar que la importancia de contar con un programa de compliance ayuda a desarrollar una conducta preventiva frente a posibles sanciones, es por esto que a nivel internacional existen importantes aportes, ya que como se señala que "(...) Para evitar estos comportamientos, por tanto, básicamente hay dos opciones: educar de manera preventiva o educar desde el castigo. Si elegimos la primera y que creemos más adecuada, el instrumento del que deberán valerse las compañías serán los «compliance programs»; los cuales ayudarán a las empresas a evitar violaciones futuras¹⁸ y, además, educarán a los trabajadores que no tengan un previo conocimiento sobre esta materia "(...) (AMAYA, 2014)

Principalmente se debe buscar realizar estas violaciones a la norma de forma futura es que los programas de Compliance deben ser lo más completos posible en cuanto están dirigidos a toda clase de profesionales, que en muchos casos desconocen lo relacionado a normas y leyes, o así como nos señala Kleinhempel : " A pesar de los diferentes aspectos y realidades en sí, que enfrentan las empresas, dependiendo del país y su legislación, hay una serie de aspectos relacionados entre sí, y por lo tanto tienen validez para cualquier programa de compliance, donde un programa de compliance cien por ciento legalista en muchas ocasiones está orientado al fracaso, por el exceso de normas que se pone de conocimiento a los colaboradores, es necesario desarrollar un programa de compliance basado en valores que permite y desarrolla una mejor estrategia que esta direccionada más en la prevención que en la investigación de hechos que puedan ser considerados ilícitos. Si todos desarrollan una conducta positiva y acorde a los valores, los estándares legales serían superados ampliamente con creces" (KLEINHEMPEL, 2015)

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

4. ESTRUCTURA DE APLICACIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLIANCE




5. DISEÑO, ÁMBITO DE APLICACIÓN, Y METODOLOGÍA

5.1. Diseño

5.1.1. El programa de Compliance en la Universidad Continental

La Universidad Continental, siendo una de las principales empresas a nivel regional, que poco a poco escala a ser reconocida dentro de las mejores universidades del País no debe ser ajena a estar acorde a las nuevas regulaciones, con la estrategia de encontrarse siempre en constante evolución, está dispuesta a implementar el siguiente programa de compliance empresarial, bajo un diseño práctico y didáctico, donde los principales beneficiados serán los miles de estudiantes que hoy en día forman parte de nuestra familia, así como desarrollar positivamente la labor de nuestros colaboradores.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

Diseñado el presente programa por la necesidad planteada de prevenir infracciones en materia de protección al consumidor, y en esta línea también salvaguardar los intereses de la empresa, siempre observando la política de empresa adecuada entrelazada con una política de protección al consumidor.


Teniendo como principal fin el presente programa el de adoptar un compromiso de difusión dentro de toda la empresa, así como los adecuados mecanismos que se pretenden implementar con el presente programa de Compliance, siendo responsabilidad de todos los colaboradores su libre desarrollo, implementación y constante mejora.

5.2. Ámbito de Aplicación.

La aplicación del presente programa de Compliance afecta en totalidad a toda la corporación continental, la correcta observancia y su aplicación será responsabilidad tanto para los colaboradores como para los altos directivos de la persona jurídica. Se verán también afectados todos los empleados u otras personas jurídicas que presenten algún servicio a la Universidad Continental; del mismo modo las personas naturales o jurídicas que brinden servicios externos, deben de conocer el presente programa de Compliance de este modo la relación comercial que realicen para la Universidad continental, sea bajo el estricto cumplimiento de lo que contiene el presente programa.

5.3. Metodología.

Para la correcta realización e implementación del presente programa de Compliance se ha seguido un método personalizado en cuanto a los riesgos de infracción en materia de protección al consumidor e infracciones planteadas por SUNEDU, que podrían presentarse en el día a día comercial de la Universidad, analizando cuales son las conductas habituales, y cuáles son los procedimientos establecidos para la realización de las actividades diarias, de este modo ya identificados cuales son los protocolos para el cumplimiento de la normativa interna, y los protocolos para las normas legalmente previstas en cuanto al giro de negocio

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

de la Universidad, dan por resultado cuales son exactamente los procesos que ya existen como modelo productivo de la Universidad.

Estando definidos los procesos y modelos que existen, se ha identificado los riesgos para la posible sanción por una infracción tanto por la SUNEDU como en contra del Código de Protección y defensa del Consumidor, los mismos que han sido clasificados en cuanto a su impacto y la probabilidad de comisión, dando como resultado un mapa de riesgos que se adapta a la Universidad Continental, utilizando el método de semaforización, donde los colores reflejan el estado actual y riesgo en cuanto a cada punto codificado

Esta clasificación se ha configurado desde un doble prisma, donde por un lado se tiene en cuenta ya los riesgos de por si inherentes a todas las empresas que poseen un giro de negocio igual, y por el otro lado cuáles son los riesgos personalizados de la Universidad Continental en cuanto al modelo de prestación de servicios; siendo de este modo la Universidad una empresa posicionada hoy en día en el campo comercial de brindar servicios educativos y comprometida en todo momento con la ética empresarial, se ha tenido en consideración en todo momento la información y documentación recopilada, así como todo lo estipulado en el reglamento académico vigente, los certificados ISO con los que ya se cuenta, siendo estos considerados mecanismos de acción que ya han sido implementados en la empresa, y de este modo se ha propuesto que estas medidas actúen como refuerzo para alcanzar una eficacia mayor del presente programa de compliance, amparado en todo momento en una política de prevención. Se ha implementado un canal ético anónimo, que será principalmente una vía de comunicación que permita que se ponga en conocimiento cuales son las posibles vulneraciones al código de protección y defensa del consumidor, pero también las normativas en general, que se puedan presentar y afectar a la Universidad Continental, siendo esto un mecanismo de acción para realizar las debidas investigaciones y así tomar las medidas adecuadas. Del mismo modo también se designará un oficial de

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

cumplimiento que será un órgano de instrucción, se implementará un comité de acción que ayude a tomar la decisión adecuada frente a los reportes que se presenten.

6. EJECUCION DEL PROGRAMA DE COMPLIANCE

6.1. Análisis de riesgos

6.1.1. Evaluación de riesgos.

Se ha desarrollado una tabla que recoge los riesgos de infracción del cuadro de infracciones y sanciones de la SUNEDU, así como en materia de protección al consumidor, estando la misma amparada en el Código de Protección y Defensa del consumidor, siendo las infracciones concernientes:

CUADRO DE INFRACCIONES SUNEDU Y CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR


Cod UC	N°	Infraacción	Gravedad	Semaforización
	1	Infraacciones relacionadas al Licenciamiento y Promotoría de Universidades		
1	1	1.1. Ofrecer, prestar, o de cualquier otro modo operar o desarrollar el servicio de educación superior universitaria conducente a grado o título, sin licencia o autorización otorgada por la autoridad competente.	Muy Grave	
2		1.2. No mantener las condiciones básicas de calidad establecidas por la SUNEDU.	Muy Grave	
3		1.3. Operar como promotora de más de una institución universitaria.	Muy Grave	
4		1.4. Operar como promotora de una universidad privada sin contar la autorización de la SUNEDU.	Muy Grave	
	2	Infraacciones relacionadas al proceso de admisión a las universidades		
5	2	2.1. Realizar y/o convocar a proceso de admisión de estudiantes por nivel de estudios, más de una vez por semestre o ciclo académico.	Grave	
6		2.2. Realizar el proceso de admisión de estudiantes sin que medie concurso público, examen de conocimiento o previa definición de plazas, salvo en los casos de otras Formas de acceso permitidas por ley.	Grave	
7		2.3. No cumplir con los beneficios otorgados por leyes especiales para la Admisión a la Universidad.	Grave	
8		2.4. Permitir la admisión a las universidades públicas de personas que han sido condenadas por el delito de terrorismo o apología al terrorismo en Cualquiera de sus modalidades.	Muy grave	
	3	Infraacciones relacionadas a la prestación del servicio educativo superior universitario		

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

9	3.1	No brindar becas totales o parciales que cubran los derechos de enseñanza sobre la base de criterios establecidos en la Ley Universitaria, normativa interna de las universidades privadas o en el marco legal vigente.	Grave	
10	3.2	Prestar estudios de pregrado que cuenten con una duración en años y/o número de semestres por año contrarios a los establecidos en la Ley Universitaria o en el marco legal vigente.	Muy Grave	
11	3.3	Prestar el servicio educativo superior universitario de pregrado, diplomados de posgrado, segunda especialidad, maestrías y doctorados sin cumplir el número de créditos establecidos en la Ley Universitaria o en el marco legal vigente.	Muy Grave	
12	3.4	Prestar el servicio de educación universitaria de maestrías y doctorados de manera Exclusiva bajo la modalidad a distancia o de pregrado superando el límite porcentual de créditos en modalidad a distancia, establecido en la Ley Universitaria, o en el marco legal vigente.	Muy Grave	
13	3.5	No contar con mecanismos, o contando con ellos, no aplicarlos, para la protección de los derechos del estudiante reconocidos en la Ley Universitaria, los estatutos adecuados a Ley o normativa interna.	Grave	
14	3.6	Permitir la matrícula de estudiantes que presentan deficiencias en el rendimiento académico, en contra de lo dispuesto en el artículo 102 de la Ley Universitaria.	Leve	
15	3.7	No contar con un Programa de Servicio Social Universitario de conformidad con lo dispuesto en la Ley Universitaria.	Grave	
16	3.8	No contar con un Programa Deportivo de Alta Competencia que cuente con un mínimo de tres (03) disciplinas deportivas en sus distintas categorías.	Leve	
17	3.9	No respetar las disposiciones relacionadas a la gratuidad de la enseñanza en las universidades públicas, conforme a lo dispuesto en la Ley Universitaria.	Grave	
	4	Infracciones relativas a la organización y funcionamiento de las universidades		
18	4.1	No adecuar el Estatuto de la Universidad privada a la Ley Universitaria y/o adecuarlo sin observar la normativa que apruebe, conforme a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Transitoria de la Ley Universitaria.	Leve	
19	4.2	No establecer en el Estatuto, reglamentos o documentos normativos internos, las obligaciones, derechos o procedimientos que obligatoriamente deben ser normados o regulados de forma expresa, conforme lo dispone la Ley Universitaria y el marco legal vigente.	Grave	
20	4.3	Establecer en el estatuto, reglamento o normativa interna, disposiciones contrarias a las normas imperativas previstas en la Ley Universitaria o en el marco legal vigente	Leve	
21	4.4	Designar, elegir, nombrar, seleccionar u otro mecanismo equivalente a autoridades, representantes de instancias u órganos de gobierno, titulares de instancias académicas, de la defensoría universitaria, o criterios, o vulnerando los derechos establecidos en la Ley Universitaria, estatutos adecuados a la Ley, o en el marco legal vigente, según corresponda.	Muy Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		miembros del comité electoral, de la comisión permanente de fiscalización y del Tribunal de Honor de las universidades, a quienes no cumplan con los requisitos, sin cumplir los procedimientos		
22	4.5	Instalar o constituir el Comité Electoral, Tribunal de Honor, Asamblea Universitaria, Consejo Universitario, Consejo de Facultad, Comisión Permanente de fiscalización u otro órgano colegiado sin observar la conformación establecida en la Ley Universitaria o en los estatutos adecuados a la Ley.	Muy Grave	
23	4.6	Crear instancias de gobierno en la universidad pública que no estén señaladas en la Ley Universitaria, o asignar, ilegal o indebidamente, funciones propias de una instancia de gobierno a un órgano distinto.	Grave	
24	4.7	Permitir el incumplimiento, cumplimiento defectuoso, retraso, negativa, omisión o excesos en el ejercicio de las atribuciones conferidas por la Ley Universitaria y el estatuto a los órganos y/o autoridades de gobierno de la universidad, cuando ello afecte o perjudique el correcto funcionamiento de la universidad o el desempeño del cargo.	Grave	
25	4.8	No ejercer el cargo de Rector o Vicerrector de una universidad pública, de conformidad con el régimen de dedicación previsto en la Ley Universitaria, cuando ello afecte o perjudique el correcto funcionamiento de la universidad o el desempeño del cargo.	Grave	
26	4.9	No contar con un Vicerrector Académico, o el que haga sus veces, Secretario general, Tribunal de Honor Universitario, Director General de Administración y Comisión Permanente de Fiscalización para universidades públicas o privadas, según Corresponda.	Grave	
27	4.10	No remitir a la SUNEDU, treinta (30) días antes del inicio del Semestre Académico, la lista de todo el personal que labora en la Universidad, para verificar que no se encuentren inscritos en el Registro de personas condenadas o procesadas por delito de terrorismo, apología al terrorismo, delitos de violación de la libertad sexual y tráfico ilícito de drogas.	Leve	
28	4.11	No contar con un documento normativo interno o protocolo, o contando con ellos, no activarlos para la prevención, atención y protección en casos de violencia, acoso u hostigamiento sexual en la comunidad universitaria.	Muy Grave	
29	4.12	No implementar y/o no mantener en funcionamiento la defensoría universitaria.	Grave	
30	4.13	No contar con un Instituto de Investigación, para el caso de las universidades públicas	Leve	
31	4.14	No publicar en el portal electrónico de la universidad en forma permanente, completa y actualizada, como mínimo, la información sobre transparencia dispuesta en la Ley Universitaria o en el marco legal vigente.	Leve	
32	4.15	Incumplir las demás obligaciones supervisables establecidas en la Ley Universitaria y en el marco legal vigente.	Grave	
33	4.16	No brindar o no brindar oportunamente	Muy Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		información vinculada a los indicadores del Sistema Integrado de Información de la Educación Superior Universitaria, de acuerdo a lo establecido en el artículo 11 de la Ley Universitaria		
	5	Infracciones relacionadas al uso de los bienes de las universidades		
34	5.1	Utilizar los Activos de la universidad para fines distintos a los universitarios y/o prohibidos por la Ley Universitaria y el marco legal vigente.	Muy Grave	
35	5.2	Utilizar los fondos públicos destinados a investigación e innovación tecnológica para fines distintos a los previstos en la Ley Universitaria, tal como el fortalecimiento de la carrera de los investigadores, la transferencia de capacidades entre universidades públicas y privadas, entre otros.	Muy Grave	
36	5.3	Utilizar los excedentes o utilidades, con una finalidad distinta a la mejora de la calidad de la educación, conforme a lo señalado en la Ley Universitaria.	Muy Grave	
37	5.4	No presentar el informe anual de reinversión de excedentes o presentarlo sin contener la información establecida en la Ley Universitaria y en el marco legal vigente.	Grave	
38	5.5	Presentar el informe anual de reinversión de excedentes fuera del plazo establecido.	Leve	
39	5.6	No invertir o invertir menos de 2 % del presupuesto de la universidad en materia de responsabilidad social.	Grave	
40	5.7	Distribuir y/o permitir la utilización, directa o indirecta, de los activos o excedentes generados por las universidades asociativas, entre sus miembros, promotores, personas naturales o jurídicas vinculadas económicamente a la universidad, en beneficio de estos o de un tercero.	Muy Grave	
41	5.8	No incluir ingresos o incluirlos subvaluados, o incluir costos y/o gastos simulados o sobrevaluados, que impacten negativamente en la determinación de excedentes.	Muy Grave	
42	5.9	Incluir ingresos o gastos reales o simulados provenientes de actividades distintas a las educativas para la determinación de utilidades, con el objeto de obtener una ventaja indebida o para la comisión de otras infracciones o delitos.	Muy Grave	
43	5.10	Otorgar remuneraciones, dietas, pagos o cualquier retribución de otra naturaleza, de manera directa o indirecta, a los miembros de los órganos de gobierno de las universidades por las sesiones en las que participen.	Leve	
	6	Infracciones relacionadas al régimen de los docentes universitarios		
44	6.1	Nombrar, contratar, ratificar, promover u otro mecanismo equivalente, a docentes, jefes de práctica, ayudantes de cátedra y ayudantes de laboratorio de la Universidad a quienes estén impedidos, no cumplan con los requisitos, o sin observar los procedimientos y/o criterios establecidos en la Ley Universitaria, o en el marco legal vigente, según corresponda.	Grave	
45	6.2	No convocar o retrasar los procesos de selección, nombramiento, contratación, ratificación, promoción u otro mecanismo equivalente, de los docentes, jefes de práctica, ayudantes de cátedra y ayudantes de laboratorio de la Universidad, según	Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		corresponda.		
46	6.3	Contar con docentes extraordinarios que superen el porcentaje establecido en la Ley universitaria, del total de docentes que dictan en un determinado semestre o ciclo Académico.	Grave	
47	6.4	Contar con docentes que superen la edad límite establecida por la Ley Universitaria, cuando no se trate de docentes extraordinarios para el caso de universidades públicas.	Leve	
48	6.5	Contar con personal docente en la gestión administrativa de la universidad pública.	Leve	
49	6.6	Contratar, nombrar u omitir separar preventiva o definitivamente, según corresponda y de acuerdo a los procedimientos previstos en la Ley Universitaria y en el marco legal vigente, a docentes o personal administrativo investigados, procesados o sentenciados por los delitos establecidos en el artículo 90 de la Ley Universitaria, o cualquier otra norma especial que impida el ejercicio de dichas labores.	Muy Grave	
50	6.7	No contar con mecanismos, o contando con ellos no aplicarlos, para la protección de los derechos de los docentes reconocidos en la Ley Universitaria, los estatutos adecuados a Ley o normativa interna.	Grave	
51	6.8	Asignar al docente investigador una carga lectiva mayor a un cincuenta por ciento (50 %) de sus haberes totales, y/o no cumplir con el régimen especial que la universidad determine en cada caso.	Leve	
	7	Infracciones relacionadas al otorgamiento de Grados y Títulos, Trabajos de Investigación y Carnés Universitarios		
52	7.1	No solicitar a la SUNEDU, dentro del plazo establecido, el registro de los datos de las autoridades universitarias, de instituciones y escuelas de educación superior autorizadas a otorgar grados académicos y títulos profesionales cada vez que se elijan nuevas autoridades, se designe alguna autoridad de forma interina o se designe una encargatura.	Leve	
53	7.2	Otorgar o conferir Grado de Bachiller, Título Profesional, Título de Segunda Especialidad Profesional, Grado de Maestro y Grado de Doctor sin observar los requisitos mínimos establecidos en la Ley Universitaria.	Muy Grave	
54	7.3	Convalidar estudios sin observar los requisitos que establezcan la Ley Universitaria y/o el marco legal vigente.	Grave	
55	7.4	No presentar dentro del plazo la solicitud de inscripción de grados académicos y títulos profesionales en el Registro Nacional de Grados y Títulos.	Leve	
56	7.5	No poner a disposición del graduado o titulado el diploma de su grado o título dentro de plazo establecido.	Grave	
57	7.6	No informar a la SUNEDU la nulidad de un grado o título, en la forma y plazos establecidos	Leve	
58	7.7	Expedir diplomas de Grados o Título Profesionales, sin observar las características formales o contenido, establecidos en las normas emitidas por la SUNEDU.	Leve	
59	7.8	No contar con un procedimiento o mecanismo de	Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		naturaleza similar, o contando con ellos, no activarlos para prevenir, investigar y atender el plagio de los trabajos de investigación u otras prácticas contra la originalidad e integridad científica, por parte del estudiante.		
60	7.9	No informar a la SUNEDU sobre las acciones adoptadas frente a los casos de plagio u otras prácticas contra la originalidad e integridad científica, o sobre el resultado de las investigaciones efectuadas.	Leve	
61	7.10	No contar con un repositorio académico digital de la universidad, institución y escuela de educación superior	Leve	
62	7.11	No registrar los trabajos de investigación para optar a grados académicos y títulos profesionales y/o los metadatos en sus repositorios institucionales o en el Repositorio Digital del Registro Nacional de Trabajos de Investigación-Renati, según corresponda.	Leve	
63	7.12	Retirar unilateralmente y sin comunicación a la SUNEDU, los trabajos de investigación contenidos en sus repositorios académicos digitales.	Leve	
64	7.13	No contar con una normativa interna que regule el uso del repositorio, conforme al Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – Renati.	Leve	
65	7.14	No cumplir con solicitar, hacer los pagos respectivos, recoger u otras obligaciones relacionadas a la emisión y obtención del carné universitario, en la forma, plazo y procedimientos establecidos en el Reglamento para la emisión y expedición de Carnés Universitarios.	Grave	
	8	Infracciones relacionadas a la transformación de Universidades y el cese de actividades		
66	8.1	No comunicar a la SUNEDU el inicio, ejecución y finalización, según corresponda, de las operaciones de fusión, escisión, transformación, disolución y liquidación, u otras formas de reorganización, en los plazos correspondientes	Muy Grave	
67	8.2	No solicitar la modificación de la licencia institucional como consecuencia de la fusión, escisión, transformación u otras formas de reorganización, en el plazo correspondiente	Grave	
68	8.3	Realizar el cambio de personería jurídica de universidad privada asociativa a universidad societaria.	Muy Grave	
69	8.4	Cesar o interrumpir la prestación del servicio educativo de manera unilateral en el semestre o año académico en el que se denegó o canceló la licencia, o antes de finalizar el plazo de cese de actividades previamente informado.	Muy Grave	
70	8.5	No informar a la SUNEDU el plazo de cese de actividades como consecuencia de la denegatoria o cancelación de la licencia; o, no remitir información sobre los estudiantes matriculados, egresados, graduados o titulados, así como de los convenios de traslado o reubicación de estudiantes, en la forma y plazos establecidos	Muy Grave	
71	8.6	Cerrar voluntariamente la universidad o alguno de sus establecimientos sin comunicarlo previamente a la SUNEDU, en la forma y plazo correspondiente	Muy Grave	
72	8.7	Admitir y/o matricular a nuevos estudiantes pese a encontrarse en proceso de cese de actividades	Muy Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

73		8.8	No garantizar la continuidad de los estudios por encontrarse en proceso de cese de actividades.	Muy Grave	
		9	Infracciones relacionadas a los requerimientos, mandatos y acciones desarrolladas por la SUNEDU		
74	9	9.1	Incumplir los pedidos de información, requerimientos o mandatos formulados por la SUNEDU; proporcionar información falsa o inexacta, ocultar, destruir, o alterar cualquier documento que haya sido requerido.	Muy Grave	
75		9.2	Impedir, obstaculizar o entorpecer el ejercicio de las funciones de la SUNEDU.	Muy Grave	
76		9.3	Incumplir las medidas de carácter provisional o medidas correctivas emitidas por SUNEDU.	Muy Grave	
CUADRO DE RIESGOS DE PROTECCION AL CONSUMIDOR APLICADO A LA UNIVERSIDAD CONTINENTAL					
		Art*	Infracción	Gravedad	Semaforización
			Información a los consumidores		
77		2.1.	La Universidad tiene la obligación de ofrecer a los consumidores toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada del consumo	Muy Grave	
78		2.2	La Universidad debe brindar una información veraz, suficiente, de fácil comprensión. Apropiada. Oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano	Muy Grave	
79	10	4.1	La Universidad deberá exhibir los precios de los productos o servicios, debiendo indicar en forma destacada el precio total de los mismos, el cual debe incluir los tributos, comisiones y cargos aplicables.	Muy Grave	
80		4.2	Los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas o recargos adicionales al precio fijado, salvo que se trate de servicios distintos o adicionales tales como transporte, instalación o similares cuya retribución no se encuentre incluida en el precio	Muy Grave	
81		7.2	En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago, salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago.	Leve	
			Idoneidad de los productos y servicios		
83		18	La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.	Grave	
84	11	19	La universidad responde por la idoneidad y calidad de los servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los servicios y éstos.	Grave	
85		20.a	Una garantía es legal cuando por mandato de la ley o de las regulaciones vigentes no se permite la prestación de un servicio sin cumplir con la referida garantía. No se puede pactar en contrario respecto de una garantía legal y la misma se entiende incluida en los contratos de consumo, así no se señale expresamente. Una garantía legal no puede ser desplazada por una garantía explícita ni por una implícita.	Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

86	12	20.b	Una garantía es explícita cuando se deriva de los términos y condiciones expresamente ofrecidos por el proveedor al consumidor en el contrato, en la publicidad, en el comprobante de pago o cualquier otro medio por el que se pruebe específicamente lo ofrecido al consumidor. Una garantía explícita no puede ser desplazada por una garantía implícita.	Grave	Green	
87		20.c	Una garantía es implícita cuando, ante el silencio del proveedor o del contrato, se entiende que el servicio cumple con los fines y usos previsibles para los que han sido adquiridos por el consumidor considerando, entre otros aspectos, los usos y costumbres del mercado.	Grave	Green	
88		24.1	Sin perjuicio del derecho de los consumidores de iniciar las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, los proveedores están obligados a atender los reclamos presentados por sus consumidores y dar respuesta a los mismos en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que es puesta en conocimiento del consumidor antes de la culminación del plazo inicial.	Grave	Yellow	
89		24.3	No puede condicionarse la atención de reclamos de consumidores o usuarios al pago del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.	Muy Grave	Green	
Protección a la salud y seguridad de los consumidores						
90		25	Los servicios ofertados en el mercado, por la Universidad, no deben conllevar, en condiciones de uso normal o previsible, riesgo injustificado o no advertido para la salud o seguridad de los consumidores o sus bienes.	Grave	Green	
91		29.b	Debe usarse un encabezamiento o señal de advertencia adecuados al riesgo o peligro que se advierte. El título con el que se pretende llamar la atención del consumidor debe ser adecuado para que, sin alarmar innecesariamente, llame la atención lo suficiente con relación a la magnitud del riesgo al segmento de la población afectada y permita a los interesados identificar la importancia de la advertencia para ello.	Grave	Red	
92		29.c	El tamaño y frecuencia de la advertencia deben ser adecuados. Las dimensiones de la advertencia y la frecuencia con la que se hace, en el caso de que la advertencia se haga por medios de comunicación, deben permitir que se llegue a los consumidores afectados o potencialmente afectados.	Grave	Yellow	
Protección de los intereses sociales y económicos						
93	13	38.1	La Universidad no puede establecer discriminación alguna por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole, respecto de los consumidores, se encuentren estos dentro o expuestos a una relación de consumo.	Muy Grave	Green	
94		38.2	Está prohibida la exclusión de personas sin que medien causas de seguridad del establecimiento o tranquilidad de sus clientes u otros motivos similares.	Muy Grave	Green	
95		38.3	El trato diferente de los consumidores debe obedecer a causas objetivas y razonables. La atención preferente en un establecimiento debe responder a	Muy Grave	Green	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		situaciones de hecho distintas que justifiquen un trato diferente y existir una proporcionalidad entre el fin perseguido y el trato diferente que se otorga.		
96	39	La carga de la prueba sobre la existencia de un trato desigual corresponde al consumidor afectado cuando el procedimiento se inicia por denuncia de este o a la administración cuando se inicia por iniciativa de ella. Para acreditar tal circunstancia, no es necesario que el afectado pertenezca a un grupo determinado. Corresponde a la Universidad del producto o servicio acreditar la existencia de una causa objetiva y justificada. Si el proveedor demuestra la existencia de una causa objetiva y razonable, le corresponde a la otra parte probar que esta es en realidad un pretexto o una simulación para incurrir en prácticas discriminatorias. Para estos efectos, es válida la utilización de indicios y otros sucedáneos de los medios probatorios.	Muy Grave	
97	41.1	La Universidad está en la obligación de garantizar la atención preferente de gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, en todos los sistemas de atención con que cuente, debiendo facilitar al consumidor todos los mecanismos necesarios para denunciar el incumplimiento de esta norma bajo responsabilidad.	Muy Grave	
98	41.2	Respecto de los beneficiarios del trato preferente, La Universidad debe: a. Consignar en un lugar visible, de fácil acceso y con caracteres legibles su derecho a la atención preferente. b. Adecuar su infraestructura en lo que corresponda e implementar medidas garantizando su acceso y seguridad. c. Exonerarlos de turnos o cualquier otro mecanismo de espera. d. Implementar un mecanismo de presentación de quejas contra quienes incumplan con esta disposición.	Muy Grave	
99	44	Se encuentra prohibido que la Universidad redondee los precios en perjuicio del consumidor, salvo que este manifieste expresamente su aceptación al momento de efectuar el pago del producto o servicio. Para los efectos de los donativos que se realicen, los establecimientos deben contar con carteles que informen en forma destacada el destino de esos donativos o la institución beneficiaria, sin perjuicio del cumplimiento de las demás obligaciones que establezca el Indecopi	Grave	
Contratos				
100	14 46	La oferta, promoción y publicidad de los servicios se ajusta a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad. El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.	Grave	
101	47.a	En los contratos cuyas condiciones consten por escrito o en algún otro tipo de soporte, debe constar en forma inequívoca la voluntad de contratar del consumidor. Es responsabilidad de los proveedores	Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		establecer en los contratos las restricciones o condiciones especiales del producto o servicio puesto a disposición del consumidor.		
102	47.b	No pueden incluirse cláusulas o ejercerse prácticas que impongan obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos reconocidos al consumidor en los contratos	Grave	
103	48.c	Los consumidores tienen derecho a emplear los mismos mecanismos de forma, lugar y medios utilizados para la celebración de los contratos para desvincularse de estos, como por ejemplo la vía telefónica, cualquier medio electrónico u otro análogo. Esta facultad comprende la contratación de prestaciones adicionales o complementarias.	Grave	
104	48.d	En el caso de formularios contractuales, los caracteres de éstos deben ser adecuadamente legibles para los consumidores, no debiendo ser inferiores a tres (3) milímetros. La redacción y términos utilizados deben facilitar su comprensión por los consumidores	Grave	
105	48.e	La Universidad debe entregar a los usuarios copia de los contratos y demás documentación relacionada con dichos actos jurídicos cuando éstos hayan sido celebrados por escrito, incluidas las condiciones generales de la contratación. Los proveedores son responsables de dejar constancia de la entrega de los documentos al consumidor. En el caso de contratación electrónica, el proveedor es responsable de acreditar que la información fue puesta oportunamente a disposición del consumidor.	Grave	
Cláusulas abusivas				
106	49.1	En los contratos por adhesión y en las cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, se consideran cláusulas abusivas y, por tanto, inexigibles todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que, en contra de las exigencias de la buena fe, coloquen al consumidor, en su perjuicio, en una situación de desventaja o desigualdad o anulen sus derechos	Grave	
107	49.2	Para la evaluación de las cláusulas abusivas, se tiene en cuenta la naturaleza de los servicios objeto del contrato, todas las circunstancias que concurren en el momento de su celebración, incluida la información que se haya brindado, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que este dependa.	Grave	
Métodos comerciales abusivos				
108	56.b	Obligar al consumidor a asumir prestaciones que no ha pactado o a efectuar pagos por productos o servicios que no han sido requeridos previamente. En ningún caso puede interpretarse el silencio del consumidor como aceptación de dichas prestaciones o pagos, salvo que lo haya autorizado previamente de manera expresa	Grave	
109	56.c	Modificar, sin el consentimiento expreso del consumidor, las condiciones y términos en los que se contrató un servicio, inclusive si el proveedor considera que la modificación podría ser beneficiosa para el consumidor. No se puede presumir el silencio del consumidor como aceptación, salvo que él así lo haya autorizado expresamente y con anterioridad.	Grave	
110	56.g	Exigir al consumidor la presentación de documentación innecesaria para la prestación del servicio que contrate o la entrega del producto	Grave	

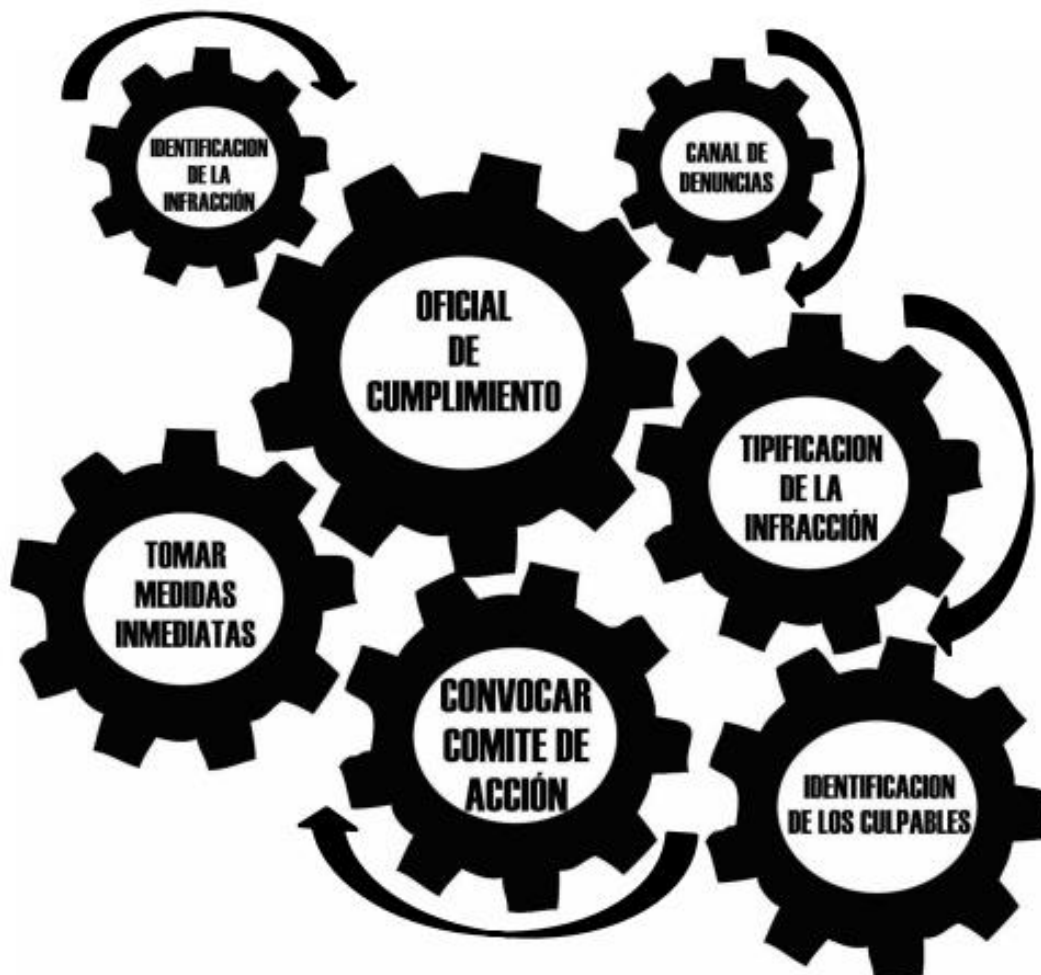
	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

		adquirido, pudiendo, en todo caso, exigirse solo la documentación necesaria, razonable y pertinente de acuerdo con la etapa en la que se encuentre la prestación del producto o ejecución del servicio.		
		Productos o servicios educativos		
111	74.1.a	El consumidor tiene derecho a que se le brinde por escrito información veraz, oportuna, completa, objetiva y de buena fe sobre las características, condiciones económicas, ventajas y demás términos y condiciones del producto o servicio	Grave	
112	74.1.b	El consumidor tiene derecho a que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos.	Grave	
113	74.1.c	El consumidor tiene derecho a que se le informe antes de que se inicie el proceso de contratación sobre los documentos, certificaciones, licencias o autorizaciones con que cuenta el proveedor para desarrollar lícitamente la actividad.	Grave	
114	74.1.e	El consumidor tiene derecho a que no se condicione la entrega del documento que acredite, certifique o deje constancia del uso o desarrollo del servicio a pago distinto del derecho de trámite, salvo en el caso de que el usuario registre deuda pendiente con la institución educativa, en concordancia con la legislación sobre la materia.	Grave	
115	74.1.f	El consumidor tiene derecho a que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes.	Grave	
116	74.1.g	El consumidor tiene derecho a que la institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios.	Grave	
117	75	Los centros y programas educativos antes de finalizar cada período educativo y durante el proceso de matrícula están obligados a brindar en forma veraz, suficiente, apropiada y por escrito al consumidor información sobre el monto, número y oportunidad de pago de las cuotas o pensiones del siguiente período educativo, así como la posibilidad de que se incremente el monto de las mismas.	Grave	
		Responsabilidades y sanciones		
118	100	Si la Universidad ocasiona daños y perjuicios al consumidor está obligado a indemnizarlo de conformidad con las disposiciones del Código Civil en la vía jurisdiccional correspondiente, sin perjuicio de la responsabilidad penal, así como de las sanciones administrativas y medidas correctivas reparadoras y complementarias que se puedan imponer en aplicación de las disposiciones del presente Código y otras normas complementarias de protección al consumidor.	Grave	
		Libro de reclamaciones		
119	150	La Universidad debe contar con un libro de reclamaciones, en forma física o virtual. El reglamento establece las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones para el cumplimiento de la obligación señalada en el presente artículo	Muy Grave	
120	151	A efectos del artículo 150, La Universidad debe exhibir, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, un aviso que indique la existencia del libro de reclamaciones y el derecho que tienen los consumidores de solicitarlo cuando lo estimen conveniente.	Muy Grave	

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

121	152	Los consumidores pueden exigir la entrega del libro de reclamaciones para formular su queja o reclamo respecto de los productos o servicios ofertados. Los establecimientos comerciales tienen la obligación de remitir al Indecopi la documentación correspondiente al libro de reclamaciones cuando éste le sea requerido. En los procedimientos sancionadores, el proveedor denunciado debe remitir la copia de la queja o reclamo correspondiente junto con sus descargos.	Muy Grave	
-----	-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	--

7. PROTOCOLO DE ACCION FRENTE A LA IDENTIFICACIÓN DE INFRACCIONES



	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

7.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES

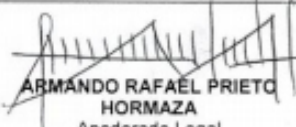
Teniendo conocimiento del mapa de riesgos elaborado precedentemente, donde se detalla las infracciones a las cuales se encuentra expuesta la Universidad Continental, todos los colaboradores en general tienen la obligación de comunicar e informar de forma inmediata, mediante el canal de denuncias que será habilitado mediante correo electrónico, al oficial de cumplimiento, la posible infracción detectada.

7.2. CANAL ETICO/CANAL DE DENUNCIAS:

Si bien los programas de cumplimiento actualmente no gozan de una política de obligatoriedad dentro del amparo legal, por lo que no podría resultar en muchos casos comprensible hablar de un modelo de prevención de infracción realmente eficaz, sin que se haya establecido ya un procedimiento con el cual se recopilará la información, o en los que se puedan recibir los sucesos relativos o los riesgos que se presenten, o los que estén cerca a presentarse. Para dar base a este tipo de procedimientos de recopilación se implementará en la Universidad Continental un canal ético o llamado también Canal de Denuncias, que operará con un fin de organizar lo mejor posible el modelo de respuesta con el que el presente programa logrará cumplir los objetivos, ya que mediante este medio se informará sobre la posible comisión de una infracción :

El presente canal goza de los siguientes principios que ayudarán a cumplir la finalidad del presente programa de compliance:

- Sencillez para el comunicante.
- Una sola vía de acceso.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

- Correcta identificación de la infracción.
- Fiabilidad de la información.
- Confidencialidad.

Por intermedio del presente Canal ético / Canal de denuncias, todos los colaboradores podrán presentar y exponer sus dudas, sugerencias o denuncias en relación al incumplimiento o posible incumplimiento de los códigos internos del presente programa de compliance, en el caso de presentar una denuncia habiendo detectado algún incumplimiento normativo, con el fin de colaborar con el correcto funcionamiento de la Universidad; las denuncias deben contener los siguientes datos:

- Nombres y apellidos del denunciante , número de DNI .
- Exposición correlativa y cronológica de los hechos o argumentos que sustenten la denuncia.
- Persona o area contra la que se dirige la denuncia.

Esta será la vía idónea para que se ponga en conocimiento cualquier posible incumplimiento normativo , que se esté realizando o se haya realizado, sin embargo no excluye la posibilidad de que sea el mismo órgano instructor quien habiendo detectado por su cuenta una posible infracción, active de oficio el protocolo de acción , para realizar las investigaciones correspondientes.

Se mantendrá en todo momento la confidencialidad del reporte realizado por el denunciante, con la excepción que dicha información sea solicitada por alguna autoridad competente (Judicial o administrativa) en cuyo caso la Universidad se encuentra en la obligación de ceder dicha información previo requerimiento motivado.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

7.2.1. COMUNICACIÓN Y TRAMITACIÓN

La denuncia se remitirá al oficial de cumplimiento por correo electrónico, en la dirección:

oficinadecumplimiento@continental.edu.pe

Todas las comunicaciones deberán realizarse mediante el uso del correo electrónico propuesto, por razón de temporalidad, formalidad y seguridad. Recibida la denuncia el órgano de instrucción, será quien iniciará las investigaciones y comprobaciones necesarias.

7.3. OFICIAL DE CUMPLIMIENTO/ÓRGANO DE INSTRUCCIÓN

Será el encargado de velar por la correcta aplicación y difusión del programa de compliance de la Universidad Continental, quien goza de plenas facultades para la toma de decisiones, encontrándose en el mismo nivel jerárquico que el consejo directivo de la Universidad Continental.

7.3.1. Procedimientos a cargo del oficial de cumplimiento

El oficial de cumplimiento realizará las funciones de órgano de instrucción de las denuncias recibidas. Con relación a estas, el órgano de instrucción tendrá encomendadas las funciones de:

a) Gestión del canal de denuncias.

- 1.- Recepción de denuncias.
- 2.- Clasificación de denuncias.

b) Gestión de las denuncias recibidas.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

- 1.- Tipificación de la infracción.
- 2.- Instrucción de la denuncia.
- 3.- Tomar medidas de urgencia si fuera necesario.
- 3.- Redacción de informe dirigido al Comité de acción.

Para realizar tan importante función se detalla a continuación cuales son las líneas básicas orientativas, pudiendo el oficial de cumplimiento estimar en cada caso en concreto, la realización de modificaciones que pueda considerar , con la finalidad de mejorar la materialización de los objetivos:

a) Gestión del canal de denuncias por parte del oficial de cumplimiento:

En relación con la gestión de las denuncias que son recibidas por mediante el canal de denuncias, es el oficial de cumplimiento el llamado a tomar las decisiones debidamente justificadas para gestionar permisos de acceso, de escritura, de impresión, de eliminación, o de bloqueo de información, donde se deberá tomar medidas inmediatas generando un numero de expedientes en el plazo máximo de 24 horas.

b) Gestión de las denuncias recibidas.

Habiendo aperturado el expediente correspondiente, en primer lugar se tendrá que analizar inicialmente el alcance e impacto de la información recibida, determinando así cual es el grado de afectación para con la Universidad, de este modo previamente a aperturar la investigación el oficial de cumplimiento podrá encomendar a quien crea conveniente la labor de apoyar en la investigación. Iniciada la instrucción, el oficial de cumplimiento podrá adoptar una serie de medidas urgentes, siempre motivadamente y con las siguientes finalidades:

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

- Interceptar los efectos del riesgo materializado o por materializar.
- Ejecución de medidas urgentes para conservar el aservo probatorio.
- Comunicación inmediata al consejo directivo de la Universidad Continental, si fuera conveniente.

b.1. Tipificación de la infracción:

El oficial de cumplimiento deberá desarrollar una tipificación de la infracción, donde deberá identificar los siguientes elementos: sujeto activo, conducta, esfera de protección normativa, objeto material, las circunstancias, los medios de comisión de la infracción, el nexo causal y resultado o posible resultado y posible sanción, en el plazo de 48 horas de haber recepcionado la denuncia.

b.2. Instrucción de la denuncia:

El oficial de cumplimiento, aperturará instrucción igualmente en el plazo de 48 horas de tener conocimiento de la denuncia, tomando medidas inmediatas, si fuese necesario, podrá comunicar con el denunciante a los efectos de ampliar la información recibida, garantizando siempre la confidencialidad de la información.

El oficial de cumplimiento, también podrá delegar funciones que crea convenientes.

b.3. Identificación de los culpables o posibles culpables:

Dentro del proceso de instrucción, realizando las indagaciones correspondientes es el oficial de cumplimiento quien identificará a quienes son los posibles

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

culpables o los culpables directos, con el fin de materializar la tipificación de la infracción y las medidas disciplinarias correspondientes.

b.4. Redacción de informe dirigido al comité de acción:

Una vez culminada la instrucción, el Oficial de Cumplimiento, habiendo identificado a los responsables o posibles responsables, planteará una propuesta de solución definitiva, la que se presentará al Comité de Acción en un informe que contendrá:

- Información descriptiva de la denuncia, fechas de interposición y principal controversia.
- Medidas de urgencia en caso fueron llevadas a cabo, motivación de las mismas y cuales fueron los efectos.
- Análisis de la fiabilidad del denunciante y veracidad de la información, la cual concluyo en la instrucción.
- Identificación de los responsables, y recomendación de remitir los actuados al área de recursos humanos.
- Valoración de si resulta necesario cualquier tipo de apoyo o asesoría externa.
 - La propuesta de actuación y resolución, con proposición de las medidas ya adoptadas y que se deban mantener, adicionalmente si dentro de la instrucción se ha determinado que existió deslealtad o falta dolosa a la verdad, por parte del denunciante, tambien se derivará la información al área de recursos humanos, para que se tomen medidas inmediatas en contra del colaborador o colaboradores implicados.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

7.4. DEL COMITÉ DE ACCIÓN:

Será el oficial de cumplimiento el encargado de designar y citar al comité de acción, quien se encargará de avalar las medidas tomadas de urgencia o materializar las medidas propuestas, de este modo el comité estará conformado por tres miembros, elegidos acorde a su trayectoria profesional, materia de la infracción, y área laboral involucrada dentro de la investigación.

7.4.1. Obligatoriedad de participación:

El comité de acción designado, estará en la obligación de concurrir al llamado del oficial de cumplimiento, debido al compromiso con la Universidad, por mediante el presente programa acorde a los valores éticos empresariales, política de calidad y dispositivos normativos de la Universidad Continental.

8. SUPERVISION Y DIFUSION DEL MODELO

8.1. Supervision y control del modelo

Es necesaria la supervisión continua del presente programa de compliance, de este modo se acreditará el correcto funcionamiento dentro de la Universidad, para lo cual el llamado a realizar dicha labor es el oficial de cumplimiento, quien del mismo modo actúa como órgano de instrucción y órgano fiscalizador, el cual realizara visitas inopinadas a los colaboradores.

8.2. Difusión del modelo

8.2.1. Difusion digital:

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

El presente programa de cumplimiento sera remitido al correo institucional de todos los colaboradores en general, asi como se pondrá de conocimiento igualmente a las empresas que tercerizan servicios para la Universidad y tienen contacto directo con los consumidores y alumnos en general (Personal de limpieza, personal de seguridad).

8.2.2. Difusion personalizada:

Se desarrollará una capacitación personalizada, frente a los principales directivos y colaboradores que ocupen un cargo de dirección siendo los siguientes:

- Gerencias establecidas de la Universidad Continental, rectorado y vicerectorado.
- Decanatura y Coordinadores de Carrera.
- Jefes de áreas administrativas.

De este modo se materializará el involucramiento y respaldo del programa de Compliance.

8.3. Auditoria del programa de compliance de la Universidad Continental.

Frente a la implementación del presente programa de Cumplimiento, se desarrollará una **auditoría anual interna del mismo**, que versará sobre el funcionamiento y efectividad, teniendo en cuenta la constante variación en la ley existente, se deberá actualizar el presente programa conforme a los resultados obtenidos, para lo cual el oficial de cumplimiento podrá solicitar del mismo modo apoyo externo para la realización de la auditoria, o en su defecto sera el encargado de auditar el contenido y tipificación normativa.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

9. CRONOGRAMA DE TRABAJO E IMPLMETACIÓN

<u>ACTIVIDADES PRINCIPALES</u>	<u>S1</u>	<u>S2</u>	<u>S3</u>	<u>S4</u>	<u>S5</u>	<u>S7</u>	<u>S8</u>	<u>S9</u>
PLANIFICACIÓN	X							
DIAGNÓSTICO - Cuestionario de recopilación de datos. - Plan de implementación.		X	X					
MODELO DE PREVENCIÓN. - Implementación del modelo y difusión				X	X			
CIERRE DE LA IMPLEMENTACION Cuestionario de cierre.						X	X	X

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

BIBLIOGRAFIA

- Amaya, G. (2014). Los Compliance programmes en el derecho de la competencia como medida preventiva de futuros procedimientos sancionadores. En X. A. Lluch, Las medidas preventivas de conflictos jurídicos en contextos económicos inestables (págs. 625-637). Barcelona: J.M. Bosch Editor.
- Carrion, C. (2015). Criminal Compliance. Obtenido de <http://www.ccfirma.com/principal/publicaciones/>
- Clavijo, C. (2016). Repositorio Pontificia Universidad Catolica del Perú. obtenido de criminal compliance y sistema penal en el Perú: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7937/CLAVIJO_JAVE_CAMILO_COMPLIANCE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Código de protección y defensa del consumidor. (2010). lima. obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CódigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>
- Guillermo, A. M., & Jimenez Montes, S. (2015). Programas de Cumplimiento Como mecanismo de lucha contra la Corrupción : Especial referencia a la autoregulación de las empresas. Derecho & Sociedad(45), 63 - 73. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/15225/15693>
- INDECOPI. (2018). SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA. HUANCAYO: INDECOPI.

	DOCUMENTO	REVISADO Y APROBADO POR:	FECHA DE APROBACIÓN	VERSIÓN:
	Programa de Compliance en materia de protección al Consumidor de la Universidad Continental	 ARMANDO RAFAEL PRIETO HORMAZA Apoderado Legal	02 Agosto 2019	001-2019

- KLEINHEMPEL, M. (2015). Los desafíos de compliance en los mercados emergentes. IESE Insight (Spanish Edition)(27), 32-39. doi:10.15581/002.ART-2791

Apéndice 4: Informe de Capacitación al centro de atención al Usuario de la Universidad Continental

La implementación del programa de Compliance denotaba necesariamente la realización de una capacitación al personal que mantiene relación directa con el usuario o estudiantes.

Por lo que se realizó y programo una capacitación informativa del Programa de Compliance que se había implementado en la universidad, explicando de forma sencilla al personal en qué consisten los programas de cumplimiento normativo:



Fotografía de la capacitación realizada al Centro de atención al Usuario de la Universidad Continental.

La participación del personal fue en todo momento proactiva, donde todos relataban casos que habían sucedido dentro de la universidad, reflejando esto que se encontraban comprometidos con su centro de labores, y apuntaban todos a querer aprender más y querer sobre todo mejorar en la atención, la importancia de los programas de Compliance empresariales, refleja un reforzamiento ético dentro de los trabajadores.

Desarrollar una cultura de cumplimiento normativo interno en los trabajadores es crucial para el funcionamiento óptimo de un programa de Compliance, los colaboradores del centro de

atención al usuario fueron muy colaborativos y abiertos a realizar consultas, lo que ayudará a mejorar significativamente el programa de cumplimiento normativo a futuro.



Fotografía de la capacitación realizada al Centro de atención al Usuario de la Universidad Continental.

Es así que, el desarrollo de los programas de Compliance dependen enteramente a su fácil entendimiento y sobre todo al carácter de cumplimiento obligatorio, una vez entendido esto los colaboradores se encontraran en un mejor ambiente de trabajo, ya que conocen hoy en día cuales son los procesos que deben realizar en caso existan reclamos o denuncias.



Fotografía de la capacitación realizada al Centro de atención al Usuario de la Universidad

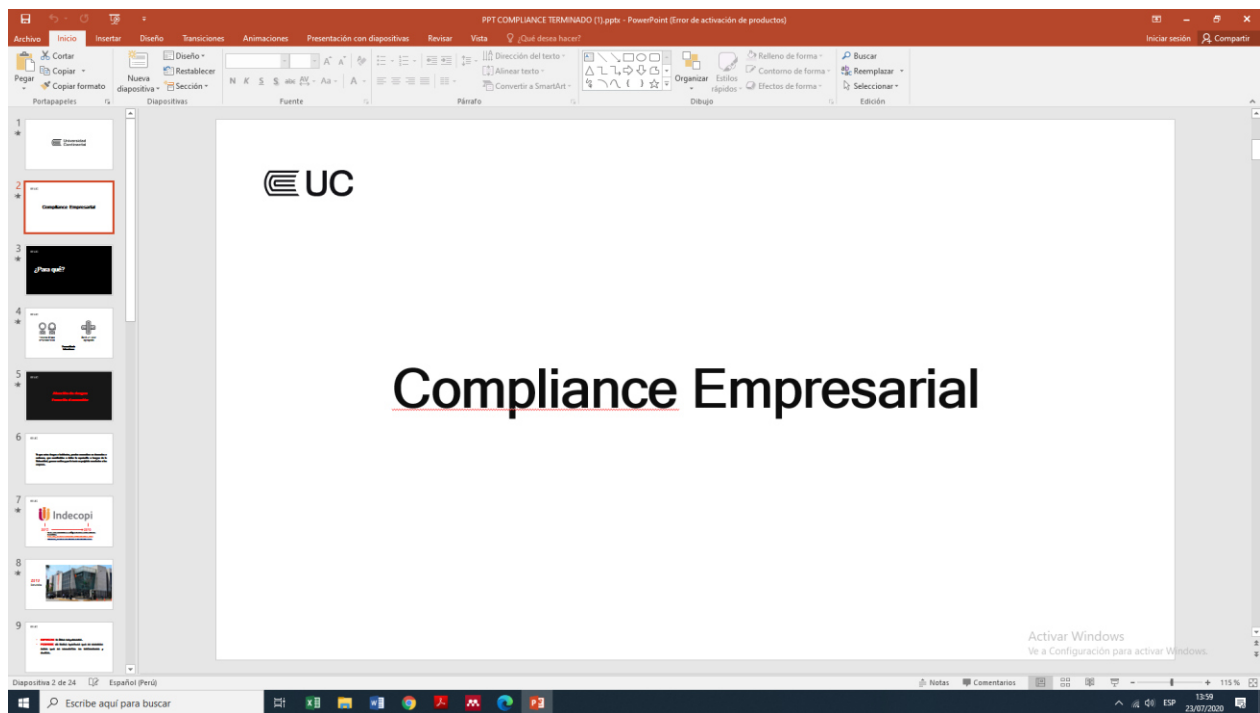
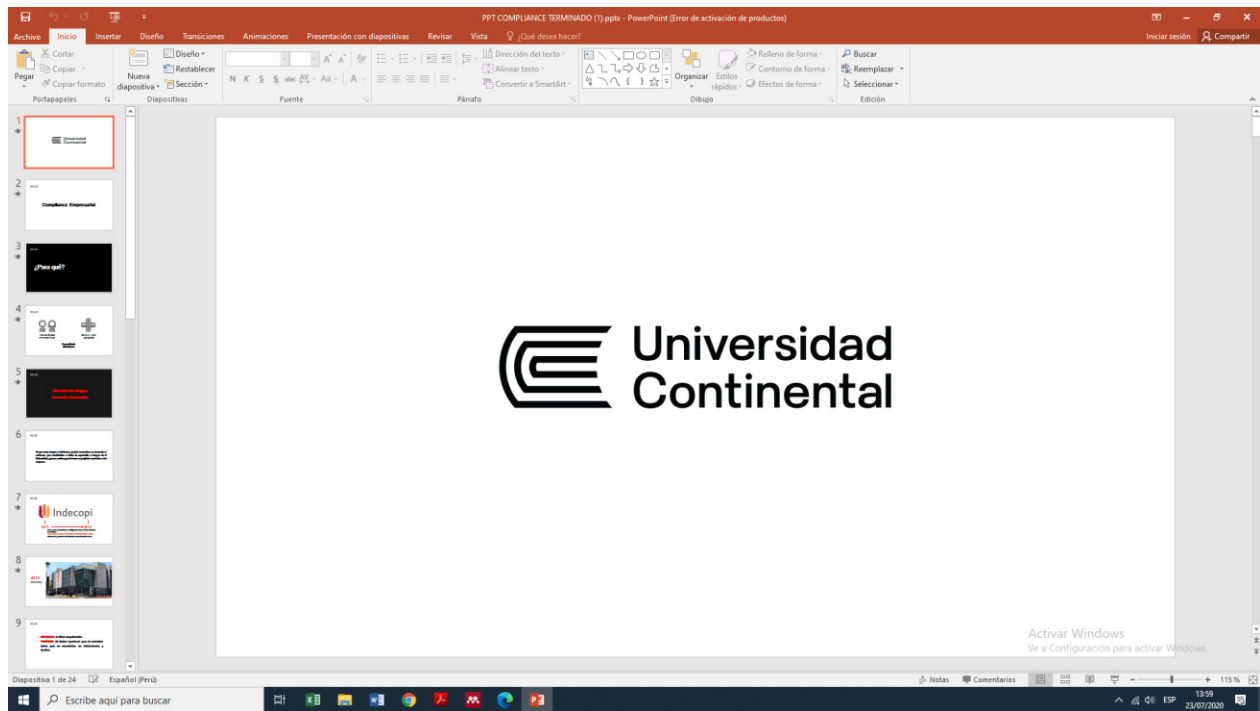
Se concluyó con la capacitación satisfactoriamente, donde los colaboradores se fueron con una idea clara de lo que se estaba queriendo transmitir., así del mismo modo se les entrego el programa de cumplimiento normativo para que lo puedan revisar al detalle.

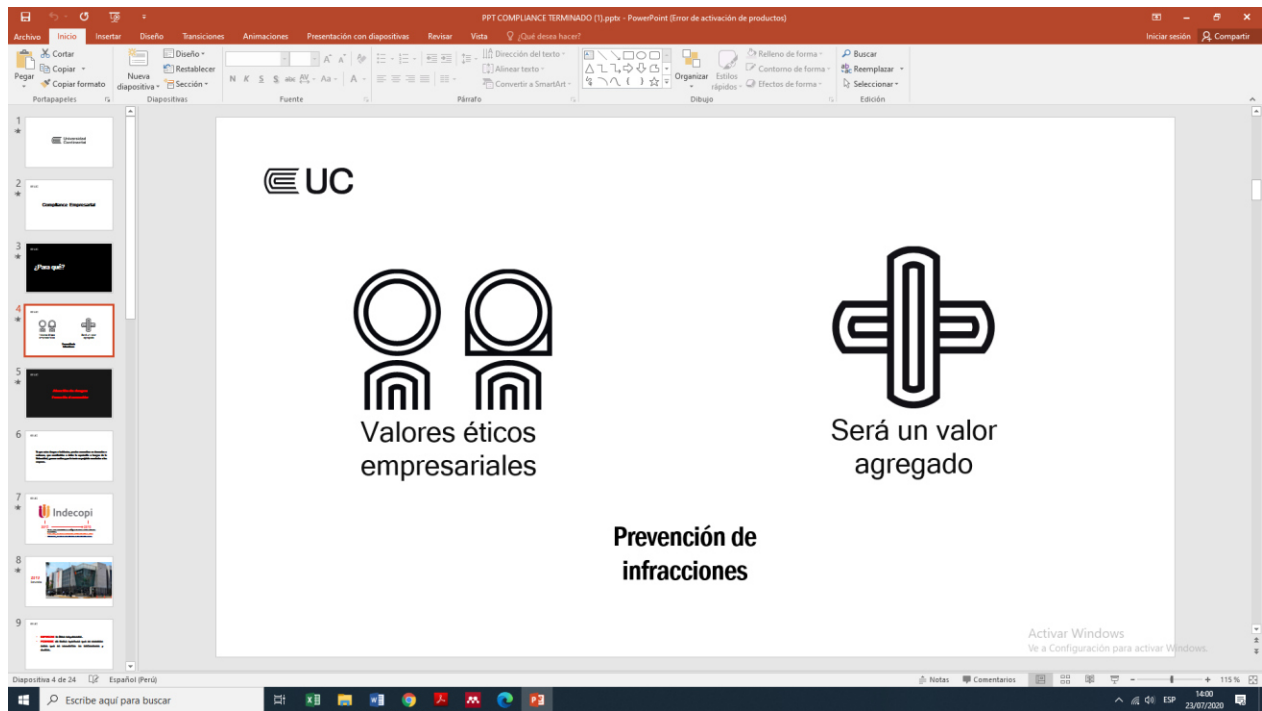
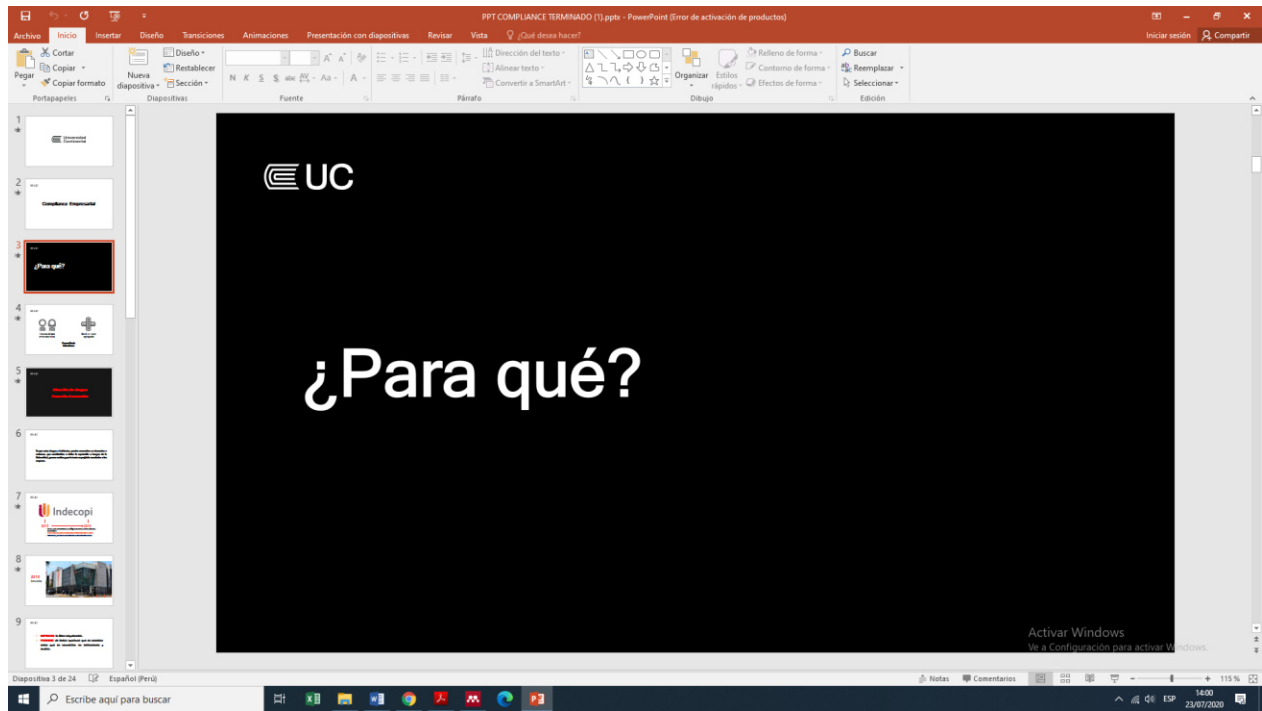


Fotografía de la capacitación realizada al Centro de atención al Usuario de la Universidad

Diapositivas que se utilizaron en la capacitación:

Apéndice 5: Compliance empresarial PPTs





The screenshot shows a Microsoft PowerPoint presentation window. The title bar reads "PPT COMPLIANCE TERMINADO (1).pptx - PowerPoint (Error de activación de productos)". The ribbon includes "Inicio", "Insertar", "Diseño", "Transiciones", "Animaciones", "Presentación con diapositivas", "Revisar", and "Vista". The slide content features the UC logo in the top left corner. The main text, displayed in red, reads "Atención de riesgos" and "Protección al consumidor". A slide navigation pane on the left shows 9 slides, with slide 5 selected. The status bar at the bottom indicates "Dispositivo 5 de 24", "Español (Perú)", and "115%".

UC

Atención de riesgos
Protección al consumidor

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Dispositivo 5 de 24 Español (Perú) 115%

The screenshot shows the same PowerPoint presentation window. The slide content features the UC logo in the top left corner. The main text, displayed in black, reads: "Ya que estos riesgos o incidentes, pueden convertirse en denuncias o reclamos, que contribuirían a dañar la reputación e imagen de la Universidad, generar multas y por lo tanto un perjuicio económico a las empresa." A slide navigation pane on the left shows 9 slides, with slide 6 selected. The status bar at the bottom indicates "Dispositivo 6 de 24", "Español (Perú)", and "115%".

UC

Ya que estos riesgos o incidentes, pueden convertirse en denuncias o reclamos, que contribuirían a dañar la reputación e imagen de la Universidad, generar multas y por lo tanto un perjuicio económico a las empresa.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Dispositivo 6 de 24 Español (Perú) 115%

PPT COMPLIANCE TERMINADO [1].pptx - PowerPoint (Error de activación de productos)

Inicio Iniciar sesión Compartir

Archivos Inicio Insertar Diseño Transiciones Animaciones Presentación con diapositivas Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

Cortar Copiar Copiar formato Pegar Nueva diapositiva Sección Diapositivas Fuente Párrafo Convertir a SmartArt Organizar Estilos rápidos Efectos de forma Buscar Reemplazar Seleccionar Edición

1 2 3 4 5 6 7 8 9

UC



Indecopi

2015 → 2018

- 24 denuncias administrativas en el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos.
- 7 denuncias presentadas a la Comisión de Protección al Consumidor.
- 20 reclamos presentados ante el Servicio de Atención al Ciudadano.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Dispositivo 7 de 24 Español (Perú) 14:01 23/07/2020

PPT COMPLIANCE TERMINADO [1].pptx - PowerPoint (Error de activación de productos)

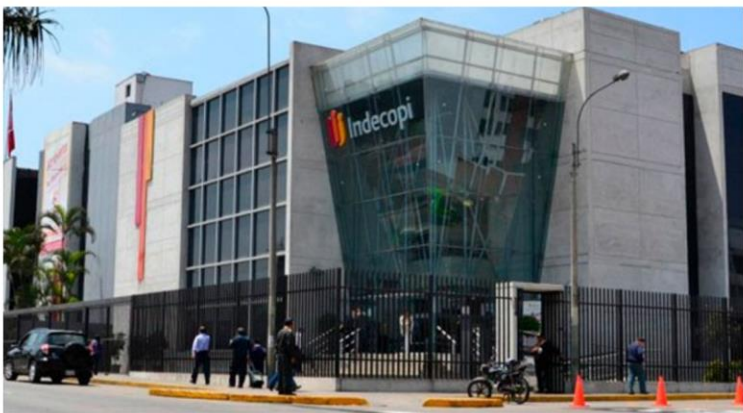
Inicio Iniciar sesión Compartir

Archivos Inicio Insertar Diseño Transiciones Animaciones Presentación con diapositivas Revisar Vista ¿Qué desea hacer?

Cortar Copiar Copiar formato Pegar Nueva diapositiva Sección Diapositivas Fuente Párrafo Convertir a SmartArt Organizar Estilos rápidos Efectos de forma Buscar Reemplazar Seleccionar Edición

1 2 3 4 5 6 7 8 9

2019 Denuncias



Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Dispositivo 8 de 24 Español (Perú) 14:01 23/07/2020

PPT COMPLIANCE TERMINADO [1].pptx - PowerPoint (Error de activación de productos)

Inicio

UC

- **REFORZAR** la ética empresarial.
- **PREVENIR** de forma oportuna que se cometan actos que se conviertan en infracciones y multas.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Dispositivo 9 de 24 Español (Perú) 14:01 23/07/2020

PPT COMPLIANCE TERMINADO [1].pptx - PowerPoint (Error de activación de productos)

Inicio

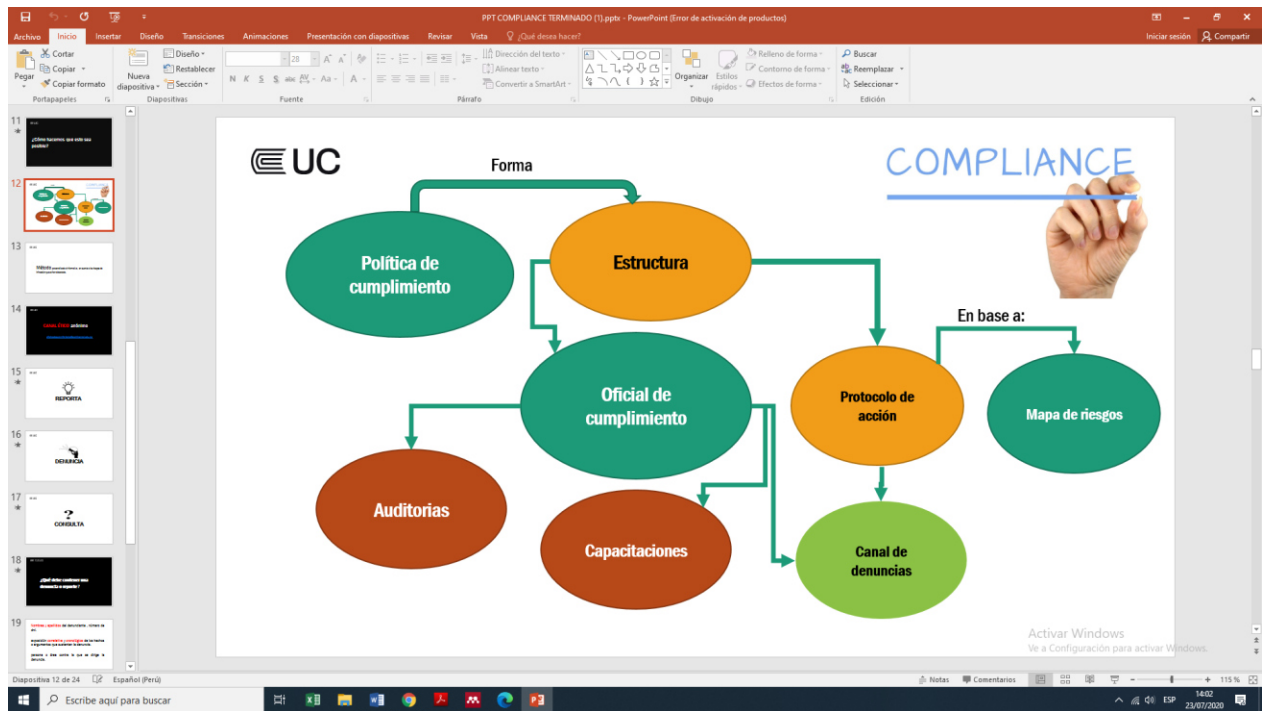
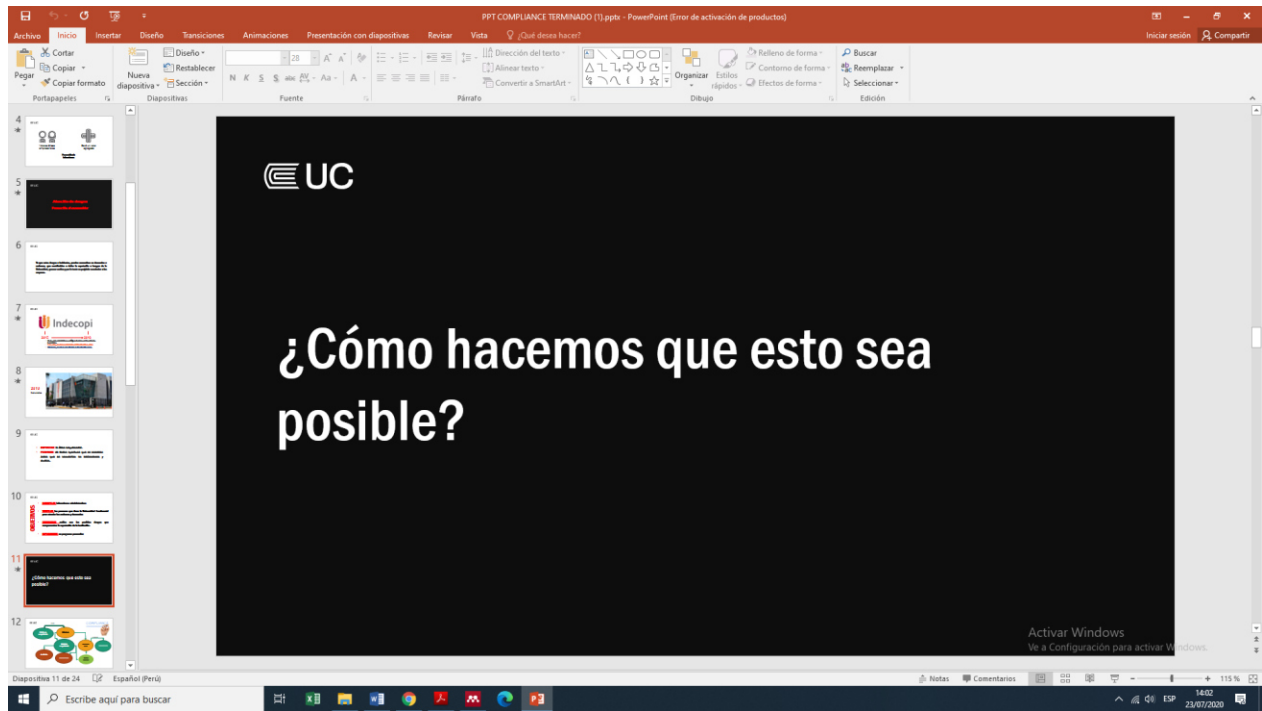
UC

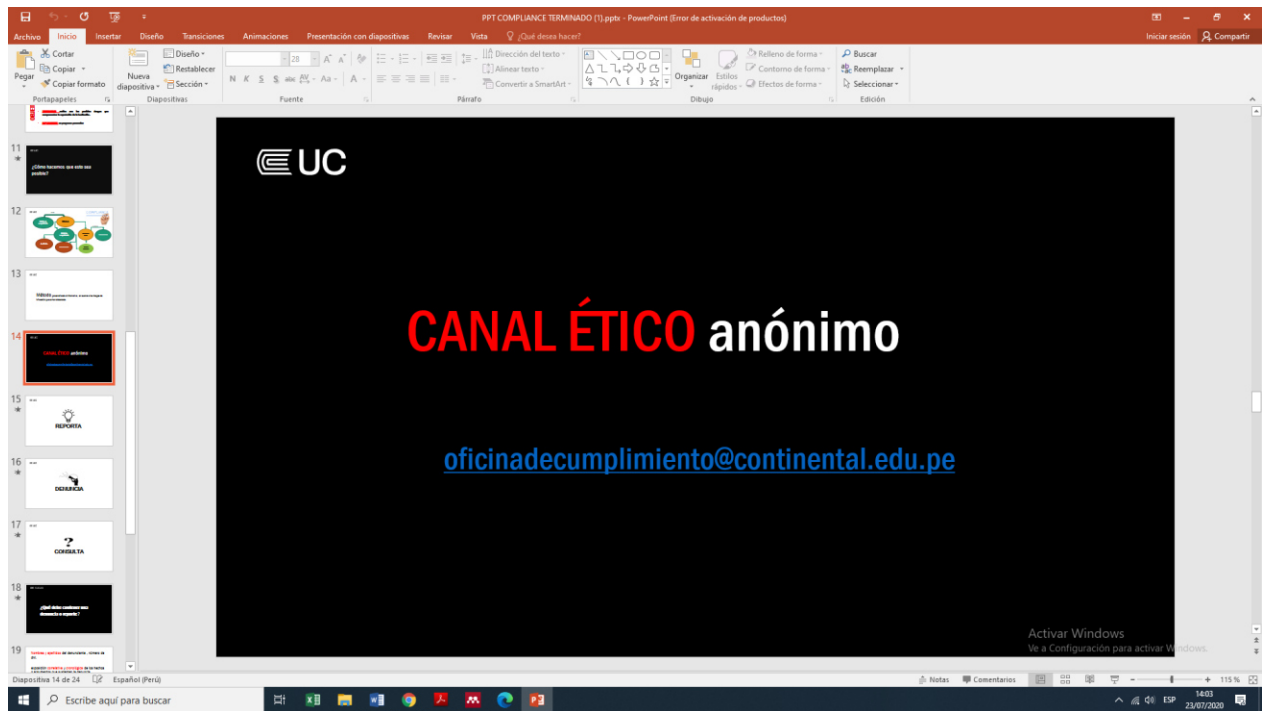
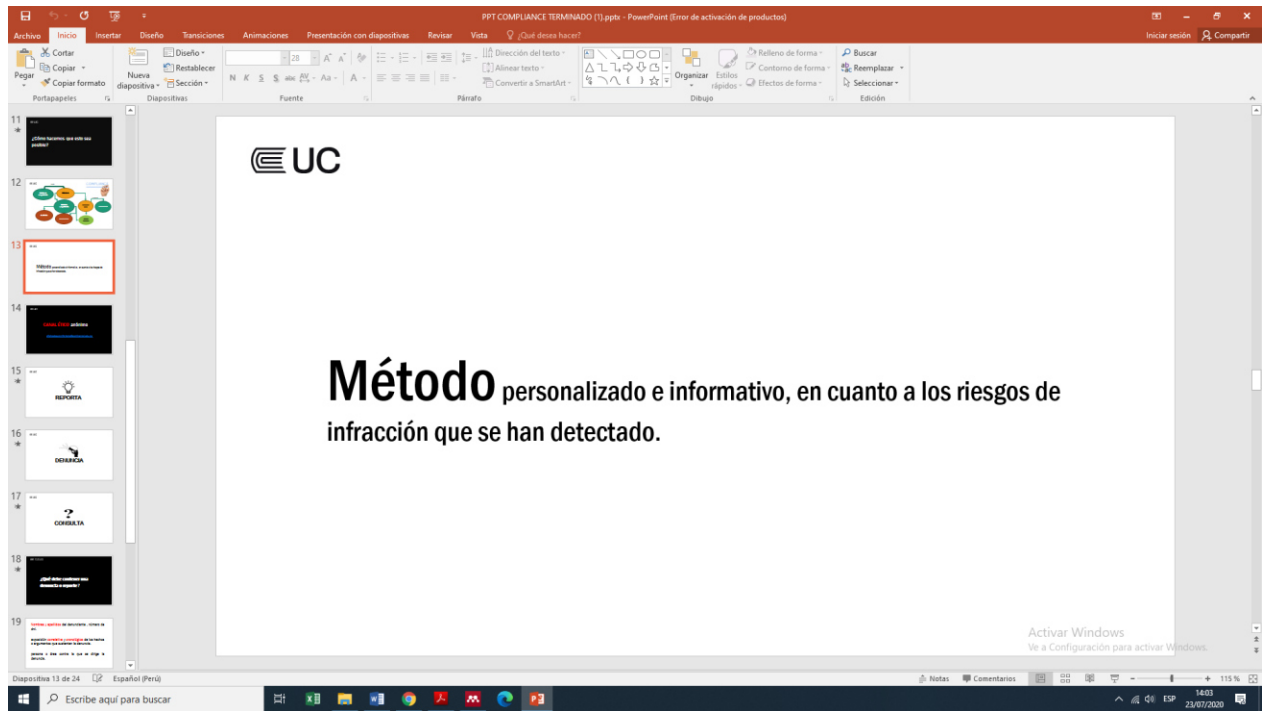
OBJETIVOS

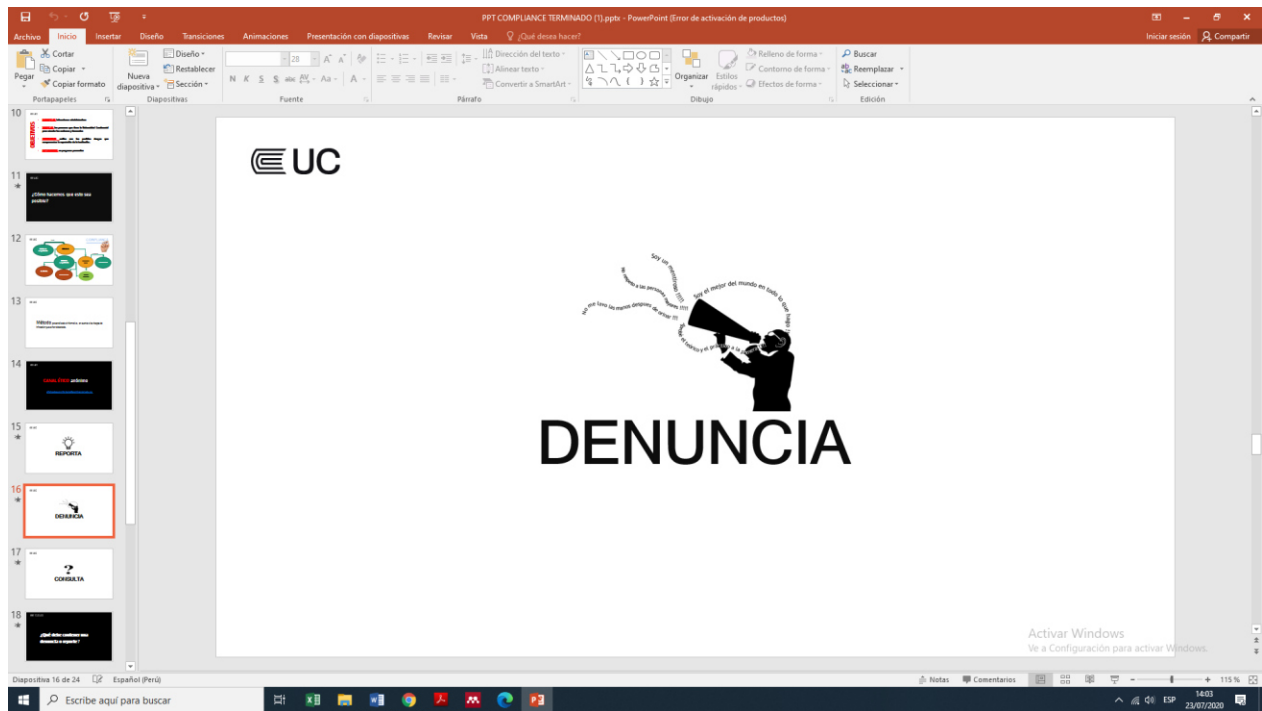
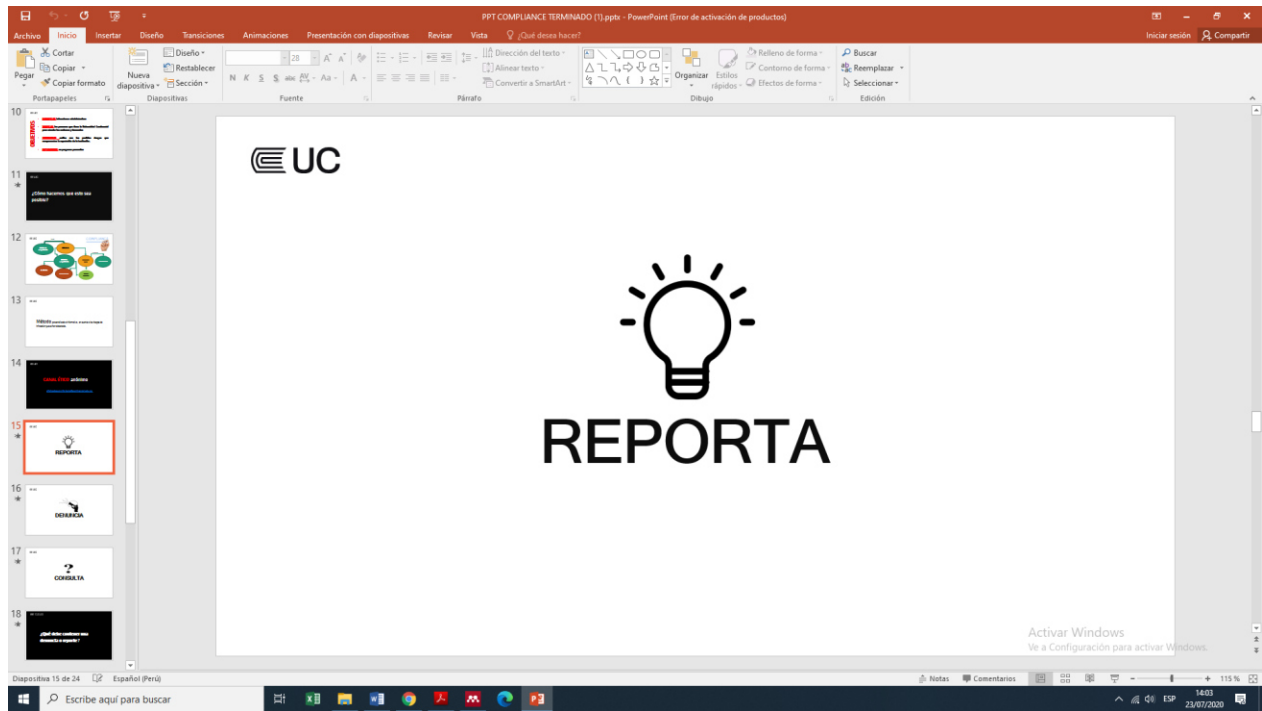
- **IDENTIFICAR** infracciones administrativas
- **VERIFICAR** los procesos que tiene la Universidad Continental para atender los reclamos y denuncias
- **DETERMINAR** cuáles son los posibles riesgos que comprometan la reputación de la institución.
- **IMPLEMENTAR** un programa preventivo

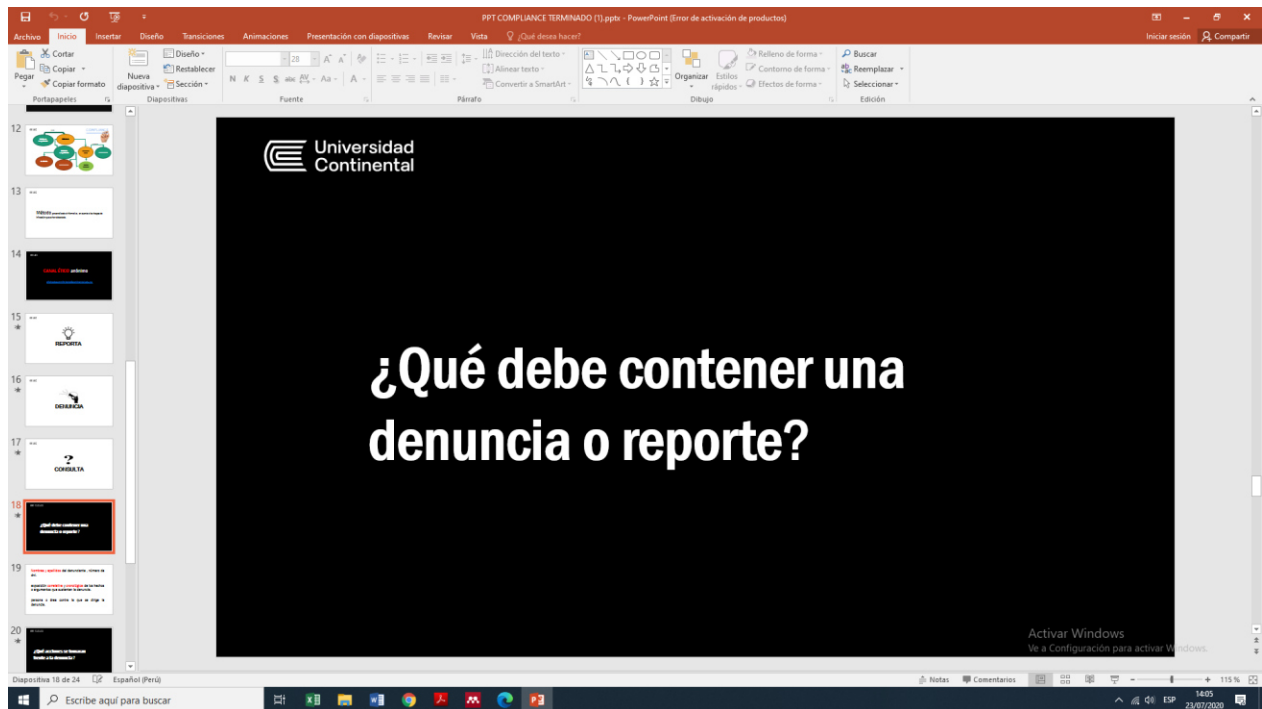
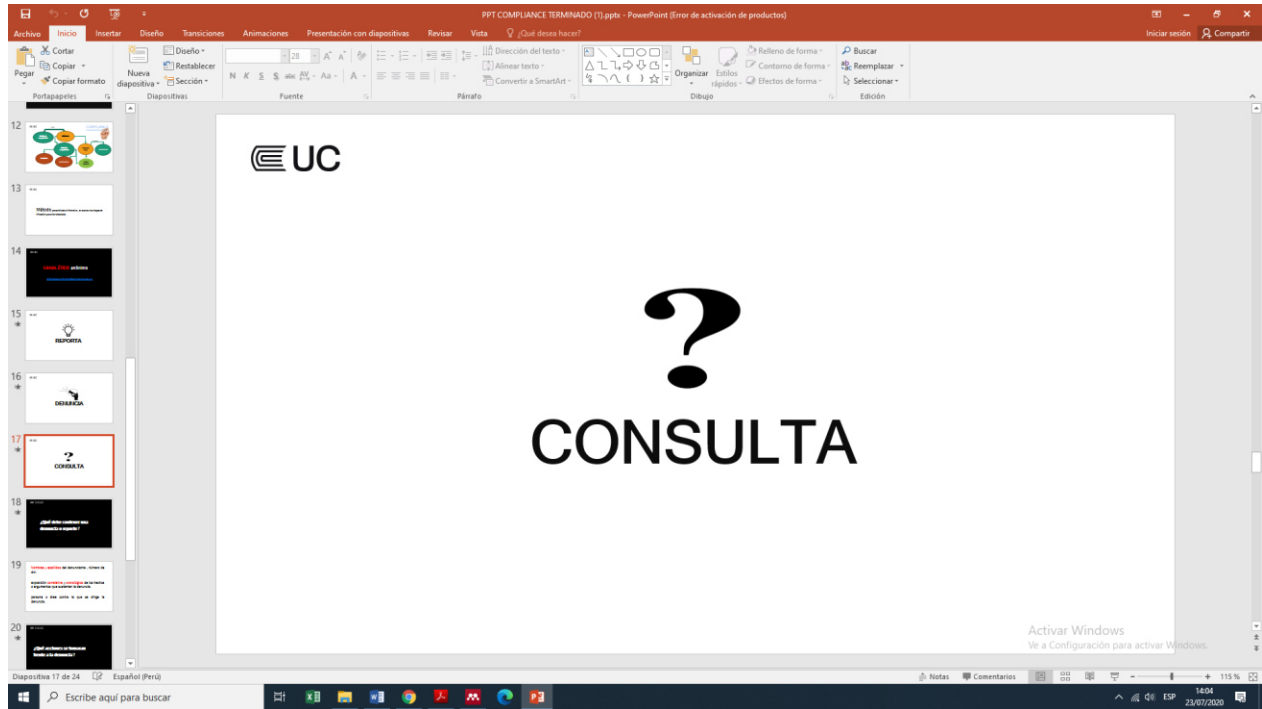
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

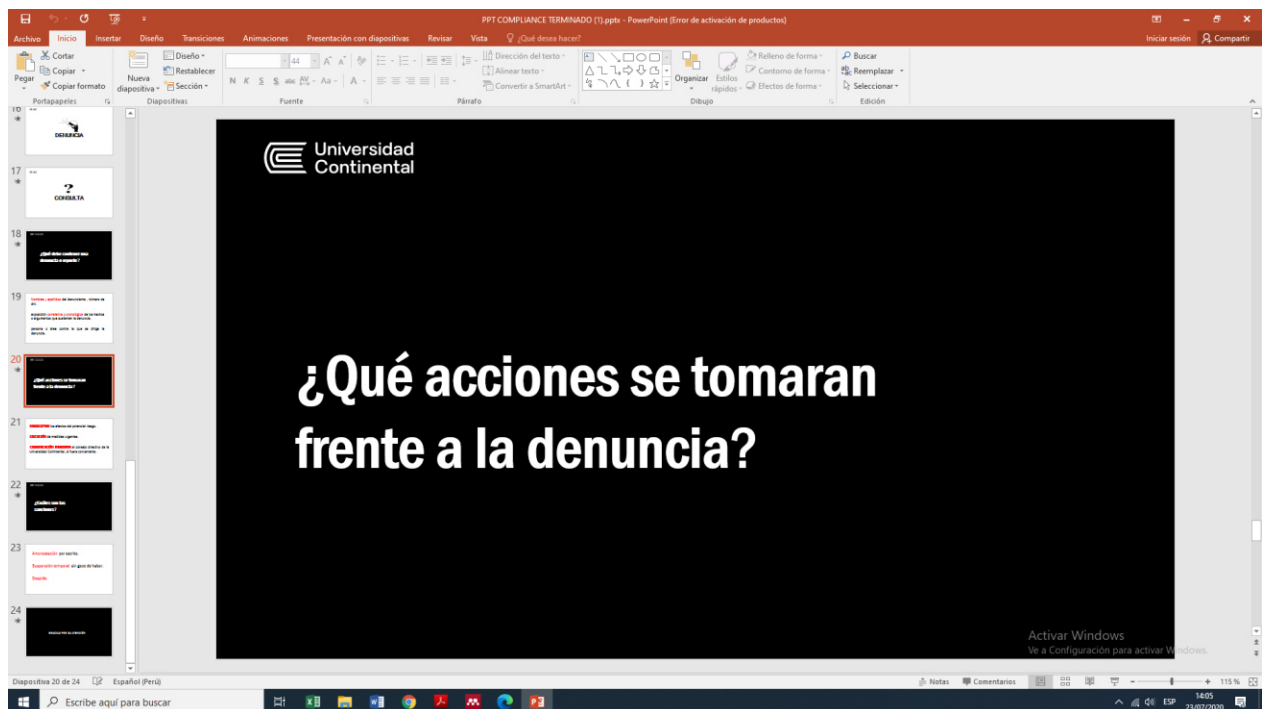
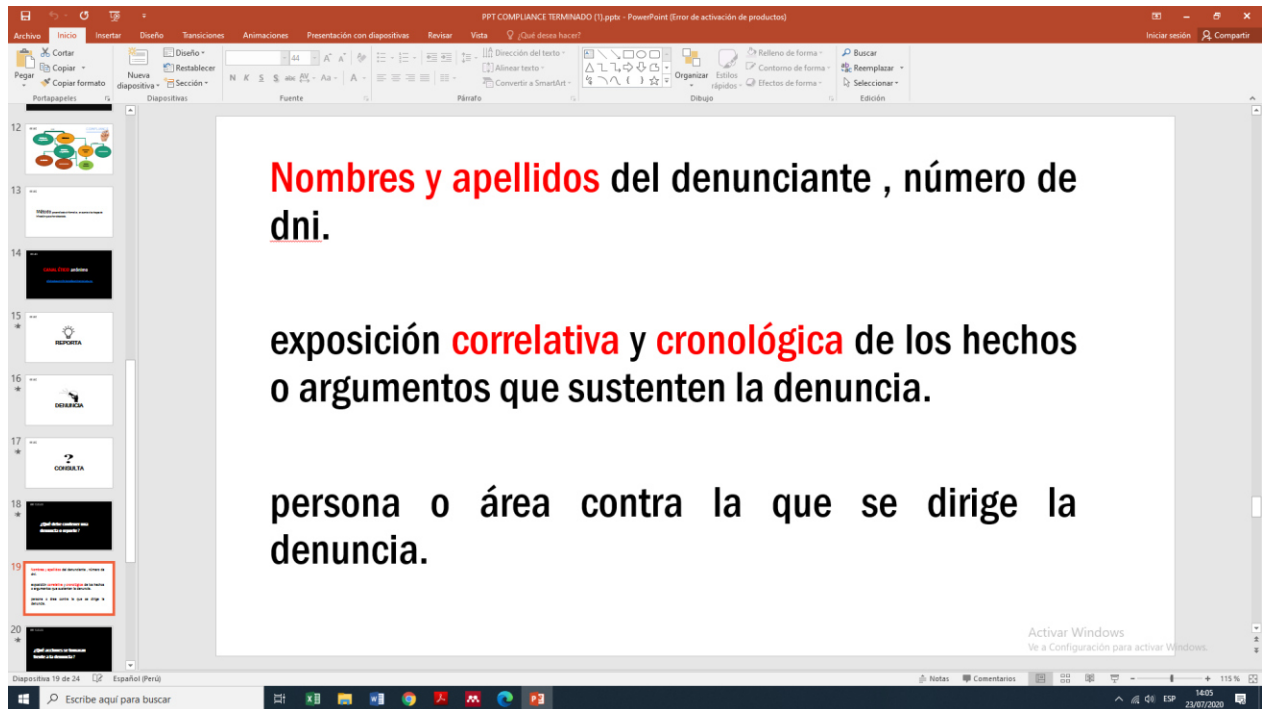
Dispositivo 10 de 24 Español (Perú) 14:02 23/07/2020

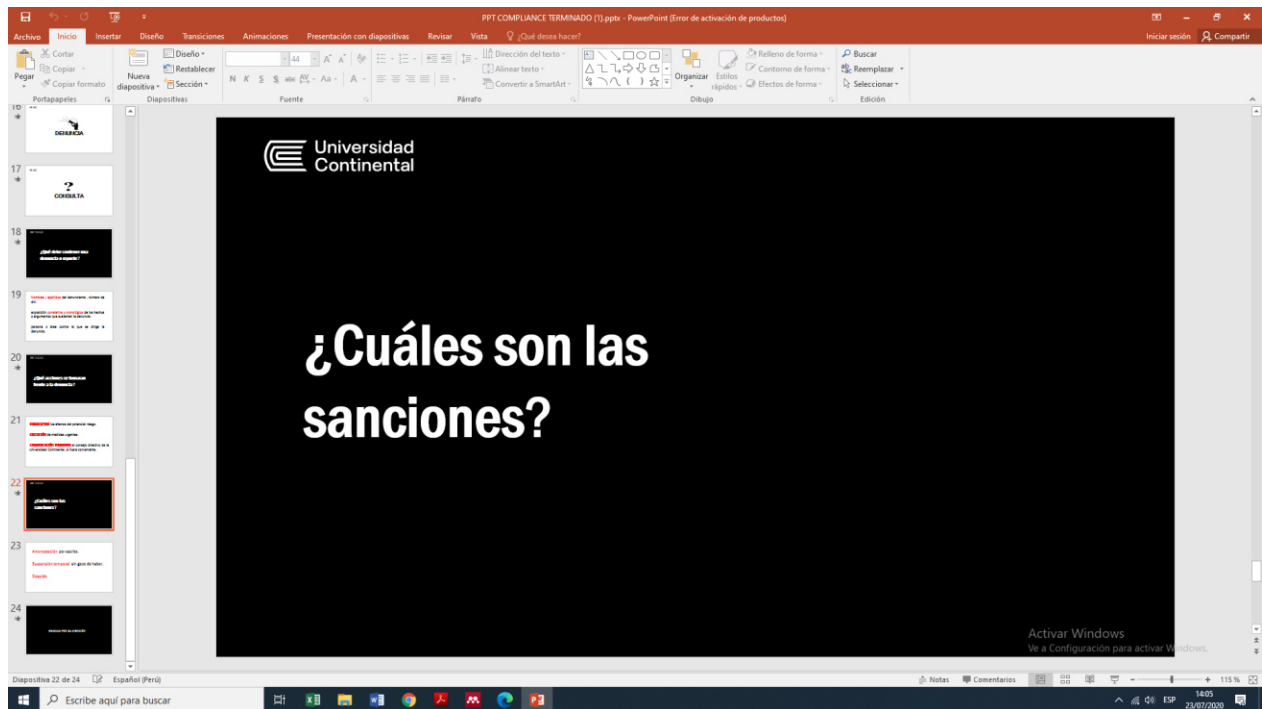
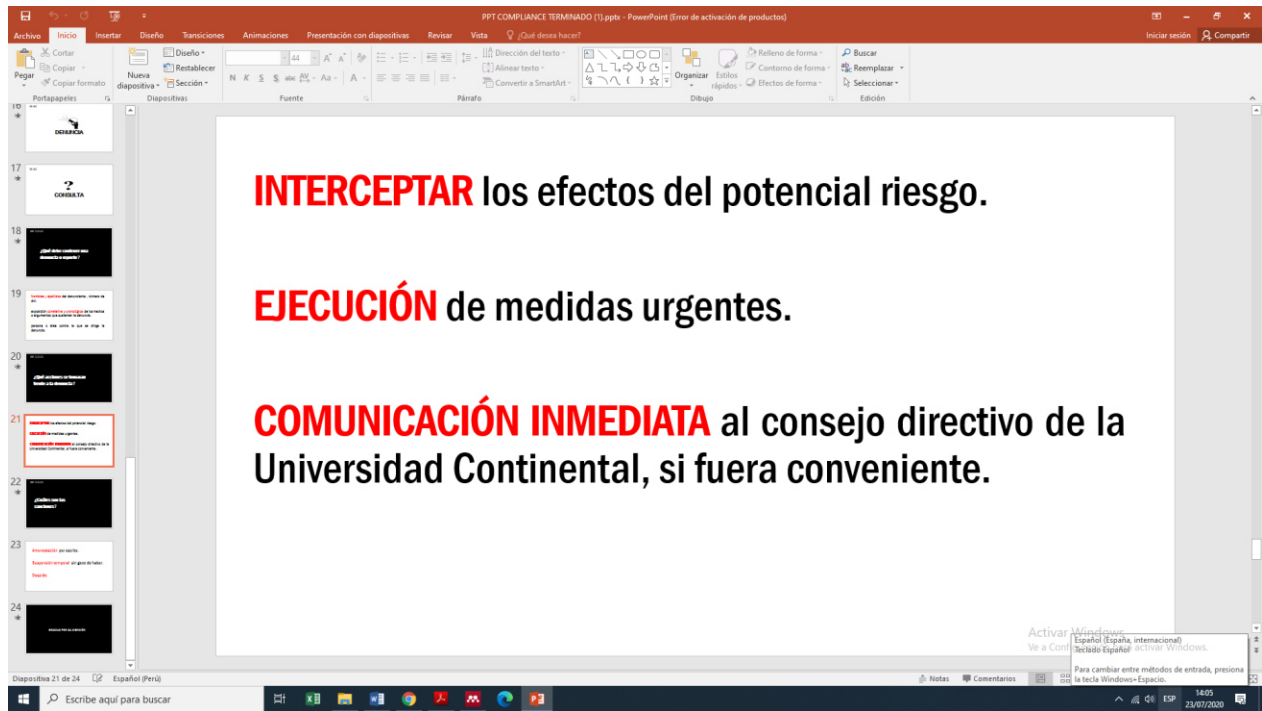


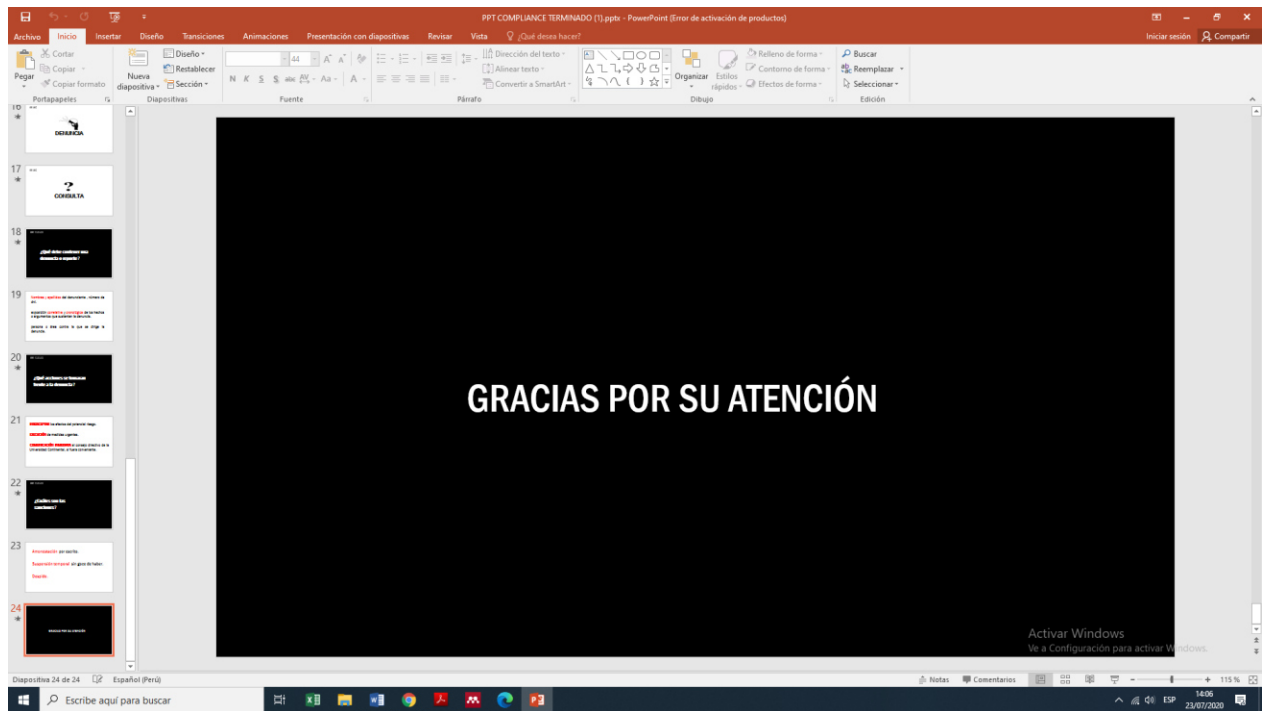
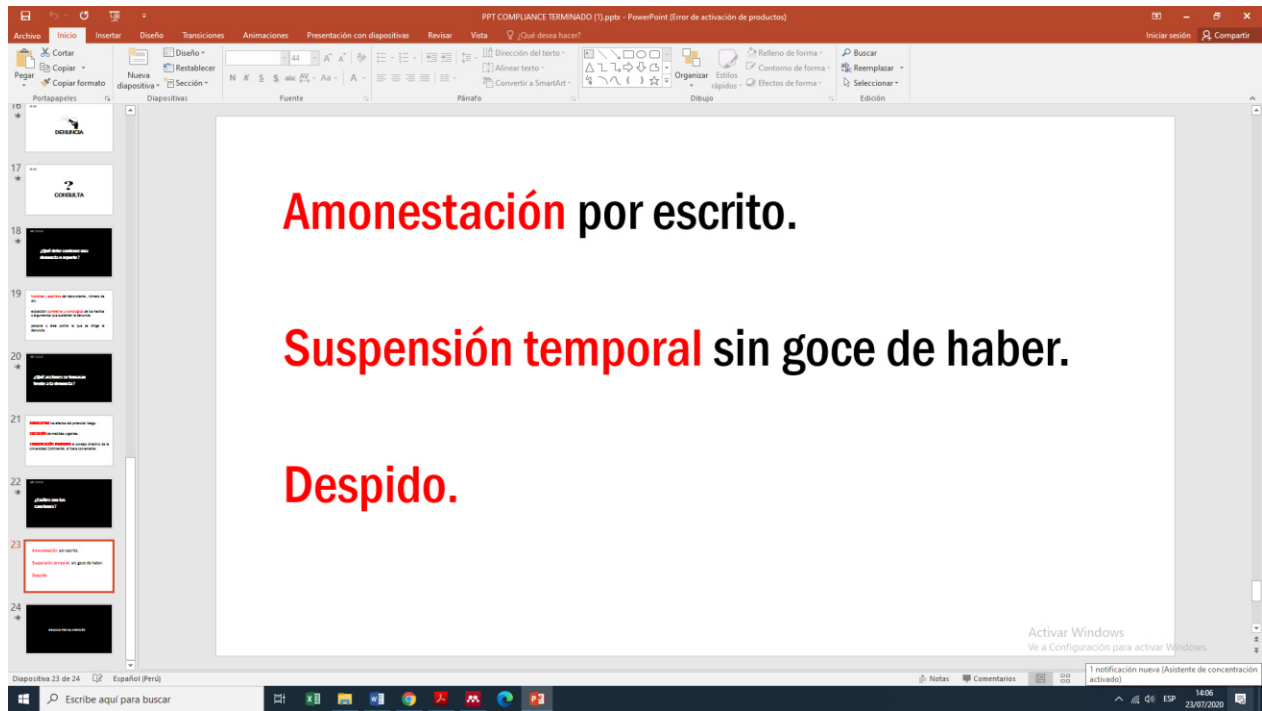












Apéndice 6: Base de datos

PRETEST																		
	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	Preg14	Preg15	Preg16	Preg17	Preg18
Enc 1	2	2	2	3	5	2	3	3	3	2	2	2	3	4	4	1	2	1
Enc 2	5	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
Enc 3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	4	2	2	2	2
Enc 4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2
Enc 5	4	3	2	4	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2
Enc 6	4	2	3	2	2	2	4	2	4	3	2	2	4	2	2	4	3	2
Enc 7	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3
Enc 8	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2
Enc 9	2	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
Enc 10	5	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4
Enc 11	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	3	2
Enc 12	3	2	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
Enc 13	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3
Enc 14	4	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3
Enc 15	2	2	3	4	4	2	2	3	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2
Enc 16	5	5	2	5	1	2	2	2	2	1	5	2	2	5	5	5	5	3

Enc 17	5	5	2	5	1	2	2	2	2	1	5	2	2	5	5	5	5	3
Enc 18	5	5	2	5	1	2	2	2	2	1	5	2	2	5	5	5	5	3
Enc 19	4	3	4	3	4	2	2	4	2	4	4	3	3	5	5	5	4	4
Enc 20	5	5	4	3	3	4	4	5	4	2	5	3	5	5	5	5	4	4
Enc 21	4	5	5	3	4	3	3	5	5	4	4	2	2	5	5	5	3	1
Enc 22	5	2	1	4	5	2	3	1	2	5	4	2	4	5	2	2	5	3
Enc 23	5	3	3	1	5	2	2	2	2	2	1	3	1	5	5	5	4	4
Enc 24	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	5	5	5	4	4
Enc 25	4	4	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
Enc 26	5	5	4	4	4	2	2	5	2	3	4	3	4	5	5	5	4	4
Enc 27	4	4	4	5	4	2	2	2	2	4	4	3	2	4	4	2	2	2
Enc 28	4	2	2	3	2	3	4	2	2	3	5	2	2	4	3	2	4	1
Enc 29	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	4	1	1	4	4	3	4	4
Enc 30	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	3

	POSTEST																	
	Preg1	Preg2	Preg3	Preg4	Preg5	Preg6	Preg7	Preg8	Preg9	Preg10	Preg11	Preg12	Preg13	Preg14	Preg15	Preg16	Preg17	Preg18
Enc 1	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
Enc 2	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Enc 3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Enc 4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
Enc 5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
Enc 6	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
Enc 7	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
Enc 8	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Enc 9	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3
Enc 10	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
Enc 11	1	3	3	1	3	4	4	3	2	4	3	2	3	5	4	4	4	3
Enc 12	4	5	5	1	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Enc 13	3	2	4	2	2	4	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	2	2
Enc 14	5	4	4	2	2	4	3	5	4	4	3	4	2	5	5	5	4	3
Enc 15	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Enc 16	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
Enc 17	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

Enc 18	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
Enc 19	5	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	5	5	5
Enc 20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Enc 21	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
Enc 22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Enc 23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
Enc 24	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Enc 25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
Enc 26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
Enc 27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Enc 28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Enc 29	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Enc 30	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4