

# UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

## UCC – Matagalpa



### Coordinación de Ciencias Económicas y Jurídicas

**Proyecto de graduación para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas/Licenciado en Derecho con énfasis en Gerencia Empresarial/Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas.**

#### TEMA:

**Cumplimiento de la Ley N° 842 Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías, en la producción y comercialización de productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA), en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.**

#### ELABORADO POR

Br. Michelle Stephany Ruíz Cano.

Br. Diana Patricia Blandón Chavarría.

Br. José Ignacio Castro Sobalvarro.

#### TUTOR METODOLÓGICO

Msc Ramonezequiel Adolfo Suárez

#### TUTOR TÉCNICO

Msc Carlos Joel Castillo U.

**Matagalpa, 25 de junio 2023**

# **UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES**

## **UCC – Matagalpa**



### **Coordinación de Ciencias Económicas y Jurídicas**

**Proyecto de graduación para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas/Licenciado en Derecho con énfasis en Gerencia Empresarial/Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas.**

#### **TEMA:**

**Cumplimiento de la Ley N° 842 Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías, en la producción y comercialización de productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA), en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.**

#### **ELABORADO POR**

**Br. Michelle Stephany Ruíz Cano.**

**Br. Diana Patricia Blandón Chavarría.**

**Br. José Ignacio Castro Sobalvarro.**

#### **TUTOR METODOLÓGICO**

**Msc Ramonezequiel Adolfo Suárez**

#### **TUTOR TÉCNICO**

**Msc Carlos Joel Castillo U.**

**Matagalpa, 25 de junio 2023**

## **Agradecimientos**

Agradecemos primeramente a Dios por permitirnos llegar a culminar este proceso, a nuestros padres por apoyarnos y motivarnos a seguir siempre adelante. Un trabajo de investigación es siempre fruto de ideas, proyectos y esfuerzo previos; que corresponde a otras personas. Gracias también, a nuestros tutores Msc. Carlos Joel Castillo U. y Msc. Ramonezequiel Adolfo Suárez; por guiarnos y brindarnos conocimientos para cumplir este propósito.

A la Universidad de Ciencias Comerciales UCC sede Matagalpa, por abrirnos las puertas para ser hoy profesionales, en lo que nos apasiona. Así mismo a los especialistas que validaron los instrumentos y a la empresa la Norteña S.A por facilitarnos toda la información requerida y el acceso a sus instalaciones.

Primeramente, doy gracias a Dios por la culminación de este proyecto. Gracias a cada uno de los maestros que hicieron parte de este largo proceso de formación; a la universidad por permitirme tener una buena experiencia dentro de ella y la oportunidad de ser hoy, un profesional.

Gracias a mi esposo, José Leonardo González Rodríguez, por siempre estar pendiente y presente en todo el transcurso; a mis padres, Ana Gricelda Cano Lechado y Roberto Antonio Ruiz Vallecillo, por alentarme a seguir adelante, apoyarme en cada una de mis metas y confiar en mí; a mi tío, José Alberto Cano Lechado, por su disponibilidad de tiempo y conocimientos brindados; a mis compañeros de investigación, Diana Patricia Blandón y José Ignacio Castro, por ser parte de este proyecto y apoyarme para realización del mismo.

**Michelle Stephany Ruiz Cano**

Agradezco inmensamente este trabajo, primeramente a Dios, fuente de vida y de sabiduría.

A mi familia; a mi mamá: María Dolores Chavarría Zeledón, por su amor incondicional y constante motivación; a mi padre: Julio César Blandón Villagra por ser para mí; ejemplo de perseverancia y empeño; y a mis hermanos quienes día a día han contribuido a formar mi carácter y buscar siempre templanza. A mis compañeros Michelle Stephany Ruíz Cano y José Ignacio Castro Sobalvarro que de una u otra forma han contribuido en este proceso de culminación de estudios.

**Diana Patricia Blandón Chavarría.**

Doy gracias a mi Señor y salvador Jesucristo, porque por su gracia y misericordia he llegado hasta este proyecto, también agradezco a mis padres José David Castro y Hermelina Sobalvarro Vallejos y a mi familia por el apoyo brindado. Al Sr, César Flores y a la Sra, Mardin Mairena de Radio Cihualtcoalt Sébaco, quienes me apoyaron de manera económica y motivacional para terminar mi carrera universitaria. No cabe duda que su apoyo fue vital durante cada año de estudio, que Dios les bendiga abundantemente.

**José Ignacio Castro Sobalvarro**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados, como lo es nuestro título universitario.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

A nuestros hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

Por último, y no menos importante, a nosotros mismos por nuestro esfuerzo y dedicación durante toda la carrera universitaria. A pesar de los altos y bajos hemos luchado por llegar hasta acá.

# UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES

## UCC –Matagalpa



### Ciencias Económicas y Jurídicas

Curso de Culminación en Proyecto de Investigación para optar al título de grado

### AVAL DEL TUTOR

Msc Ramonezequiel Adolfo Suárez

Msc Carlos Joel Castillo U.

tienen a bien:

**CERTIFICAR**

**Que:** El Proyecto de Investigación con el título: “Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidoras y usuarias en cuanto a la comercialización de productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA) Jinotega, I semestre 2023”

Elaborado por los estudiantes:

**Br. Michelle Stephany Ruíz Cano.**

**Br. Diana Patricia Blandón Chavarría.**

**Br. José Ignacio Castro Sobalvarro.**

Ha sido dirigido por los suscritos.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del trabajo monográfico, damos de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia. Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Matagalpa, **04 de junio del 2023**

---

Msc Carlos Joel Castillo U.

*Tutor Técnico*

---

Msc Ramonezequiel Adolfo Suárez

*Tutor Metodológico*

## RESUMEN

Nicaragua cuenta actualmente con la Ley 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, propiciando así la creación de organizaciones que actúen como autoridad reguladora de alimentos y de servicios en el control de la higiene, mientras que al mismo tiempo protege los derechos y obligaciones de los consumidores y usuarios.

La Ley 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, es una norma jurídica que tiene como objetivo establecer el marco legal de protección de los derechos de las personas naturales y jurídicas que sean consumidoras o usuarias de bienes o servicios, procurando la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios públicos, privados, mixtos, individuales o colectivos, la ley reconoce como derechos humanos a los derechos de los consumidores y usuarios, en cumplimiento de las Directrices para la Protección del Consumidor de la Organización de las Naciones Unidas.

La ley también establece los deberes y obligaciones de los consumidores y usuarios, así como de los proveedores de bienes y servicios. La ley crea el Instituto Nicaragüense de Protección al Consumidor, como el ente regulador y fiscalizador en materia de protección al consumidor, contempla mecanismos para la prevención y solución de conflictos entre consumidores y usuarios con proveedores, tales como la información, la educación, la conciliación, el arbitraje y la vía judicial. También prevé sanciones administrativas y penales para los proveedores que incurran en infracciones o delitos contra los derechos de los consumidores y usuarios.

**Palabras claves:** derecho de los consumidores y usuarios, cumplimiento de la ley, comercialización de productos lácteos.

## **ABSTRACT**

Nicaragua currently has Law 842, Law on the Protection of the Rights of Consumers and Users, thus promoting the creation of organizations that act as a food regulatory authority in the control of hygiene, while at the same time protecting the rights and obligations of consumers and users.

Law 842, Law on the Protection of the Rights of Consumers and Users, is a legal norm that aims to establish the legal framework for the protection of the rights of natural and legal persons who are consumers or users of goods or services, ensuring equity, certainty and legal certainty in consumer relations with those who provide public, private, mixed, individual or collective goods and services, the law recognizes the Of the United Nations. The law also establishes the duties and obligations of consumers and users, as well as suppliers of goods and services. The law creates the Nicaraguan Institute of Consumer Protection, as the regulatory and supervisory body on consumer protection, contemplates mechanisms for the prevention and resolution of conflicts between consumers and users with suppliers, such as information, education, conciliation, arbitration and judicial proceedings. The law also provides for administrative and criminal penalties for suppliers who commit infractions or crimes against the rights of consumers and users

**Keywords:** Rights of consumers and users, compliance with the law, marketing of dairy products.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Objetivos .....	6
1.3 Descripción del problema y preguntas de investigación .....	7
1.4 Justificación .....	8
1.5 Limitaciones.....	9
1.6 Definiciones del contexto de estudio .....	9
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	10
2.1 Estado del Arte.....	10
2.2 Teorías y conceptualizaciones asumidas .....	13
2.3 Marco Contextual.....	37
2.4 Responsabilidad Social y Corporativa.....	38
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLOGICO .....	39
3.1 Tipo de Investigación. ....	39
3.2 Área de Estudio.....	41
3.3 Unidades de análisis: población y muestra: tamaño de la muestra y muestreo.....	42
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.5 confiabilidad y validez de los instrumentos.....	44
3.6 Variables de Estudio .....	44
3.7 Matriz de descriptores.....	45
CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS.....	49
4.1 Análisis de Resultados.....	49
4.2 Plan de Acción .....	66
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES .....	69
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES .....	69
Referencias Bibliográficas .....	70
Anexos	75

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estado del Arte. Publicaciones sobre “Protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias” en bases de datos científicas.....	11
Tabla 2 Principales teorías, aportes y contribuyentes a la línea o tema de investigación seleccionado. ....	11
Matriz de descriptores .....	45
Plan de acción .....	67

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Diagrama de flujo de proceso productivo .....	31
Figura N° 2 Planta arquitectónica La Norteña S.A .....	37
Figura No. 3: Vista satelital del municipio de Jinotega.....	41



## INTRODUCCIÓN

Nicaragua ha promulgado leyes para proteger los derechos de sus ciudadanos entre ellas, Ley 842 entre Consumidores y Usuarios, Derechos de los Consumidores y Usuarios, esta ley regula las prohibiciones de venta y comercialización de productos modificados. Respecto al peso, masa, volumen, calidad u otra medida del producto enumerado en la etiqueta.

La producción de leche y sus derivados son un importante pilar de la economía local en esta investigación pretende establecer si existe un cumplimiento de los principios de accesibilidad, buena fe, y Transparencia en la información y divulgación, contemplados en el artículo 4 de la Ley 842, “Ley de persona consumidoras y usuarios” y aplicables a Lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A. e indagar acerca de la existencia o no de un procedimiento de evaluación de cumplimiento de la garantía obligatoria, información relevante, publicidad falsa o engañosa y demás definiciones pertinentes de las señaladas en el artículo 5 de la Ley 842 y no menos importante analizar cómo procede la empresa La Norteña S.A en los casos de reclamo o denuncia por parte de los consumidores finales de sus productos y si en vista de que no hay un delegación local del DIPRODEC-MIFIC, valorar si es efectivo el contacto con el distribuidor para sentir satisfecha su inquietud o si las quejas o reclamos no se canalizan de la manera adecuada o deseada por el consumidor insatisfecho que la interpone, siendo este caso específico analizar si no causa agravios a los derecho de los consumidores la inexistencia en esta Ciudad de Jinotega la inexistencia de esta instituciones del estado para lograr de esta manera cumplir con todas las expectativas de este trabajo investigativo.

La estructura de los capítulos de este trabajo es la siguiente:

Capítulo I: Planteamiento de la investigación. En este capítulo se presenta el tema, el problema, los objetivos, justificación, limitaciones y definiciones.

Capítulo II: Marco referencial. En este capítulo se presenta el Estado del Arte, Teorías y conceptualizaciones asumidas, marco contextual, y legal.

Capítulo III: Diseño metodológico. En este capítulo se detalla el tipo de investigación, el diseño de la investigación, el enfoque de la investigación, el área de estudio. Las unidades de análisis, es decir población y muestra; así como el tipo de muestreo. Las técnicas e instrumentos empleados, también son presentados, para concluir con el plan de procesamiento de datos.

Capítulo IV: Análisis de resultados. En este capítulo se presentan y se interpretan los resultados obtenidos mediante todo el proceso investigativo.

Capítulo V: Conclusiones. En este capítulo se exponen las conclusiones generales y específicas que se derivan del estudio.

Capítulo VI: Recomendaciones. como recomendaciones para mejorar el proceso de modificación de pensiones de alimentos.

En la parte final aparecen capítulos complementarios: la bibliografía y los anexos.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

En Ecuador, Fuentes (2022), realizó una investigación que lleva por título “El consumidor ecuatoriano y los derechos que brinda la ley orgánica de defensa del consumidor”, tiene como objetivo principal dar a conocer los aspectos jurídicos, económicos y sociales que afectan a la defensa y protección de los derechos del consumidor y usuario ecuatoriano, en cuanto a bienes y servicios con el fin de abordar las normativas más importantes en esta materia.

No se encontró metodología implementada, sin embargo, estudia y da a conocer cuáles son los derechos de los consumidores y garantías que tienen los consumidores y usuarios, cómo se debe reaccionar ante un hecho de abuso y cuál sería la solución ya que tienen leyes que los amparan y el Estado les garantiza protección. Se llegó a la conclusión que cualquier ciudadano o ciudadana, sin discriminación de ningún tipo, puede solicitar la intervención de la Defensoría del Pueblo si considera que algún organismo público o persona natural o jurídica ha vulnerado sus derechos fundamentales o ha lesionado sus legítimos intereses.

En Provincia de Tungurahua, Ecuador; Martínez & Quilapanta (2017), realizaron una investigación que lleva por título “Análisis del comportamiento de los consumidores de productos lácteos en la provincia de Tungurahua” cuyo objetivo principal es analizar los elementos que influyen en el comportamiento de los consumidores de lácteos.

Se implementó una metodología de investigación mixta y llegaron a la conclusión que el elemento económico influye en el comportamiento de los consumidores, por ser un medio necesario para satisfacer una necesidad. Los consumidores atraviesan por un proceso de compra donde interviene la etapa motivacional que influye las promociones que ofrecen y el precio de los lácteos para comprar, además la etapa afectiva que involucra la marca y la calidad como preferencia en la satisfacción de sus necesidades. Las empresas de lácteos no realizan innovaciones permanentes para elaborar sus

productos lo que resulta sustancial para los consumidores, esto puede ser causa de insatisfacción y optan por no preferir los productos lácteos de la Provincia de Tungurahua.

En Buenos Aires, Argentina, Tambussi (2014), realizó un estudio con el título “los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos”, cuyo objetivo era confirmar que los derechos de los llamados usuarios y consumidores en la relación de consumo, así como el derecho de acceso al consumo mismo, forman parte de un logro de la civilización.

Se implementó una metodología de investigación cualitativa. Se analiza y describe el hecho de que la relación de consumo, entendida como el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario, se encuentra transversalmente atravesada por bienes jurídicos o valores que su normativa tutela, y que contemplan el derecho a la vida y a la dignidad y el derecho a la salud y la seguridad, a la libertad de elección, a la protección de los intereses económicos y al trato equitativo y digno. Todos esos valores están presentes en el fenómeno del consumo y su derecho regulador, nacido para encauzar la relación de consumo en el respeto a los imperativos que emanan de la dignidad humana

## **Antecedentes Nacionales**

En Managua - Nicaragua, Toruño & Aguilar (2019), realizaron una investigación que lleva por título “Viabilidad comercial de productos lácteos en cinco barrios del distrito II de la ciudad de Managua, 2018” tienen como objetivo principal determinar la oferta y la demanda de los productos lácteos.

La metodología consistió en una investigación no experimental de tipo descriptivo de corte transversal en la cual se aplicaron técnicas de entrevista, encuestas y observación, obteniendo resultados que indican que en el área de estudio existe una demanda del 97% de productos lácteos, los consumidores compran semanalmente leche entera y agria en cantidades de 1 a 2 litros diarios y con la misma frecuencias compran los diferentes tipos de queso, siendo este un mercado potencial para los productos lácteos.

En Managua - Nicaragua, Herrera (2017), publica un artículo científico titulado “Estado actual del derecho de los consumidores en el ordenamiento jurídico nicaragüense” tiene como objetivo primordial hacer una valoración crítica general de los grandes ejes temáticos de los que se ocupa la regulación especial más reciente en esta materia, a saber, la Ley 842. Ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

En el mismo, no se encontró la metodología empleada, se llegó a la conclusión que los derechos y garantías conferidos a los consumidores y usuarios están a tono con el contenido de las modernas legislaciones en la materia.

En Chontales - Nicaragua, Espinoza (2005), realizó una investigación que lleva por título “Diagnóstico sobre la producción y comercialización de productos lácteos en el municipio de San Pedro de Lóvago, Chontales, Nicaragua”. El objetivo principal fue dar a conocer los resultados de la producción y comercialización de leche en el municipio de San Pedro de Lóvago. En dicha investigación se implementó el método cualitativo obteniendo como resultados que la producción total de leche es de aproximadamente 9,074.25 galones por día.

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el cumplimiento de la Ley N° 842 “Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias”, en la producción y comercialización de productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA), en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.

### **Objetivos Específico**

1. Identificar los artículos de la Ley N° 842 con mayor aplicabilidad en el proceso de producción y comercialización de los productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.
2. Describir el proceso de producción y comercialización de los productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.
3. Valorar el cumplimiento de la Ley N° 842 en el proceso de producción y comercialización de los productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.
4. Proponer plan de acción basado en artículos de la ley N° 842 que se cumplen de manera parcial o no se cumplen en el proceso de producción y comercialización de los productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I semestre 2023.

### **1.3 Descripción del problema y preguntas de investigación**

La ley 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, establece en el artículo 4 numeral 8. “Transparencia en la información y divulgación: Toda la información acerca del bien o servicio que adquieran las personas consumidoras y usuarias, debe ser proporcionada y divulgada a éste por su proveedor de bienes o servicios, o por la autoridad de aplicación correspondiente, de manera transparente, adecuada, veraz, completa y de acuerdo a las normas nacionales e internacionales correspondientes”.

Aunque la ley orienta esto, no todas las personas consumidoras de los productos lácteos están teniendo acceso a la información, entre ello el precio sugerido, lo que puede afectar el bolsillo de las personas que adquieren estos alimentos.

El artículo 9 numeral 4 refuerza que los proveedores están en la obligación de “ Exhibir en locales de venta los precios de bienes y servicios que se ofrecen a las personas consumidoras y usuarias;” Esto con el fin de garantizar transparencia, veracidad y suficiente información de modo que el consumidor puede tomar decisiones basadas en datos reales y confiables.

**¿Qué pasa si no se cumple la ley? puede haber una demanda, mala publicidad para la empresa, disminución de venta, pérdidas de clientes, desprestigio,**

**Por lo expuesto con anterioridad, resulta interesante preguntarse:**

¿Cómo se da el cumplimiento de la Ley N° 842 Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias, en la comercialización de los productos de Lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I semestre 2023?

## **1.4 Justificación**

La presente investigación aporta conocimientos claves sobre los derechos de los consumidores, los cuales a veces no son del manejo de la ciudadanía, así mismo permite conocer qué indicadores o estatutos están llevando a cabo las empresas respecto a la ley 842 Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias.

Las personas beneficiarias de esta investigación son las empresas que ofrecen productos lácteos a la población, pero en especial La Norteña, S.A., ya que, al mejorar la empresa misma, esta brindará una mejor atención y calidad del servicio para los consumidores y usuarios. Otros beneficiados serán estudiantes o investigadores que tengan como variables la producción y comercialización de productos lácteos, así como la ley 842.

Existen ciertas aplicaciones prácticas, como que algunas empresas del sector lácteo, no están cumpliendo con lo estipulado en la ley 842, y esto está afectando la salud y el bolsillo de las personas consumidoras y usuarias. A lo anterior se añade que las personas no tienen mucho dominio de la temática.

La utilidad práctica se podrá evidenciar al momento en que se ponga en marcha el plan de acción recomendado. Existe un gran valor teórico ya que se encontraron pocos antecedentes locales y la investigación es pionera en esta área y a este nivel, por ende llenará ciertos vacíos de conocimientos y se podrá conocer en mayor medida este comportamiento.

En el aspecto metodológico, esta investigación servirá de antecedente. Durante el proceso investigativo se construyeron y validaron instrumentos que pueden ser de utilidad a otros investigadores, ya sean usados como ejemplos o como referentes.

## **1.5 Limitaciones**

Según Aliva (2020), “una limitación consiste en que se deja de estudiar un aspecto del problema debido por alguna razón la cual se refiere a las limitaciones o a los problemas con los que el investigador se encontrará durante el desarrollo de su investigación.

Las principales limitaciones para el desarrollo de este trabajo de investigación han sido de carácter metodológico como lo es la falta de investigaciones previas a nivel local sobre el tema del cumplimiento de la ley 842 “Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias” en cuanto a la comercialización de los productos lácteos de la empresa la Norteña S.A.

## **1.6 Definiciones del contexto de estudio**

En esta investigación se llevó a cabo en la empresa de lácteos La Norteña S.A, ubicada en la ciudad de Jinotega. Se programó una reunión con los colaboradores de la Empresa La Norteña para obtener su aceptación y apoyo para realizar dicha investigación, durante la entrada al campo, el equipo de investigación se presentó solicitud de manera formal para la valoración sobre la posibilidad del acceso a la información básica sobre el tema de investigación, se observó disponibilidad de parte de los colaboradores de la empresa para desarrollar la investigación.

Así mismo, nos permitió establecer una triangulación idónea para una mejor comprensión sobre su experiencia laboral, durante esta investigación; la cual será una base fundamental para la interpretación de nuestros resultados, así mismo servirá de ayuda para las siguientes investigaciones.

## CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

### 2.1 Estado del Arte

El estado del arte es una metodología de investigación cualitativo-documental de carácter crítico-interpretativa que revisa los estados producidos por las personas en su representación bibliográfica, conformada por tres fases: 1) planeación y diseño, 2) gestión y análisis, 3) formalización y elaboración. Los instrumentos de matriz bibliográfica y matriz analítica de contenido son de gran utilidad para esta metodología. (Gómez, Galeano & Muñoz. 2015).

La elaboración de estado del arte se considera una etapa en los procesos de investigación convencionales, como se presenta en los manuales de metodología de la investigación científica. En este sentido, se pueden identificar dos procesos generales: a) la búsqueda, selección, organización y disposición de fuentes de información para un tratamiento racional; b) la integración de la información a partir del análisis de los mensajes contenidos en las fuentes, que corresponde a la dimensión hermenéutica del proceso, muestra los conceptos básicos unificadores. En consecuencia, un estado del arte estudia una porción substancial de la literatura y fuentes relevantes de información en un área y desarrolla un proceso de comprensión que converge en una visión global e integradora y en una comunicación de este resultado para otros. (Londoño, Maldonado & Calderón. 2016)

**Tabla 1** Estado del Arte. **Publicaciones sobre “Protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias” en bases de datos científicas.**

<b>Bases de datos científicas utilizadas</b>	<b>No. De publicaciones relacionadas con la investigación de acuerdo a la base de datos.</b>	<b>No. De publicaciones con mayor reconocimiento científico</b>	<b>Tipo de publicaciones identificadas.</b>
Google académico	Aproximadamente 15,800 resultados	3 publicaciones citados 29 veces	Libros Archivos PDF
Dialnet	802 documentos encontrados	20 publicaciones citados 5 veces	Libros págs. 89 – 112 116 - 141
Scielo	38 documentos encontrados	3 publicaciones Citados 10 veces	Otro tipo de publicaciones Archivos PDF

Fuente: Elaboración de los autores.

**Tabla 2** Principales teorías, aportes y contribuyentes a la línea o tema de investigación seleccionado.

<b>Autor(es) y año En orden cronológico</b>	<b>Principales teorías y aportes al tema de investigación</b>
Tambussi, C. E. (2014). Los derechos del consumidor como derechos humanos. <i>Derechos Humanos</i> , 9.	Los consumidores están expuestos a toda clase de engaños o a la imposición de condiciones no equitativas por parte de las empresas, al no estar en condiciones de juzgar por sí mismos sobre la bondad de los productos o servicios que les son ofrecidos. No

	<p>influyen en el mercado, ni en precios, cantidades, condiciones o modalidades de contratación. La publicidad presiona sobre ellos y afecta su capacidad crítica.</p>
<p>Hernández, A. (2009).</p>	<p>Las vías de protección al consumidor hacen referencia a los medios de salvaguardia que tienen los ciudadanos en cuanto a la adquisición o posible adquisición de bienes y servicios dentro del mercado, tienen como finalidad facilitar la calidad de vida, la libertad de empresa y de mercado de los ciudadanos. Cuando se habla de protección al consumidor se debe tener en cuenta que acarrea derechos como amparos contra riesgos de salud o seguridad, protección de los intereses económicos o sociales, información, divulgación, etc.</p>
<p>Piris, C. R. (2000). Evolución de los derechos del consumidor. <i>Comunicaciones científicas y tecnológicas</i>.</p>	<p>En principio el concepto de consumidor estaba ligado al comprador de productos alimenticios y farmacéuticos, llegándose a una concepción más amplia del consumidor como sujeto del tráfico económico frente a la empresa organizada, con lo cual se perfila la idea del consumidor final de bienes y servicios para uso privado.</p>

Fuente: Elaboración de los autores.

## **2.2 Teorías y conceptualizaciones asumidas**

### **Marco legal**

#### **Disposiciones generales de la ley**

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO I: Disposiciones generales, CAPÍTULO ÚNICO: Objeto, ámbito de aplicación, principios y definiciones.

#### **Artículo 1 Objeto**

La presente Ley tiene por objeto:

- a. Establecer el marco legal de protección de los derechos de las personas naturales y jurídicas que sean consumidoras o usuarias de bienes o servicios, procurando la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios públicos, privados, mixtos, individuales o colectivos;
- b. Garantizar a las personas consumidoras y usuarias la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad;
- c. Promover y divulgar la cultura de consumo responsable, respetuoso y educación sobre los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Esta Ley es de orden público e interés social, los derechos que confiere son irrenunciables y se reconoce el carácter de derechos humanos a los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

#### **Artículo 2 Ámbito de aplicación**

Están sujetos a las disposiciones de esta Ley, todos los actos jurídicos bajo la relación de consumo o en una etapa preliminar a esta, dentro del territorio nacional; se aplicará a todas las personas proveedoras, se trate de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras. También se considerarán consumidoras o usuarias a microempresas cuando éstas evidencien una situación de asimetría informativa con las personas proveedoras respecto de aquellos bienes o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

Los entes reguladores actuarán como autoridades específicas para aplicar la presente ley en su sector respectivo, sin perjuicio de las regulaciones particulares que sobre la protección a las personas consumidoras estipulan las leyes del sector.

### **Artículo 3 Sujetos y servicios excluidos de la aplicación de la ley**

Para efectos de esta ley no se consideran personas consumidoras o usuarias, a quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes y servicios que guarden relación específica con su actividad empresarial para integrarlos a los procesos de producción, importación, distribución, transformación, comercialización, alquiler de bienes o prestación de servicios a terceros.

Asimismo, esta Ley no será aplicable a los servicios personales prestados en virtud de una relación laboral, ni a los servicios profesionales o técnicos para cuyo ejercicio se requiera tener título.

### **Artículo 4 Principios**

La presente ley se fundamenta en los siguientes principios básicos:

**Accesibilidad:** El Estado a través de sus órganos de aplicación de la presente ley, procurará la cobertura más amplia y más cercana a la población para ser efectiva la atención de reclamos, denuncias o consultas, de personas consumidoras o usuarias afectados en sus derechos en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios.

**Buena Fe:** Las personas proveedoras, consumidoras, usuarias y autoridades involucradas en la resolución de los conflictos entre consumidoras o usuarias con las personas proveedoras, deben actuar y guiar su conducta acorde con la honradez, veracidad, justicia, imparcialidad y lealtad, en los actos o contratos de compra venta de bienes y servicios.

**Coordinación:** El Estado, a través de sus instituciones y en conjunto con las organizaciones de las personas consumidoras, usuarias y las personas proveedoras, ejercerán la coordinación interinstitucional e intersectorial para el desarrollo de las políticas públicas en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

**Igualdad y No Discriminación:** Las personas consumidoras y usuarias deben ser tratados en condiciones de igualdad, sin discriminación alguna por motivo de nacionalidad, credo político, raza, sexo, género, idioma, religión, opinión, origen, discapacidad o posición económico-social.

**Soberanía de decisión de las personas consumidoras y usuarias:** Las personas consumidoras y usuarias tienen el pleno derecho y libertad de elegir el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por personas proveedoras en el mercado.

**Transparencia en la información y divulgación:** Toda la información acerca del bien o servicio que adquieran las personas consumidoras y usuarias, debe ser proporcionada y divulgada a éste por su proveedor de bienes o servicios, o por la autoridad de aplicación correspondiente, de manera transparente, adecuada, veraz, completa y de acuerdo a las normas nacionales e internacionales correspondientes.

#### **Artículo 5 Definiciones**

Sin perjuicio de cualquier otra definición adicional desarrollada en el reglamento de la presente ley, para los fines, efectos y mejor comprensión, se establecen las siguientes definiciones:

**Acaparamiento:** Acción de retener o almacenar bienes de uso y consumo humano, para mantenerlos fuera del comercio; con la finalidad de provocar escasez y alza inmoderada de sus precios.

**Asociación de Consumidores o Usuarios:** Es toda organización con personalidad jurídica aprobada por la Asamblea Nacional de conformidad a los artículos 159 y 160 de la Ley No. 606, “Ley Orgánica del Poder Legislativo”, cuyo texto con reformas incorporadas fue publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 16 del 28 de enero de 2013, cuyo único objeto sea el de promover la protección y defensa de los derechos de las personas consumidores o usuarias, a través de la comunicación, educación, divulgación sobre sus derechos y asesoría a los consumidores y usuarios. No tendrán interés económico, comercial, religioso o político. Sin perjuicio de la obligación de inscribirse ante el Ministerio de Gobernación, también deberán inscribirse en el Registro de Asociaciones de Consumidores y Usuarios del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

**Bienes y servicios:** Comprende los bienes no duraderos, entre los cuales están los alimentos, medicinas, vestuario, entre otros; bienes duraderos o de inversión como viviendas, autos, maquinaria, entre otros; y servicios prestados por personas naturales o jurídicas, por los que se cobre precio o tarifa.

**DIPRODEC:** Dirección General de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras o Usuarias del MIFIC, instancia creada por la presente ley para defender y promulgar los derechos de las personas consumidoras y usuarias, así como normar, aplicar y hacer cumplir la presente ley según corresponda.

**Ente Regulador:** Es la entidad pública facultada por la ley de la materia para regular una determinada prestación de servicios o adquisición de bienes, ofrecidos a personas consumidoras y usuarias por empresas públicas, privadas o mixtas.

**Garantía Obligatoria:** Comprende la obligación temporal y solidaria a cargo de la persona proveedora, desde el productor hasta el minorista, de responder por el buen estado del bien y la conformidad del mismo con las condiciones de idoneidad, calidad y seguridad legalmente exigibles o las ofrecidas. La garantía obligatoria no conllevará bajo ninguna circunstancia a una contraprestación adicional al precio del bien o servicio.

**Información relevante:** Información necesaria para que el bien o servicio que adquiera la persona consumidora o usuaria, resulte idóneo para el fin para el cual se suele adquirir, de tal forma que permita tomar una decisión adecuada de consumo, así como efectuar un uso o consumo correcto del bien o servicio.

**MIFIC:** Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

**Persona Consumidora o usuaria:** Persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes o servicios, tanto privados, como públicos, como destinataria final.

**Persona Proveedora:** Persona natural o jurídica de carácter público, privado o mixto, que de forma habitual desarrolla las actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización o alquiler de bienes o prestación de servicios a las personas consumidoras o usuarias.

**Precio al Consumidor, consumidora, usuario o usuaria:** Precio final del bien o servicio expresado en moneda nacional, que incluye los impuestos correspondientes, en su caso.

**Promoción u Oferta Promocional:** Práctica o política comercial consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios finales de igual calidad en su ofrecimiento normal y que cuentan con un incentivo adicional de corto plazo, sea éste de precios, entrega de bonos, o de participación en rifas y concursos, entre otros.

**Publicidad:** Forma de comunicación pública realizada por una persona proveedora, con la finalidad de promover directa o indirectamente la contratación de bienes o servicios.

**Publicidad abusiva:** Aquella que, de manera directa e indirecta promueva discriminación alguna, atenta contra la dignidad de las personas o contra los valores y derechos contenidos en el ordenamiento jurídico vigente. Asimismo, se considerará publicidad abusiva, la que de forma directa, subliminal o encubierta, utilice la imagen de las personas, especialmente de mujeres, niños, niñas y adolescentes, con carácter humillante o discriminatorio, denigrando su condición humana.

**Publicidad falsa o engañosa:** Publicidad, que de cualquier manera, directa o indirecta incluyendo su presentación, induzca o pueda inducir al error o a una falsa conclusión a sus destinatarios. Asimismo, se considera engañosa, aquella publicidad que omita los datos fundamentales de los bienes o servicios.

**Relación de consumo:** Vínculo jurídico establecido entre una persona proveedora y una consumidora o usuaria con la finalidad, por parte de ésta última, de adquirir, usar o gozar bienes o servicios finales, incluyendo la provisión de bienes y servicios finales a título gratuito.

**Servicios básicos:** Para efectos de la presente ley, se entenderá por servicios básicos todos aquellos prestados por empresas públicas, privadas o mixtas en materia de: agua potable y alcantarillado sanitario, energía eléctrica y alumbrado público, telefonía básica y correo.

### **Derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias**

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo I: Derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias.

## **Artículo 6 Derechos de las personas consumidoras y usuarias.**

Las personas consumidoras y usuarias tendrán entre otros, los siguientes derechos:

1. Estar protegidas contra los riesgos que puedan afectar su salud, integridad física o su seguridad;
2. Tener libre acceso y en igualdad de circunstancias conforme disponibilidades del mercado, a bienes y servicios de calidad que respondan a sus necesidades humanas básicas, asegurando a las poblaciones más vulnerables bajo las políticas de seguridad alimentaria y nutricional en el caso de los alimentos;
3. Estar protegidas en sus intereses económicos y sociales, y en particular contra las prácticas arbitrarias de cláusulas abusivas en los contratos, de conformidad a lo establecido en la presente ley;
4. Recibir la reparación o reposición del bien, una nueva ejecución del servicio o la devolución de la cantidad pagada, según sea el caso;
5. Ser atendidas por personas proveedoras de bienes y servicios con respeto, amabilidad, ética, calidad humana y sin discriminación alguna;
6. Hacer efectivo su derecho de retractarse del contrato en la forma establecida por la presente ley o en los términos del mismo contrato en su caso, siempre y cuando no contradiga lo estipulado en la presente ley;
7. Recibir educación sobre consumo responsable y sostenible de bienes y servicios;
8. Recibir la información adecuada de sus derechos y mecanismos de protección para actuar ante los órganos e instituciones públicas existentes, especializados en la materia;
9. Recibir información veraz, oportuna, clara y relevante sobre los bienes y servicios ofrecidos por parte de las personas proveedoras;
10. Participar y constituirse en organizaciones en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias;
11. Respetar su privacidad;
12. Tener protección real y efectiva en las transacciones electrónicas, conforme las prácticas y controles establecidos en la legislación nacional;

13. Recibir atención preferencial por parte de las personas proveedoras, en el caso de mujeres embarazadas o con niños o niñas menores de tres años, adultos mayores, o personas con discapacidad;
14. Exigir bajo el procedimiento señalado en la presente ley y su reglamento el cumplimiento de las promociones u ofertas cuando la persona proveedora no cumpla con las condiciones establecidas en las mismas;
15. Estar protegidas contra la publicidad engañosa o abusiva;
16. Gozar y disfrutar de un medio ambiente sano y saludable que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales;
17. Estar protegidas en relación a su vida, seguridad y sus bienes, cuando haga uso de los servicios de transporte terrestre, acuático y aéreo, todo a cargo de las personas proveedoras de estos servicios, que tienen que indemnizarlos cuando fueren afectados;
18. Ser atendidas por las autoridades administrativas con diligencia, ética, calidad humana y sin discriminación alguna;
19. Reclamar ante las instituciones correspondientes sobre el cumplimiento de sus derechos establecidos en la presente ley;
20. Aceptar o no por medio de adenda, la opción de arbitraje como una forma de resolución alterna de conflictos con las personas proveedoras, de acuerdo a la ley de la materia. Esta condición particular no debe ser establecida de forma unilateral por la persona proveedora, y en ningún caso ser condicionante para la firma del contrato; y
21. Demandar por la vía judicial cuando corresponda.

Los derechos previstos en esta ley no excluyen los contenidos en la Constitución Política de la República de Nicaragua, otras leyes, tratados y convenios internacionales ratificados por el Estado de Nicaragua.

En este artículo la ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, establece todos los derechos de las personas consumidoras y usuarias, dejando claro el trato preferencial para personas mayores, mujeres embarazadas o con niños en brazos, trato igualitario para todos los consumidores, respeto de privacidad, atención de calidad, protección de sus vidas y seguridad de sus bienes o servicios.

La empresa la Norteña S.A (GRINSA) se adapta en un 90% al artículo 6 de la ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

### **Artículo 7 Obligaciones de las personas consumidoras y usuarias**

Sin perjuicio de las obligaciones que se deriven de la aplicación de la presente Ley, son obligaciones de las personas consumidoras y usuarias las siguientes:

1. Pagar por los bienes o servicios en el tiempo, modo y condiciones establecidas en el convenio o contrato;
2. Adoptar las medidas necesarias para evitar riesgos derivados del uso o consumo de bienes y servicios;
3. Hacer uso responsable de las disposiciones contenidas en la presente ley, sin realizar denuncias o peticiones infundadas en contra de las personas proveedoras ante las autoridades competentes;
4. Procurar el uso racional y sostenible de bienes y servicios, previniendo la contaminación ambiental;
5. Cumplir con las resoluciones de las autoridades competentes;
6. Cumplir los términos o compromisos suscritos con la persona proveedora;
7. Atender las indicaciones sobre el uso adecuado del bien adquirido que le suministra la persona proveedora; y
8. Dirigirse de forma respetuosa y cortés a la persona proveedora.

El artículo 7 de la ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, dispone las obligaciones de los consumidores, siendo este un deber para todo consumidor, siendo estas pagar por todo bien y servicio, atender las indicaciones sobre el uso adecuado del bien adquirido, cumplir con los términos y compromisos.

### **Derechos, obligaciones y prohibiciones de las personas proveedoras**

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo II: Derechos, Obligaciones y Prohibiciones de las personas proveedoras.

### **Artículo 8 Derechos de las personas proveedoras**

Son derechos de las personas proveedoras, sin perjuicio de los contenidos en la Constitución Política y demás leyes del país, los siguientes:

1. Producir, fabricar, importar, construir, alquilar, distribuir y comercializar los bienes y servicios, respetando las leyes y normas existentes que regulan la respectiva actividad;
2. Negociar y acordar libremente las condiciones contractuales para el ofrecimiento de los bienes o prestación de servicios, siempre que las mismas no contravengan lo dispuesto en la presente ley;
3. Promover y colocar a través de distintos medios de comunicación la información sobre sus bienes y servicios ofrecidos, y promociones existentes;
4. Contratar los bienes y servicios públicos y privados;
5. Percibir las ganancias o utilidades que por sus actividades económicas apegadas a la ley les corresponda;
6. Ofrecer las garantías adicionales sobre los bienes vendidos a las personas consumidoras;
7. Exigir a las personas consumidoras y usuarias el cumplimiento de los contratos celebrados;
8. Rescindir unilateralmente el contrato cuando las personas consumidoras o usuarias no cumplan con las condiciones pactadas; y
9. Tener libre acceso a los órganos administrativos y judiciales.

En el artículo 8 de la ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, establece todos los derechos con los que cuentan los proveedores, tales como promover a través de medios de comunicación los bienes o servicios ofrecidos, percibir ganancias apegadas a la ley.

La empresa la Norteña S.A (GRINSA) cumple con el artículo 8 de la ley 842, ya que hace el uso debido poniendo en práctica y ejerciendo sus derechos como proveedor.

#### **Artículo 9 Obligaciones de las personas proveedoras**

Sin perjuicio de las obligaciones contenidas en otras leyes, son obligaciones de las personas proveedoras las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, normas técnicas obligatorias, entre otros existentes, así como facilitar el control, vigilancia e inspección de las autoridades competentes para no arriesgar la vida, la salud, la seguridad de las personas y el medio ambiente;
2. Garantizar el buen funcionamiento de los bienes y servicios ofrecidos;
3. Respetar los términos, condiciones y modalidades del contrato suscrito y convenido con las personas consumidoras o usuarias para la entrega del bien o la prestación del servicio;
4. Exhibir en locales de venta los precios de bienes y servicios que se ofrecen a las personas consumidoras y usuarias;
5. Informar previamente a las personas consumidoras cuando se le venda bienes usados, refaccionados, con deficiencias o con partes usadas, lo cual deberá constar en la factura;
6. Entregar gratuitamente a las personas consumidoras o usuarias un tanto del mismo tenor del contrato suscrito;
7. Informar a través de un instructivo sobre los riesgos previstos de productos potencialmente peligrosos para la salud, integridad física de las personas consumidoras, para seguridad de sus bienes, o lesivos para el medio ambiente;
8. Retirar o suspender la comercialización de cualquier producto o servicio que no se ajuste a las condiciones y requisitos de prevención exigidos por las leyes, reglamentos y normas técnicas obligatorias aplicables;
9. Facilitar a la autoridad competente las muestras requeridas de productos para la elaboración de análisis de los mismos;
10. Ofrecer bienes o prestar sus servicios a las personas consumidoras y usuarias sin discriminación alguna por motivos de raza, sexo, género, nacionalidad, idioma, discapacidad, estatus económico o social, condiciones de salud, religión, edad, opinión, estado civil, o cualquier otra que atente contra su dignidad humana. En los casos de servicios financieros ofrecidos por instituciones supervisadas por la SIBOIF, CONAMI y MEFCCA, las personas usuarias deberán cumplir con los requisitos de las leyes, normativas y políticas vigentes;
11. Sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación especial sobre la materia, toda persona proveedora tiene obligación de entregar a la persona consumidora o usuaria,

la factura, recibo o comprobante originales de la compraventa, servicio prestado u operación realizada; asimismo entregar en tiempo y forma las facturas y estados de cuenta mensuales a pagar;

12. Aplicar el tipo de cambio oficial del día, establecido por el Banco Central de Nicaragua, en el cobro por la venta de bienes o servicios cuando previo acuerdo voluntario de las partes, su importe sea pagado por la persona consumidora o usuaria en moneda extranjera. Se exceptúan de esta obligación los servicios financieros brindados por las instituciones bancarias supervisadas y reguladas por la SIBOIF;

13. Devolver inmediatamente a la persona consumidora o usuaria, la suma íntegra de dinero que ésta haya pagado en concepto de depósito inicial o reservación por la transacción o servicio prestado, en caso de no concretarse en tiempo y forma acordados en el contrato o negocio entre ambas partes;

14. Entregar a la persona consumidora los bienes y sus accesorios completos, cuando formen parte integrante del bien objeto de la transacción o sean indispensables para su funcionamiento óptimo, en el tiempo y lugar convenido;

15. Mantener un inventario surtido de los repuestos, accesorios y partes consumibles cuando las personas proveedoras sean representantes y distribuidores de bienes de distintas marcas. En caso contrario, las personas proveedoras deberán informar a las personas consumidoras previamente a la adquisición del bien y en el comprobante de pago o factura sobre la inexistencia de los mismos;

16. Contar con el correspondiente taller de mantenimiento y reparación de los bienes que se ofrecen en el mercado local. En caso contrario, las personas proveedoras deberán informar a la persona consumidora previamente a la adquisición del bien y en el comprobante de pago o factura sobre la inexistencia de los mismos;

17. Responder por los vicios ocultos;

18. Responder por los daños a instalaciones, aparatos u otros, imputables a la persona proveedora;

19. Atender y resolver los reclamos formulados por las personas consumidoras y usuarias;

20. Cumplir en tiempo y forma con la garantía otorgada a la persona consumidora o usuaria;

21. Solicitar el consentimiento previo a la persona consumidora o usuaria en los casos que la adquisición del bien o servicio fuese condicionada a pagos en forma de débitos automáticos;

22. A efectos de garantizar el derecho de reclamo de las personas consumidoras o usuarios, las personas proveedoras deberán poner a disposición un sistema comprobable de recepción o trámite de queja o reclamo de fácil acceso a la persona consumidora o usuaria. Cuando el proveedor tenga agencias o sucursales deberá contar con dicho sistema;

23. Contar con una garantía bancaria o seguro de garantía, requeridos por los servicios funerarios ofrecidos, para sus operaciones en el mercado, en el caso particular de empresas que se dediquen a ofrecer al público servicios funerarios que se cancelen a plazo y sean de aplicación posterior o eventual;

24. Proporcionar a la instancia resolutive competente la información complementaria que le sea requerida acerca de los casos de reclamos o denuncias en proceso sobre la vulneración de los derechos de las personas consumidoras; y

25. Cumplir con las resoluciones de las autoridades competentes en materia de defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

El artículo 9 de la ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, dispone las obligaciones de las personas proveedoras tales como garantizar el buen funcionamiento de los bienes y servicios ofrecidos, cumplir en tiempo y forma con la garantía ofrecida al consumidor, aplicar el tipo de cambio oficial al día establecido por el banco central de nicaragua.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA), al poner en práctica sus obligaciones establecidas en el artículo 9 de la ley 842, está cumpliendo en su totalidad con dicho artículo, siendo así la empresa brinda productos de alta calidad para sus consumidores.

#### **Artículo 10 Prohibiciones para las personas proveedoras**

Sin perjuicio de las obligaciones y demás prohibiciones contenidas en otras leyes, se prohíbe a las personas proveedoras:

1. Utilizar cláusulas o condiciones abusivas en los contratos con las personas consumidoras o usuarias;

2. Divulgar a terceros la información privada sobre las personas consumidoras o usuarias con fines mercadotécnicos o publicitarios sin su consentimiento, así como enviarles publicidad que expresamente les hubieren manifestado su voluntad de no recibirla;
3. Incluir propina en el precio y en el cálculo de la factura, o cualquier alusión a la misma, dejando a criterio de las personas consumidoras pagar o no la propina, siendo ésta última voluntaria;
4. Cobrar a las personas consumidoras o usuarias un precio de venta superior al exhibido, informado o publicado; estos precios deberán incluir el valor del bien o servicio y los impuestos correspondientes expresados en moneda nacional. Las personas proveedoras con regulación especial podrán exhibir sus precios en dólares;
5. Cobrar o facturar precios o tarifas en metales, monedas o divisas extranjeras o cualquier unidad monetaria o medio de pago que no sea el córdoba, de conformidad al artículo 36 de la Ley No. 732, “Ley Orgánica del Banco Central de Nicaragua”, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 148 del 6 de agosto del 2010. Se exceptúan de esta disposición las empresas que operan bajo el régimen de zonas francas industriales de exportación, Almacenes de Depósito de Mercancías a la Orden y demás excepciones establecidas en el artículo 37 de la misma Ley;
6. Aplicar un tipo de cambio menor al oficial del día publicado por el Banco Central de Nicaragua, en aquellos casos cuando las personas consumidoras o usuarias y acuerden con las personas proveedoras de manera voluntaria el pago del bien o servicio, en moneda extranjera;
7. Adulterar los productos en sus componentes químicos, orgánicos o de cualquier tipo que modifique su idoneidad o calidad;
8. Adulterar el peso, masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada de los productos que se ofrecen al público;
9. Almacenar sustancias tóxicas, peligrosas o similares en los locales o instalaciones de producción, transformación, almacenamiento, comercialización o medios de transporte de alimentos o bebidas de consumo humano, incumpliendo lo establecido en la legislación y normativas vigentes aplicables al sector;
10. Acaparar o especular con los bienes de consumo básico o de primera necesidad;

11. Condicionar la venta de un bien o la prestación de un servicio a la adquisición de otro bien o servicio no requerido por la persona consumidora o usuaria; salvo cuando se trate de la prestación de servicios en la que los prestatarios importan sus repuestos para ese servicio;
12. Ofrecer promociones que involucren bienes deteriorados o en mal estado;
13. Difundir publicidad abusiva o engañosa;
14. Fijar los precios fraccionados para los distintos elementos de un bien o servicio que constituye una unidad, cuando la finalidad es el incremento del precio normal para dicho bien o servicio;
15. Vender o comercializar cualquier clase de productos con posterioridad a la fecha de su vencimiento o adulterar dicha fecha;
16. Utilizar sustancias tóxicas, peligrosas o elementos similares que conlleven al peligro de la salud pública, acorde a las leyes, reglamentos y tratados vigentes;
17. Ofrecer productos preenvasados cuando no contengan los cierres, etiquetas, rótulos o sujetos a cualquier otra clase de medida de precaución;
18. Ofrecer productos que carezcan de los datos mínimos que permitan identificar al proveedor;
19. Condicionar la contratación a que la persona consumidora o usuaria firme en blanco cualquier documento;
20. Ofrecer bienes adulterados o falsificados;
21. Realizar cobros a las personas consumidoras o usuarias utilizando mecanismos abusivos;
22. Cobrar cargos adicionales, recargos o multas por servicios no contratados o no establecidos en el comprobante de pago o en el contrato;
23. Importar y comercializar a nivel nacional bienes cuyo consumo haya sido declarado nocivo para la salud y prohibido por las autoridades nacionales o el de su país de origen, así como bienes sin registro sanitario correspondiente;

El artículo 10 de la ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, establece las prohibiciones para los proveedores, siendo unas de estas, ofrecer bienes adulterados, ofrecer productos carentes de información

mínima como vencimiento y lote de producción, realizar promociones que involucren productos en mal estado.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA), cumple con el artículo 10 de la ley 842, ya que están comprometidos en ofrecer productos de buena calidad, ofrecen anuncios realistas de sus productos a través de sus redes sociales.

### **Salud y seguridad del consumo**

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo IV: Salud y seguridad del consumo.

#### **Artículo 13 Deber general de seguridad para el consumo y riesgos previsible**

Los bienes o servicios ofrecidos en el mercado deben ser seguros en condiciones de uso normal o razonablemente previsible. Estos no deben presentar riesgo alguno para la protección de la salud y seguridad de las personas. Son considerados admisibles, únicamente los riesgos mínimos compatibles con el uso del bien o servicio. La persona proveedora deberá señalar la duración.

Según la naturaleza del bien o servicio, cuando existe un riesgo previsible, las personas proveedoras deberán advertir a las personas consumidoras o usuarias sobre dicho riesgo, incluyendo los lesivos para el medio ambiente. Asimismo, deberán informar sobre el modo correcto de utilización del bien, mediante etiquetado o instructivo, de acuerdo con la norma técnica respectiva o conforme las especificaciones que se establezcan en el documento de compra venta.

#### **Artículo 15 Sobre peligros no previstos**

En el caso que se ofrezcan en el mercado bienes en los que posteriormente se detecte la existencia de peligros no previstos para la salud y seguridad física de las personas consumidoras y usuarias, la persona proveedora estará obligada a adoptar todas las medidas necesarias para eliminar o reducir el peligro o riesgo que causen los mismos. En estos casos la persona proveedora deberá notificar inmediatamente a las autoridades competentes para que sean retirados, destruidos, reparados, sustituidos, o retenidos temporalmente según corresponda. Cuando la persona proveedora no cumpla con lo establecido en el párrafo anterior, la autoridad competente procederá a

aplicar la sanción correspondiente e informará a las personas consumidoras sobre los riesgos de utilización o adquisición de estos bienes con las advertencias del caso.

### **Artículo 16 Sobre el etiquetado, registro sanitario y fecha de vencimiento de productos de consumo humano**

Los medicamentos y alimentos para consumo humano, deberán disponer de la etiqueta en idioma español, o en las lenguas oficiales de las Regiones de la Costa Atlántica, según sea el caso.

La persona proveedora será responsable de adecuar su cadena de logística de acuerdo a los tiempos de vencimiento de los productos, con el fin de evitar la comercialización de productos vencidos. Se prohíbe que se ofrezcan productos vencidos.

No se ofrecerán productos que no dispongan de registro sanitario en Nicaragua, salvo los que estén reconocidos en el país por instrumentos internacionales. Tampoco se ofrecerán productos que se encuentren en fase de experimentación.

### **Información, publicidad y promociones.**

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo VI: Sobre la información, publicidad y promociones.

### **Artículo 22 De la información**

Para garantizar los derechos de las personas consumidoras y usuarias, la información relativa a bienes o servicios que se difunda por cualquier medio o forma, las personas proveedoras deberán presentar de forma clara, veraz, completa y oportuna, las características generales de los mismos; así como instrucciones precisas para su uso y consumo, advertencias y riesgos previsibles y visibles.

La información deberá estar exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión a las personas consumidoras o usuarias.

### **Artículo 27 De las promociones**

Para que una venta de bienes o servicios se considere como promoción es necesario que tenga un carácter excepcional, temporal y que permita diferenciarla de la oferta habitual de bienes y servicios. Ninguna persona proveedora podrá utilizar como medio de propaganda el término «PROMOCIÓN», si no existe una verdadera promoción, de acuerdo a lo establecido en la presente ley y su reglamento.

### **Publicidad engañosa o abusiva**

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo VII: Publicidad engañosa o abusiva.

### **Artículo 30 Circunstancias sobre las que puede versar el engaño**

Los engaños pueden versar sobre aspectos tales como: naturaleza, uso, contenido, peso, características básicas del producto a vender o el servicio a prestar, fecha de elaboración o de vida útil del bien, tecnología empleada, calidad, cantidad, propiedades, origen comercial o geográfico, precio, oferta, tasa o tarifa, garantías, descuentos, premios, reconocimientos o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras, siendo éstas últimas medallas, premios, trofeos, diplomas entre otros, las formas de pago y cualquier otro dato sobre productos y servicios ofrecidos.

Esta Ley es de orden público e interés social, los derechos que confiere son irrenunciables y se reconoce el carácter de derechos humanos a los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Ley N° 423 Ley General de Salud. Aprobada el 14 de marzo del 2002. Publicada en la Gaceta, Diario Oficial N° 91 del 17 de mayo de 2002. La presente Ley tiene por objeto tutelar el derecho que tiene toda persona de disfrutar, conservar y recuperar su salud, en armonía con lo establecido en las disposiciones legales y normas especiales.

Para tal efecto regulará:

- a. Los principios, derechos y obligaciones con relación a la salud.
- b. Las acciones de promoción, prevención, recuperación y rehabilitación de la salud.
- c. El saneamiento del medio ambiente.
- d. El Control sanitario que se ejercerá sobre los productos y servicios destinados a la salud.

e. Las medidas administrativas, de seguridad y de emergencias que aplicará el Ministerio de Salud.

f. La definición de las infracciones y su correspondiente sanción.

Decreto Ejecutivo N° 36-2013, aprobado el 10 de octubre de 2013. Publicado en La Gaceta Diario Oficial N° 192 del 10 de octubre de 2013. Reglamento de la Ley N° 842. El presente Reglamento tiene por objeto establecer las disposiciones necesarias para la aplicación de la Ley No. 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarías, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 129 del once de julio del dos mil trece.

Norma técnica obligatoria nicaragüense de etiquetado de alimentos preenvasados para consumo humano NTON 03 021-99; esta norma tiene por objeto establecer los requisitos mínimos que deben cumplir las etiquetas de alimentos preenvasados para consumo humano, tanto para la producción nacional como extranjera.

Norma Técnica nicaragüense 03 024-99 Norma sanitaria para establecimientos de productos lácteos y derivados; tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios para instalación y funcionamiento que deberán cumplir las plantas industriales y productores artesanales que procesan productos lácteos y derivados.

Norma técnica nicaragüense 05 006-03 Norma técnica control ambiental para plantas procesadoras de productos lácteos; la que tiene por objeto establecer los criterios técnicos ambientales para la ubicación, prácticas de conservación de agua, manejo de desechos sólidos y líquidos en las plantas procesadoras de productos lácteos.

Norma técnica nicaragüense 03 022-99 Norma de quesos frescos no madurados; Reglamento Técnico Centroamericano para el queso (RTCA 67.04.70:14). La cual tiene por objeto establecer las características y especificaciones que deben cumplir los quesos frescos no madurados.

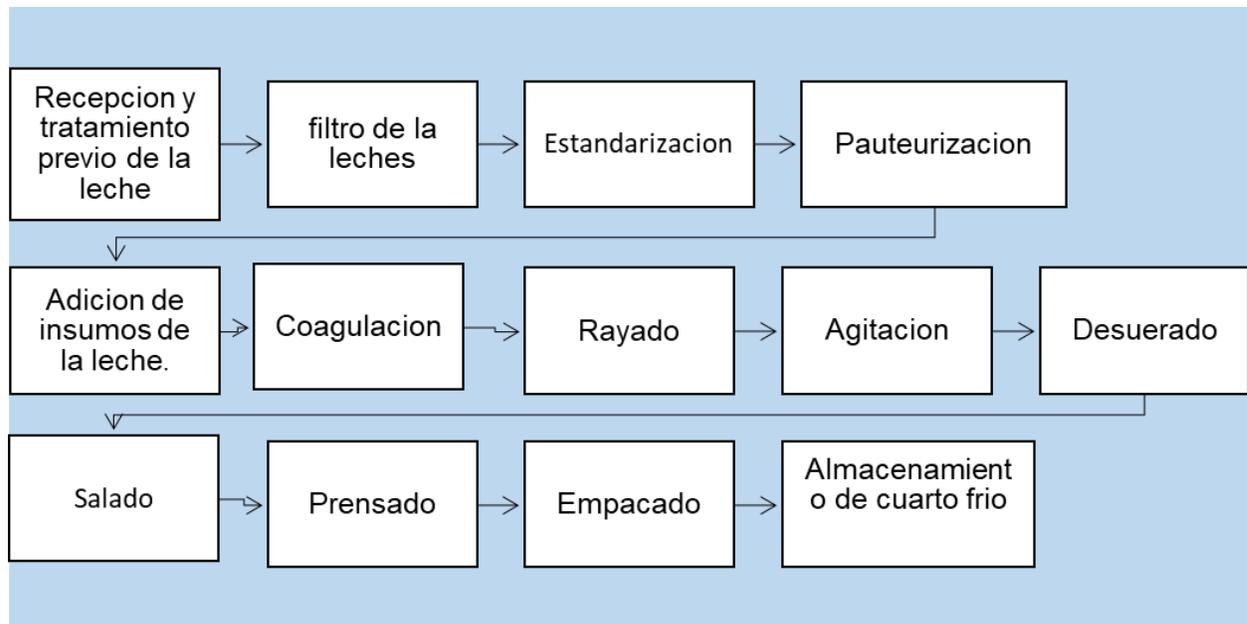
La norma técnica nicaragüense 03 027-99 Norma técnica de leche entera cruda, su objeto es establecer los requisitos que debe cumplir la leche entera cruda.

La norma técnica nicaragüense 03 034-00 Norma técnica de leche entera pasteurizada, tiene por objeto establecer los requisitos que debe cumplir la leche pasteurizada.

## Proceso productivo

La Real Academia de lengua Española define proceso productivo como el conjunto de las fases sucesivas de una operación con el fin de obtener un producto final. es por ello que la empresa La Norteña S.A lo describe mediante el siguiente diagrama:

**Figura No. 1 Diagrama de flujo de proceso productivo**



*Fuente: Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria-INTA (s.f)*

Proceso de comercialización o venta

Recepción y Tratamiento previo de la Leche: INTA (s.f, p.3), menciona que, durante la recepción de la leche se realizan las siguientes actividades:

- Descarga de tarros o leche congelada.
- Filtrado o tamizado (para eliminar impurezas mayores).
- Análisis de leche: Acidez (pH), densidad, MS, grasa, alcohol.
- Termización o Pasteurización: Termización (63-65°C, 10-15') Pasteurización (Lenta: 60-65° C, 15-30').

En la recepción de la leche: Es importante realizar pruebas rápidas ya sean de alcohol o sensoriales que permitan identificar que la leche que está entrando es de calidad y que está libre de cualquier agente extraño que pueda afectar la inocuidad del producto final o del retraso de alguna de las fases en el proceso productivo.

Filtro de la leche: Zamorán (s.f, p.35), indica que, “El filtrado de la leche se puede definir de la siguiente manera: Es un proceso importante en la elaboración de quesos. La operación consiste en hacer pasar el producto a través de una tela para eliminar pelos, pajas, polvo, insectos y otras suciedades que generalmente trae la leche, especialmente cuando el ordeño se realiza en forma manual. La tela o paño debe lavarse después de cada uso con detergente y una solución de cloro a 100 partes por millón (ppm).

La operación de filtrado de la leche sólo logra eliminar las suciedades más grandes, aquellas que puedan ser retenidas por el paño. Sin embargo, a través del filtro logran pasar una cantidad inmensa de microorganismos que en definitiva dañan la calidad del queso o pueden causar enfermedades al consumidor”

Pasteurización: Según Apango (2010), después de la pasteurización, la leche debe ser enfriada hasta 32°C para la aplicación del cuajo. Es importante que, durante la pasteurización y el enfriamiento, se agite de manera constante la leche para favorecer la evaporación de gases que generan sabores y olores desagradables en el queso.

La pasteurización es someter el líquido a altas temperaturas por un determinado tiempo para eliminar agentes microbiológicos dañinos para el producto y rápidamente elevar la temperatura y mantenerla homogenizada a la misma temperatura con el fin de que está posterior a la eliminación de dichos microorganismos se encuentren homogénea y libre de agentes contaminantes.

Adición de insumos a la leche INTA (s.f, p.3), expresa que, cuando la leche contenida en la tina ha llegado a la temperatura de coagulación, se procede a lo siguiente: Se agrega el fermento láctico, a razón de un litro por cada 100 litros de leche. Esta operación tiene por finalidad la producción de ácido láctico a partir de la lactosa de la leche, por acción de los microorganismos del fermento recientemente agregado.

Coagulación:INTA (s.f), detalla que, durante la coagulación se deberá mantener constante la temperatura de la tina y distribuir el cuajo uniformemente en el volumen total de leche. A su vez, Zamorán (s.f, p.45), infiere que, después de agregar el cuajo, se deja reposar entre 30 – 45 minutos y se debe mantener la temperatura entre 32 – 35 °C, ya que si, durante la coagulación, la leche y la cuajada en formación se enfrían, los granos resultan de tamaño irregular y la humedad no será uniforme.

Signos de la coagulación: INTA (s.f, p.4), explica que, los primeros signos de la coagulación pueden ser verificados entre 5 y 8 minutos después de adicionar el cuajo. Cuanto más rápida es la coagulación más tendencia tiene la cuajada a volverse dura, por el contrario, una coagulación lenta produce una cuajada relativamente blanda que tarda en contraerse.

Es importante señalar que, según la misma fuente, “de esta producción láctea el 61% se vende como leche fluida, el 36% se destina a la producción de productos derivados de la leche y el 3% se consume en fincas”.

Los signos del final de la coagulación son percibidos fácilmente, pero requieren cierta práctica para su interpretación oportuna y constante. El momento en que la coagulación es óptima y la cuajada está lista para cortar puede ser verificado por la forma y por el aspecto que presentan las superficies de un corte en "V" practicado con una espátula metálica con la que se levanta el trozo de la cuajada cortada. El corte debe ser nítido y las superficies brillantes dejando salir un suero límpido.

Otra prueba consiste en observar la forma y el aspecto de la cuajada que se hace despegar de la pared de la tina por presión de la mano con un ligero desplazamiento horizontal hacia el centro. La cuajada debe separarse con cierta facilidad, sin romperse, y sin dejar partículas pegadas en la pared de la tina.

Coagulación de la leche: Para INTA (s.f, p.4), la coagulación de la leche se produce luego de lograr:

- a. La acidificación de la leche.
- b. Llegar a la temperatura indicada para la coagulación (entre 32-35 ° C).
- c. Factores que intervienen en la coagulación de la leche:
  - ➔ Temperatura de la leche (a más temperatura, menor tiempo de coagulación).
  - ➔ Acidez de la leche (a más acidez, menos tiempo de coagulación).
  - ➔ Concentración de calcio y sodio.
  - ➔ Composición de la leche (cantidad de sólidos totales de la leche: mayor cantidad de sólidos, coagulación más rápida de la leche).

Rayado: INTA (s.f, p.4), al respecto del rayado refiere lo siguiente: La cuajada es la caseína coagulada por acción del cuajo, y que el lirado es un proceso de contracción o SINÉRESIS del grano que provoca la expulsión del suero.

Los granos grandes retienen más humedad que los pequeños y por esto conservan más lactosa y consecuentemente la acidez del queso será también más alta. De modo que, Zamorán (s.f, p.41), expone que, el corte de la cuajada se realiza de la siguiente manera: Con una lira o con un cuchillo de hoja larga, con la finalidad de liberar el suero y obtener los granos de la cuajada. Del tamaño de éstos depende el contenido de humedad en el queso. Es importante insistir en que el corte descuidado y prematuro de la cuajada o de su desmenuzamiento en vez de corte aumenta las pérdidas de ésta en el suero y, por lo tanto, disminuye el rendimiento del queso y el suero se tornará blanquecino.

Desuerado Zamorán (s.f, p.42) exterioriza que esta operación contempla la eliminación total o parcial del suero de acuerdo al tipo de queso que se esté elaborando. Al finalizar la agitación, se deja algunos momentos en reposo. Los granos de cuajada se depositan en el fondo de la tina mientras que el suero quedará en la parte superior. De esta manera será posible extraer el suero sin dificultad.

Salado: Zamorán (s.f, p.43), también detalla que, el Salado se da cuando: Termina la etapa de desuerado y favorece a la producción de ácido láctico, realza el aroma y contribuye a la preservación del queso y a su curación. Previo a realizar el salado mismo, es necesario triturar la cuajada seca. La trituración se realiza en forma manual, procurando que queden trozos de cuajada de tamaño similar con el fin de que la penetración de la sal sea homogénea. La cantidad de sal que se agrega es aproximadamente el 0,3 % en relación a la cantidad de leche que se está trabajando. Mientras que, INTA (s.f, p.6), refiere que la función del Salado en salmuera es, formar la corteza, completar el desuerado y dar sabor. Además, que, se debe controlar la T<sup>o</sup>, densidad, pH, tiempo de salado. Y que, el porcentaje de sal en la salmuera deberá ser de un 17-18 %.

Prensado: Zamorán (s.f, p.43), explica el proceso de prensado de la siguiente manera: Para iniciar el prensado la cuajada es colocada dentro de moldes. El objetivo del prensado es eliminar algo más de suero, unir el grano haciendo la masa más compacta y dar definitivamente el formato deseado.

El tipo de queso determina la intensidad y la duración del prensado. Algunos quesos no reciben presión alguna y únicamente los moldes llenos se les dan vuelta con

frecuencia, para que el propio peso de la cuajada vaya logrando la compactación necesaria.

Es importante que los moldes están hechos de materiales como acero inoxidable o plástico alimenticio, ya que la madera tiende a llenarse de moho y otros posibles focos de contaminación del producto final. INTA (s.f, p.6), refiere que, el Moldeado de la cuajada, consiste en poner la masa de queso en moldes diseñados para eliminar el excedente de suero, aun retenido en la masa, con el fin de:

- a. Dar forma y tamaño al queso.
- b. Unir los granos entre sí.
- c. Eliminar el excedente de suero.

El prensado de la cuajada, consiste según INTA (s.f, p.6), en poner los moldes en una prensa para: a. Endurecer la masa. b. Eliminar el suero sobrante. c. Alcanzar el pH deseado. d. Unir el grano. e. Prensado hasta pH=5,2.

Empacado Zamorán (s.f, p.43), expone que, los productos lácteos debe ser empacado en envases o bolsas que no dañen su calidad ni afecten la inocuidad, y que además preservan sus propiedades organolépticas. El proceso de empaque debe ser un proceso de alto cuidado ya que de estos depende la duración de vida del queso, ya que si este se encuentre contaminado por lo tanto reducirá el ciclo de vida del producto y por ende generará posibles afectaciones a la salud del consumidor y a la calidad del producto.

Almacenamiento en cuarto frío Zamorán (s.f, p.43), cita que, el producto terminado debe ser almacenado bajo refrigeración para evitar acidificación y sobre maduración. El almacenamiento en frío es un proceso que se realiza para que los lotes de queso mantengan la calidad obtenida durante el proceso y la exigida por el mercado y que a su vez no pasen a un proceso de maduración el cual no se encuentra dentro de los estándares requeridos y que no adquiera moho o cualquier agente microbiológico que pueda dañar su apariencia y composición

Acopio y comercialización: Gutiérrez, Rizo y Rodríguez, (2016). Realizaron una investigación publicada por la UNAN, titulada: “Caracterización de las PYMES del sector lácteo en Estelí”, hace referencia a la transformación de leche cruda y señala que:

“En el acopio y comercialización interna de la producción de lácteos la mayor parte de la producción de leche cruda se transforma de forma artesanal, por la limitada capacidad en el número y ubicación de centros de acopio para almacenar y refrigerar la leche. Se estima que entre el 20 y 26% de la producción nacional de leche fluida es adquirida por centros de acopio”.

Siendo que la cadena de comercialización de los productos lácteos en general, es la misma para los diferentes productos terminados hasta que la materia prima llega a la industria (plantas o empresas), después del proceso de transformación, toma el mismo camino en sus diferentes productos elaborados. La diferencia básica radica en el destino final (mercado interno o exportación). (Gutiérrez, Rizo y Rodríguez, 2016).

Esto lleva a enfatizar la importancia de los principios generales aplicables a la producción, elaboración y manipulación de la leche y de todos los productos lácteos, ya que como lo establece la norma CAC/RCP 57-2004 “Las medidas de control o sus combinaciones deben validarse en función de la frecuencia de peligros en la leche empleada, tomando en cuenta las características de los peligros concretos en cuestión y los objetivos de inocuidad de los alimentos establecidos.”

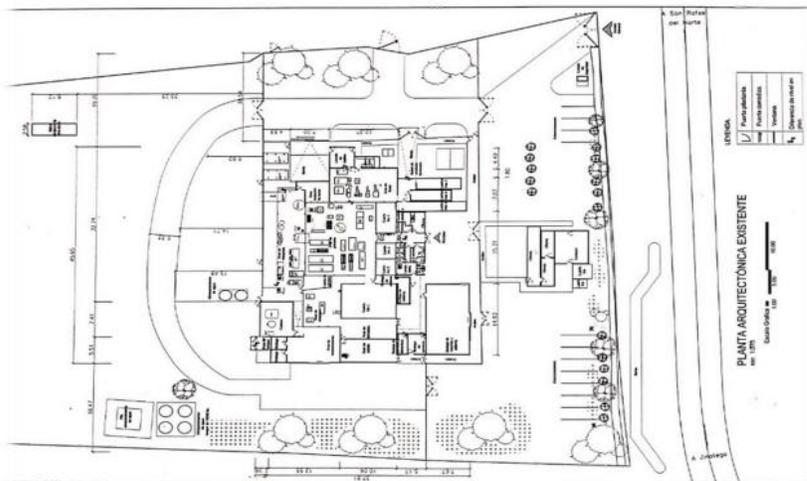
### 2.3 Marco Contextual

Lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA), es una empresa privada que trabaja con la marca comercial LA NORTEÑA S.A. En el año 2012 y 2013 se logra certificar la planta para realizar exportaciones a Estados Unidos y El Salvador. La Planta procesadora de lácteos está ubicada en la comarca "Las Lomas" departamento de Jinotega, en el Kilómetro 171 carretera Jinotega-San Rafael del Norte.

La planta de Lácteos La Norteña-Jinotega inició sus operaciones el 2 de octubre de 2007 realizando pruebas de producción de Quesillo, yogurt y cottage, con asesoramiento de la planta Don Francisco ubicada en Modesto California. En este año se tramitó la licencia sanitaria para lograr el funcionamiento legal de la planta.

Recientemente la producción y variedades de queso fueron creciendo logrando producir Queso mozzarella, Queso seco, Queso jalapeño, Quesadilla, Cheddar. (ahumado o no), Quesillo, Morolique. (ahumado o no), Fresquitos y producción de crema. Todos estos productos cuentan con registro sanitario.

**Figura N° 2 Planta arquitectónica La Norteña S.A**



Fuente: Gutiérrez, Castro & Herrera (2020)

Actualmente Grupo Industrial del Norte S.A. Se dedica a la producción y comercialización de productos lácteos, brindando un producto seguro y de calidad para continuar con el crecimiento sostenible de la empresa y la expansión del mercado

local, Centroamericano y de los Estados Unidos. Su enfoque radica en la comercialización de productos consumibles tales como Quesos mozzarella, Parmesano, Morolique, Para freír, Quesillo, Crema ácida y dulce, Leche pasteurizada, Fresco de cacao con leche y Jugos de naranja, maracuyá y manzana.

#### **2.4 Responsabilidad Social y Corporativa**

El grupo Industrial del Norte S.A vive día con día la responsabilidad social, no sólo hacia afuera de la empresa, sino también internamente con los colaboradores para seguir siendo la empresa productora de lácteos, encargada de contribuir a mejorar la calidad de vida de los grupos más vulnerables de la comunidad y la región, a través de programas orientados a la salud, alimentación y educación, así como también a través de programas internos dirigidos a contribuir con el bienestar de sus colaboradores.

## CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLOGICO

En este apartado se describe el paso a paso de la intervención que se realizó a través del plan general. En detalle se especifica el tipo de investigación realizada; el cómo se orientó la selección, obtención y análisis de datos relevantes en función de dar respuesta a la pregunta del problema, y de esa manera, alcanzar los objetivos propuestos.

En este apartado se describe lo siguiente:

### **3.1 Tipo de Investigación.**

En función del propósito esta investigación es aplicada. Para Murillo (2008), la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El equipo investigativo usará la información recolectada para generar conocimientos que permitan proponer un plan de acción a fin de contribuir con un mejor desempeño de la empresa láctea estudiada.

Por su nivel de profundidad la presente investigación es de carácter descriptiva. Para Bernal (2010) citando a Cerda (1998) dice: “Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”. El equipo la tipifica de esa manera ya que se describen, de manera general, los procesos de producción y comercialización, así mismo lo que establece la ley 842 Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios respecto a los procesos anteriormente mencionados.

Por la naturaleza de los datos y la información, esta investigación presenta un enfoque cualitativo; el cual “abarca el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos, estudio de caso, experiencia personal, historia de vida, entrevista, textos que describen los momentos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos” (Vasilachis, 2006, p. 25).

Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

En este estudio se interpretó el proceso de producción y comercialización en cuanto a la ley 842, a través de las entrevistas y observaciones en donde los colaboradores respondieron desde sus expectativas, realidades y significados de su labor.

Por los medios para obtener los datos, esta investigación se clasifica como una investigación de campo; según Sampieri (2014) se refiere a la recolección de datos en base a un registro sistemático, válido, confiable de comportamientos y situaciones que pueden ser observables. Sampieri toma en cuenta tres puntos para que la investigación de campo tenga efectividad y son las siguientes: Según los medios usados; según el número de observadores; según el lugar donde se realiza. Cada uno de los puntos mencionados anteriormente trabajan entre sí para lograr un único objetivo, y es recopilar datos de la fuente real para obtener la información clara y concisa de un determinado tema.

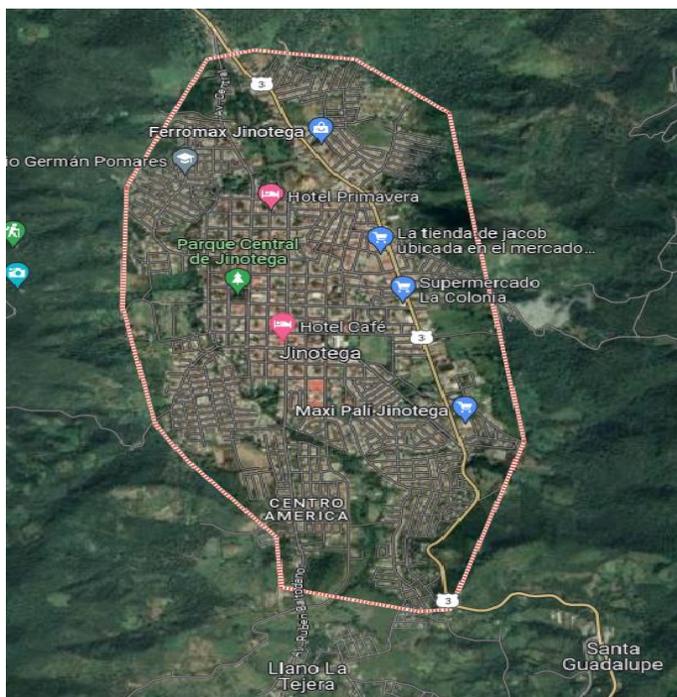
El equipo investigativo se apoya en información y datos recopilados gracias a las visitas realizadas a la empresa La Norteña S.A (GRINSA). Es así como los datos provienen de entrevistas, observaciones no formales y guías de observaciones a través de un check list.

Por la manipulación de variables, el diseño de la investigación es no experimental. La misma es definida por Hernández, Fernández y Baptista, (2010, p. 149): “la investigación no experimental, consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. El equipo tipifica esta investigación de esa manera ya que no se manipularon variables, no se experimentó sino que se observó la aplicación de la ley en el proceso de producción y comercialización de la empresa láctea.

Según el periodo en que se realiza, la investigación tendrá un corte transversal. Para Sampieri (2014) la investigación transversal consiste en la recolección de los datos y se hace en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un momento dado. Esta investigación es así definida ya que se estudió un tiempo específico, el I semestre del año 2023.

### 3.2 Área de Estudio

**Figura No. 3: Vista satelital del municipio de Jinotega**



*Fuente: Google maps*

Jinotega es un departamento ubicado al norte de Nicaragua, el cual por su posición geográfica es favorable en gran manera para la producción de café y granos básicos, así como la producción ganadera con doble propósito.

La investigación se realizó en la zona rural norte de Jinotega, las entrevistas se realizaron en la planta procesadora de lácteos ubicada en la comarca "Las Lomas" departamento de Jinotega, en el Kilómetro 171 carretera Jinotega-San Rafael del Norte.

### **3.3 Unidades de análisis: población y muestra: tamaño de la muestra y muestreo.**

Es importante mencionar que la población es “un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados” (Arias-Gómez & Villasís, 2016). Se ha definido como población a 63 colaboradores de la empresa sobre la cual se pretende recolectar datos en relación con los objetivos de esta investigación.

Tamayo y Tamayo (2006), define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (p. 176). En este estudio la muestra fueron los 3 jefes de área: jefe de ventas, gerente de producción y gerente general.

El tipo de muestreo no probabilístico y de tipo intencional. Para Parra (2006) “Un muestreo no probabilístico corresponde a procedimientos de selección de muestras en donde intervienen factores distintos al azar, este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras representativas mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos”.

Según Arias (2006) define el muestreo intencional u opinático, es aquel donde los elementos muestrales son escogidos en base a criterios o juicios, preestablecidos por el investigador.

El equipo opta por esta clasificación ya que los elementos muestrales se seleccionaron por conveniencia y acceso a la información de la empresa, además de fines propiamente investigativos.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La selección de una técnica de investigación y la construcción de sus instrumentos dependerá de la estrategia operacional de la investigación por lo que no debe valorarse en sí misma cuál es la mejor técnica, sino que se debe considerar su adecuación o inconveniencia para los fines de estudio.

En este caso, por el diseño que se describe, se han seleccionado las siguientes técnicas y construido sus respectivos instrumentos (presentados en anexos) para recabar datos necesarios a esta investigación.

**Observaciones: definición**

**Observación directa del producto**, específicamente en su etiquetado, descripción del producto, el proceso, los componentes, sus beneficios y las normativas cumplidas para su elaboración, que garanticen su inocuidad y seguridad. El proceso de la observación no solo aparece al principio, sino a lo largo de una investigación, y es algo más complejo que el simple ver con atención. Se observarán los métodos de trabajo, principalmente en las áreas referidas a acopio, procesamiento, empaque, logística y ventas.

**Análisis documental:** se incluyen las fuentes primarias de la empresa Lácteos La Norteña, referidos a las políticas internas, normas técnicas obligatorias, sistemas de gestión de calidad, y demás disposiciones técnico sanitarias. Aquí también se incluyen el manejo y mitigación de riesgos, así como el manejo de reclamos.

**Entrevista semiestructurada**, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla.

**Guía de observación cualitativa:** Los propósitos esenciales de la observación en la inducción cualitativa son: a) Explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan (Eddy, 2008; Patton, 2002; y Grinnell, 1997). b) Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan (Miles, Huberman y Saldaña, 2013; y Jorgensen, 1989). c) Identificar problemas sociales (Daymon, 2010). d) Generar hipótesis para futuros estudios. (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2014).

### **3.5 confiabilidad y validez de los instrumentos**

Para determinar la confiabilidad y validez de los instrumentos de esta investigación se aplica el método Delphi, que es una técnica de investigación que consiste en consultar a expertos mediante un formulario con el fin de obtener información.

### **3.6 Variables de Estudio**

Analizar de qué manera se aplican las normativas de regulación de la Ley N° 842, específicamente los numerales pertinentes señalados en los artículos 9 (Obligaciones de las personas proveedoras) y 10 (Prohibiciones para las personas proveedoras), Artículo 15 (Peligros no previstos), Artículo 16 (Sobre el etiquetado, registro sanitario, y fecha de vencimiento), Artículo 18 (De las leyendas obligatorias en las campañas publicitarias) y Artículo 19 (Bienes y servicios acordes con las normas técnicas obligatorias), Artículo 23 (Sobre el deber de información mínima); Artículo 27 (De las promociones); Artículo 30 (Circunstancias sobre las que puede versar el engaño).

### 3.7 Matriz de descriptores

Objetivos	Categorías	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica
<p>Identificar los artículos de la Ley N° 842 con mayor aplicabilidad en el proceso de producción y comercialización de los productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I Semestre, 2023</p>	<p>Ley 842 Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y usuarias</p>	<p>Son aquellas facultades o prerrogativas que se le reconocen a toda persona natural y jurídica cuando es consumidor de bienes o servicios.</p>	<p>Disposiciones generales de la ley</p> <p>Capítulo I Derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias</p>	<p>Art.1 Objeto de la ley.</p> <p>Art.2 Ámbito de aplicación.</p> <p>Art. 3 Sujetos de servicio excluido de la aplicación de la ley.</p> <p>Art. 4 Principios.</p> <p>Art. 5 Definiciones</p> <p>Art.6 Derechos de las personas consumidoras y usuarias.</p> <p>Art.7 Obligaciones de las personas consumidoras y usuarias.</p>	<p>Observación directa</p> <p>Entrevista</p> <p>Entrevista</p>



<p>Valorar el cumplimiento de la Ley N° 842 en el proceso de producción y comercialización de los productos lácteos La Norteña, Grupo Industrial del Norte SA (GRINSA) en el municipio de Jinotega, I Semestre 2023</p>	<p>Cumplimiento de la ley 842 respecto al proceso de producción y comercialización de productos lácteos</p>	<p>Una ley es una regla o norma jurídica de carácter obligatorio dictada por la autoridad competente de un territorio. Tiene como fin permitir o prohibir alguna acción de los individuos con el objetivo de regular las conductas humanas y lograr una convivencia armoniosa dentro de una sociedad.</p> <p>Son de carácter coercitivo, esto significa que en caso de que las leyes no sean cumplidas, la fuerza pública tiene el deber y obligación de sancionar a la persona o institución correspondiente.</p>	<p>Capítulo II Derechos, obligaciones y prohibiciones de las personas proveedoras</p> <p>Capítulo IV Salud y seguridad del consumo</p> <p>Capítulo VI Información, publicidad y promociones.</p> <p>Capitulo VII Publicidad engañosa o abusiva</p>	<p>Art. 9 Obligaciones de las personas proveedoras</p> <p>Art. 10 Prohibiciones para las personas proveedoras.</p> <p>Art. 15 Sobre peligros no previsto</p> <p>Art. 16 Sobre el etiquetado, registro sanitario y fecha de vencimiento de productos de consumo humano</p> <p>Art. 18 De las leyendas obligatorias en las campañas publicitarias</p> <p>Art. 19 Bienes y servicios acordes con las normas técnicas obligatorias</p> <p>Art. 23 Sobre el deber de información mínima</p> <p>Artículo 27 De las promociones</p>	<p>Entrevista</p> <p>Observación directa</p> <p>Checklist</p>
---	---	--	--	--	---

				<p>Art.30      Circunstancias sobre las que puede versar el engaño</p> <p>Artículo 31   Publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes.</p>	Entrevista
--	--	--	--	--	------------

## **CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS**

### **4.1 Análisis de Resultados**

#### **Disposiciones Generales de la Ley**

Los colaboradores expresaron que conocían algunas de las disposiciones de la ley que regula este tipo de actividad empresarial y que manejaban al menos las más relevantes y mencionaron la importancia de un servicio de calidad de modo que no se ponga en riesgo la seguridad alimentaria del consumidor.

En este particular la Ley expresa lo siguiente art. 1 La presente Ley tiene por objeto:

- a. Establecer el marco legal de protección de los derechos de las personas naturales y jurídicas que sean consumidoras o usuarias de bienes o servicios, procurando la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios públicos, privados, mixtos, individuales o colectivos;
- b. Garantizar a las personas consumidoras y usuarias la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad;
- c. Promover y divulgar la cultura de consumo responsable, respetuoso y educación sobre los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Esta Ley es de orden público e interés social, los derechos que confiere son irrenunciables y se reconoce el carácter de derechos humanos a los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Los trabajadores de la empresa únicamente conocen información general sobre el funcionamiento de la empresa y su manejo en el marco legal únicamente lo conoce el personal dedicado específicamente a la actividad económica como el puesto de Gerente Comercial de la empresa.

Comentaba el encargado de ventas de esta empresa que tenía conocimiento sobre los principios de calidad del producto como lo es la inocuidad y el manejo responsable

de este producto bajo todas las medidas sanitarias para asegurar que el consumidor final reciba lo que esperaba.

Los trabajadores expresan que la empresa tiene relación comercial únicamente con el distribuidor sea mayorista o minorista

Art. 2 establece los ámbitos de aplicación que reza lo siguiente “Están sujetos a las disposiciones de esta Ley, todos los actos jurídicos bajo la relación de consumo o en una etapa preliminar a esta, dentro del territorio nacional; se aplicará a todas las personas proveedoras, se trate de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras. También se considerarán consumidoras o usuarias a microempresas cuando éstas evidencian una situación de asimetría informativa con las personas proveedoras respecto de aquellos bienes o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.

### **Entes Reguladores**

Los entes reguladores actuarán como autoridades específicas para aplicar la presente ley en su sector respectivo, sin perjuicio de las regulaciones particulares que sobre la protección a las personas consumidoras estipulan las leyes del sector.”

La regulación de consumo depende de dos situaciones en las que en el primer caso la empresa sule de productos a un distribuidor mayoritario como son ejemplos; los supermercados, que luego venderán a un distribuidor minoritario como lo son las pulperías; y la segunda situación es aquella en la que la empresa sule directamente al distribuidor minoritario, o sea las pulperías.

En ambos casos la empresa se encarga de la venta del producto como un distribuidor mayoritario los trabajadores coinciden en que la empresa tiene relación comercial únicamente con el distribuidor quien en realidad toma el protagonismo como proveedor ya que es este quien se asegura en última instancia de que el producto llegue en buenas condiciones al consumidor final.

En caso de reclamo también es quien está más cerca del consumidor para poder este último establecer su queja sea para retiro o cambio de producto, la empresa toma

más que todo un rol de fabricante puesto que desde que el producto sale de las instalaciones de la misma empresa sea por cuestiones de temperatura o mal manejo en general hay riesgos de que cambie la calidad del producto y si bien ellos dicen estar anuentes a cualquier reclamo cambiando el producto afirman que no son situaciones recurrentes apoyándose en que la fecha de caducidad siempre es prudente considerando distancia y tiempo de compra.

### **Calidad en la Producción y Comercialización**

Según los colaboradores de la empresa esta misma asegura la calidad de la producción y comercialización del producto ofrecido bajo lo que dicta el código alimentario que entre sus aspectos más relevantes para este sector se encuentran: la conservación del producto a una temperatura de 4 grados y la importancia de que el producto se encuentre libre de patógenos.

En este contexto de ley del consumidor expresa en su artículo 6 los derechos de las personas consumidoras y usuarias tendrán entre otros, los siguientes derechos:

Artículo 6 Derechos de los Consumidores y Usuarios Los consumidores y usuarios tienen, en particular, los siguientes derechos: Estar protegido de riesgos que puedan afectar su salud, integridad física u otros tu seguridad. Tanto los consumidores como los usuarios deben estar protegidos de posibles daños de los productos que compran. Libre acceso en igualdad de condiciones Disponibilidad de mercado, bienes y servicios de calidad. Satisfacer y garantizar las necesidades humanas básicas de los colectivos más vulnerables en términos de política de seguridad alimentaria y nutrición para la comida.

Los derechos previstos en esta ley no excluyen los contenidos en la Constitución Política de la República de Nicaragua, otras leyes, tratados y convenios internacionales ratificados por el Estado de Nicaragua.

Se considera que la inocuidad del producto y temperatura del producto son solamente la punta del iceberg ya que hay muchos otros factores que también son determinantes para asegurar una correcta comercialización de producto como poder acceder el producto, recibir un precio justo, tener garantía que se responderá en caso de una falla

y que se atenderán reclamos con la correspondiente amabilidad y dentro de los parámetros de la ética, y devolución de producto en los casos en que la comercialización ya no sea posible, así mismo recibir toda información pertinente del producto que se está adquiriendo.

Las políticas que implementa la Norteña S.A para promover la producción y comercialización responsable de los productos va enfocada en el tratamiento que se le da al producto, mediante campañas de educación a nivel empresarial sobre el proceso de pasteurización.

### **Obligaciones de las Personas Proveedores**

Por su parte el artículo 9 de la ley 842 “Ley de protección de las personas consumidoras y usuarias establece las obligaciones de las personas proveedoras

Sin perjuicio de las obligaciones contenidas en otras leyes, son obligaciones de las personas proveedoras las siguientes:

Sin perjuicio de las obligaciones derivadas de la aplicación de esta Ley, Son obligaciones de los consumidores y usuarios las siguientes: pagar los bienes o servicios a tiempo y de acuerdo con la forma y condiciones; Está especificado en el contrato o contrato. Los consumidores y usuarios deben pagar los productos y bienes a tiempo Rendimiento ofrecido, comprado o acordado contractualmente. Tomar las medidas necesarias para evitar los riesgos derivados de su uso. consumo de bienes y servicios. Debe tomar las medidas necesarias para evitar peligros derivados del uso o consumo de los productos. bien o servicio.

Los consumidores y usuarios deben pagar los productos y bienes a tiempo Rendimiento ofrecido, comprado o acordado contractualmente. Tomar las medidas necesarias para evitar los riesgos derivados de su uso. consumo de bienes y servicios. Debe tomar las medidas necesarias para evitar peligros derivados del uso o consumo de los productos. bien o servicio. usar responsablemente y hacer cumplir las disposiciones de esta Ley; Quejas o reclamaciones infundadas contra proveedores autoridad competente; Asimismo, para presentar una denuncia, debe reportarla a las

autoridades correspondientes. Cumplir con responsabilidad las disposiciones de esta ley.

Para divulgar los derechos de los consumidores inicialmente se capacita al personal encargado de distribución,

Interpretamos que en este caso quien se encarga de difundir y asegurar la satisfacción del consumidor es el ejecutivo de venta quien debe dejar en claro al comprador de cuáles son los derechos que lo protegen ante la adquisición de ese producto o servicio,

El personal de esta empresa maneja dos etapas:

1. Clientes distribuidores
2. Consumidor final

Las medidas son las siguientes:

1. Embalaje especial del producto;
2. Previsión y revisión de fechas de caducidad;
3. Medios de transporte para las entregas
4. precio justo.

Mientras se cumplan a cabalidad las normativas enfocadas a la conservación, distribución y aseguramiento del producto se verán tutelados los derechos del consumidor mediante el cumplimiento de las obligaciones del proveedor.

### **Entes Reguladores Específicos**

Según los colaboradores los entes reguladores especializados o autoridades específicas para la aplicación de la ley son:

1. Ministerio de salud (MINSA)
2. y el Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria.

Artículo 12 Promoción acerca de los programas de formación y educación

El Gobierno, a través de sus instituciones correspondientes implementará programas continuos de formación y educación a las personas consumidoras; y divulgará a través

de medios de comunicación masivos los derechos de las personas consumidoras o usuarias.

Los colaboradores respondieron que existe una relación con el IPSA y el MINSA, en cuanto al que el IPSA regula la calidad del producto por la naturaleza del mismo, ya que depende directamente de la actividad agropecuaria y por otro lado el MINSA velando por la seguridad de la salud del consumidor.

A pesar que son personas que sí consumen el producto su finalidad va enfocada en la venta o comercialización del mismo.

En referencia a esto el art.3 de esta ley nos habla de los Sujetos y servicios excluidos de la aplicación de la ley Para efectos de esta ley no se consideran personas consumidoras o usuarias, a quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes y servicios que guarden relación específica con su actividad empresarial para integrarlos a los procesos de producción, importación, distribución, transformación, comercialización, alquiler de bienes o prestación de servicios a terceros.

Pese a que se podría considerar como consumidor a cualquier persona que ingiera este tipo de producto por la naturaleza de carácter económico de la actividad a la que se dedican los trabajadores de este rubro los excluye de las garantías que confiere esta ley a cualquier otro consumidor ya que en este caso su papel queda sujeto a una actividad meramente comercial.

### **Acceso a Autoridades del Estado**

Según la empresa los órganos del estado tienen acceso total a las instalaciones de la empresa y dicen comprometerse a dar seguimiento a la queja hasta encontrar la solución.

Según los principios que nos habla el artículo 4. la Accesibilidad confiere lo siguiente: "El Estado a través de sus órganos de aplicación de la presente ley, procurará la cobertura más amplia y más cercana a la población para ser efectiva la atención de reclamos, denuncias o consultas, de personas consumidoras o usuarias afectados en

sus derechos en las relaciones de consumo con las personas proveedoras de bienes y servicios”.

En aquellos casos en que requiera la verificación in situ de las medidas sanitarias en la empresa La Norteña S.A como respuesta a una denuncia o reclamo ciudadano.

Para que el consumidor reciba un producto de calidad y conserve un buen estado de salud

En el 4to, principio que confiere esta ley nos habla de la Coordinación: El Estado, a través de sus instituciones y en conjunto con las organizaciones de las personas consumidoras, usuarias y las personas proveedoras, ejercerán la coordinación interinstitucional e intersectorial para el desarrollo de las políticas públicas en pro de la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

## **Reclamos**

Cuando se produce algún reclamo a la empresa, esta cuenta con un departamento denominado control de calidad, quien es el responsable de investigar el origen del suceso, qué fue lo que lo provocó y a la vez identificar a los responsables.

Según Iabikawa (1997) "Practicar el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar, y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor".

Se pudo verificar que la empresa se preocupa por asegurar la calidad de sus productos y por su naturaleza cuenta con dicho departamento, el cual se encarga de brindar lo mejor al consumidor para no afectar su salud. Así mismo La Norteña S.A busca ofrecer productos que contribuyan a una buena alimentación a través de los lácteos, que son muy importantes para una buena dieta alimenticia.

La empresa comercializa sus productos mediante una red de distribución inclusiva porque les ha resultado muy provechoso, quizás en un futuro intente lanzar implementar los distribuidores exclusivos.

Un modelo de negocios inclusivo es aquel que, siendo comercialmente viable y replicable, incluye población de bajos ingresos en las operaciones centrales de proveeduría, distribución, venta o consumo. Así, una Red de Distribución Inclusiva está compuesta por micro distribuidores de bienes y servicios que forman parte de la cadena de distribución de una marca (tanto empresas sociales como corporaciones) y le permiten llegar a consumidores en la base de la pirámide.

Los lácteos son distribuidos en supermercados, sin embargo, también se pueden encontrar en muchas pulperías nacionales, lo que ha permitido que la población acceda a ellos de una forma más fácil y económica, si la empresa cambia su red de distribución a exclusiva posiblemente menos consumidores podrán disfrutar de estos alimentos.

### **Información Mínima del Producto**

Se trabaja con las Normas Centroamericanas de Etiquetado (RTCA) para asegurar que los distribuidores y consumidores conozcan la información más relevante del producto que van a comercializar o consumir.

El Reglamento Técnico Centroamericano (RTCA) para Alimentos y Bebidas, tiene como fin implementar prácticas de higiene y de operación durante la industrialización de los productos alimenticios y así garantizar a los consumidores nacionales e internacionales alimentos inocuos y de calidad.

Se observó la gran labor y compromiso de parte del negocio por implementar estas normas y cumplir con lo que la ley orienta, a fin de ser íntegro y transparente delante del Estado, competidores, consumidores y usuarios.

Se toman en cuenta todas las medidas higiénicas necesarias por parte del departamento de control de calidad para mantener los más altos estándares y así brindar los mejores alimentos a los consumidores.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura “La leche cruda de buena calidad no debe contener residuos ni sedimentos; no debe ser insípida ni tener color y olor anormales; debe tener un contenido de bacterias bajo;

no debe contener sustancias químicas (por ejemplo, antibióticos y detergentes), y debe tener una composición y acidez normales. La calidad de la leche cruda es el principal factor determinante de la calidad de los productos lácteos. No es posible obtener productos lácteos de buena calidad sino de leche cruda de buena calidad”.

Se observó que La Norteña cuenta con las cámaras de refrigeración adecuadas para asegurar que la leche y sus derivados no sufran daño alguno, incluso los camiones que transportan los productos son refrigerados o de tecnología Thermo King. Lo que asegura calidad e inocuidad.

Los responsables expresan que la relación con sus distribuidores y consumidores es cercana y que para ello envían de su personal a los supermercados a realizar pequeñas charlas o degustaciones, y que con esta estrategia pueden conocer más de cerca las necesidades de sus clientes.

Según la revista Puro Marketing (2020) “Es vital la relación entre empresas, marcas y consumidores. Es importante que la empresa satisfaga las necesidades y deseos de sus clientes, ya que los esfuerzos deben estar orientados hacia sus consumidores, porque ellos son el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa”.

La relación existente entre empresa y consumidor no es realmente cercana, ya que el negocio mantiene su vínculo con los distribuidores, que entre ellos están los supermercados y algunas pulperías, pero la relación no es directamente con el consumidor final. Sin embargo, las impulsoras intentan establecer esta koinonía cuando son enviadas a los diferentes distribuidores mayoristas.

Los productos dejan de ser una responsabilidad de la empresa cuando son entregados a los demás distribuidores, sin embargo, existe una política de cambio cuando se comprueba que el problema parte de la fábrica.

Todos los productos ya que son parte de la dieta de la familia nicaragüense, se trabaja siempre en la inocuidad para que ningún alimento vaya a afectar la integridad de las personas.

Según la FAO “la inocuidad de los alimentos es la ausencia -a niveles seguros y aceptables- de peligro en los alimentos que puedan dañar la salud de las consumidoras y los consumidores. Solo los alimentos inocuos satisfacen las necesidades alimentarias y contribuyen a que todas las personas tengan una vida activa y saludable”.

Los distribuidores reciben una lista de precios de compra y venta, más, se reconoce que posiblemente los consumidores finales no tienen acceso a los precios sugeridos, lo cual es una desventaja para los clientes.

Ley 842, artículo 9, inciso 4 “Exhibir en locales de venta los precios de bienes y servicios que se ofrecen a las personas consumidoras y usuarias.

Las personas tienen derecho a conocer los precios, por lo cual se debe cumplir con lo que orienta la ley para no afectar el bolsillo de los consumidores y personas usuarias.

### **Capacitación Técnica**

Cada 3 meses se capacita a los trabajadores por área, el departamento de control de calidad es el responsable de hacerlo. Primero lo hace con el área de producción y luego pasa al área de venta, todo acorde a las funciones y necesidades de cada colaborador o área.

Según Rodríguez (2005), la importancia de la capacitación radica en lo siguiente: Ayuda a la organización, conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.

La Norteña no cuenta con alguna campaña en contra de la publicidad engañosa, pero destaca que en la etiqueta del producto se encuentra toda la información necesaria, solo es que el consumidor lea la etiqueta, ya que esta incluye números telefónicos para atender las dudas.

### **Publicidad Engañosa**

Según el artículo 31. Publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes “La publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes no debe inducirlos a conclusiones equívocas

sobre las características reales de los productos y servicios anunciados o sobre las posibilidades de los mismos, debiendo respetar la ingenuidad, la credulidad, la inexperiencia, el sentimiento de lealtad y valores familiares, ni crearles sentimientos de inferioridad por no consumir el producto o usar el servicio.

Asimismo, no deben presentar a niños, niñas o adolescentes en situaciones o lugares inseguros o inadecuados, ni transmitir anuncios con imágenes no aptas para niños, niñas o adolescentes en televisión abierta de programación regular antes de las ocho de la noche. El Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos normará, supervisará y regulará el cumplimiento de esta última disposición, en pro de fomentar la cultura de los valores sociales, incluyendo la programación no apta para niños, niñas o adolescentes”.

En el caso de los supermercados, las impulsadoras se encargan de poner los precios a los productos, sin embargo, casi no se ubican rótulos con los precios, solo algunas imágenes en las redes sociales.

Por el bien del consumidor es necesario que todos los productos tengan los precios sugeridos a la vista, ya que eso cuida el bolsillo del cliente, también es parte de la información necesaria y que por derecho se debe brindar.

### **Productos Peligrosos**

Los colaboradores expresaron que al detectar un producto que no se ajusta a los requisitos, inmediatamente proceden a recoger dicho producto y darle seguimiento hasta encontrar la raíz del problema y superarlo, para evitar nuevas incidencias y de esa manera brindar seguridad en nuestros productos a los distribuidores y consumidores.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo II derechos, obligaciones y prohibiciones de las personas proveedoras, art. 9, inciso 8, expresa lo siguiente “Retirar o suspender la comercialización de cualquier producto o servicio que no se ajuste a las condiciones y

requisitos de prevención exigidos por las leyes, reglamentos y normas técnicas obligatorias aplicables”.

Cabe destacar que la empresa La Norteña S.A (GRINSA) cumple con este artículo de la ley ya que actúan con el debido procedimiento al momento de detectar cualquier anomalía en sus productos ya distribuidos, resaltando así la calidad de estos productos, cabe mencionar que hasta el momento no cuentan con un antecedente de este tipo. Pero ellos están preparados para dicha situación.

En caso de que los empaques de los productos estén rotos, o no cuenten con la debida información impresa en las etiquetas de cada producto o que el producto se dañe antes de la fecha plasmada en la etiqueta, tomando en cuenta que se les da charlas sobre la manera y temperatura adecuada para almacenar los productos. Se hace el debido retiro del producto y se realiza una nota de débito transferible para adquirir cualquier otro producto con el distribuidor. (siempre y cuando no sea recurrente)

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo I derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias, art. 6, inciso 4, expresa lo siguiente: “Recibir la reparación o reposición del bien, una nueva ejecución del servicio o la devolución de la cantidad pagada, según sea el caso”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) cuenta con su propia política de cambios con sus productos, cumpliendo así con este artículo estipulado en dicha ley, sin embargo, hay producto empacados en bolsa que la mayor parte del tiempo llegan a romperse con facilidad, dejando una contextura y un olor desagradable, afectando directamente al consumidor final y si bien sabemos estos casos se dan mayormente en los supermercados, donde la empresa ya no es responsables de los productos sino el mismo supermercado.

La empresa cuenta con su equipo de sanidad y de seguridad en su área de producción y cuenta con un área de control la calidad y la inocuidad de todos los productos, en caso de detectar adulteraciones que modifican la calidad, este no es comercializado, y si por error ha sido distribuido se hace lo que ya antes mencionamos, se realiza lo

que en el manual de la empresa se le llama recol, que consiste en recoger dichos productos, para su debida destrucción.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo II derechos, obligaciones y prohibiciones de las personas proveedoras, art. 9, inciso 8, expresa lo siguiente “Retirar o suspender la comercialización de cualquier producto o servicio que no se ajuste a las condiciones y requisitos de prevención exigidos por las leyes, reglamentos y normas técnicas obligatorias aplicables”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) no se hace responsable si el daño al producto es por la ruptura del empaque debido al mal manejo de los distribuidores, ya que previamente la empresa se encarga de dar capacitaciones para el buen uso, manejo, exhibición y almacenamiento de los productos.

### **Salud y Seguridad del Consumo**

En caso de detectar peligros no previstos para la salud del consumidor en la planta de la empresa no se comercializa el producto dañado y se realiza el recol, procediendo a realizar su debida destrucción donde participa el equipo integrado por el ejército nacional, la policía nacional, el Instituto de protección y sanidad agropecuaria (IPSA), el Ministerio de salud (Minsa).

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo IV salud y seguridad del consumo, art. 15, expresa lo siguiente “En el caso que se ofrezcan en el mercado bienes en los que posteriormente se detecte la existencia de peligros no previstos para la salud y seguridad física de las personas consumidoras y usuarias, la persona proveedora estará obligada a adoptar todas las medidas necesarias para eliminar o reducir el peligro o riesgo que causan los mismos. En estos casos la persona proveedora deberá notificar inmediatamente a las autoridades competentes para que sean retirados, destruidos, reparados, sustituidos, o retenidos temporalmente según corresponda.

Cuando la persona proveedora no cumpla con lo establecido en el párrafo anterior, la autoridad competente procederá a aplicar la sanción correspondiente e informará a las personas consumidoras sobre los riesgos de utilización o adquisición de estos bienes con las advertencias del caso”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) cumple con este artículo de la ley 842, ley de protección de las personas consumidoras y usuarias, ya que realizan el debido procedimiento en estos casos de emergencia, cabe recalcar que solo una experiencia de estas ha tenido en dicha empresa, lo cual se implementó lo antes mencionado.

El ministerio de salud (Minsa) es el ente regulador de los registros sanitarios y en la empresa hay un equipo encargado de revisar diariamente el etiquetado donde se encuentran las fechas de lote de producción y el vencimiento de los productos antes de ser comercializados.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo IV Salud y seguridad del consumo, artículo 16, expresa lo siguiente: “Los medicamentos y alimentos para consumo humano, deberán disponer de la etiqueta en idioma español, o en las lenguas oficiales de las Regiones de la Costa Caribe, según sea el caso”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) está comprometida con la salud de sus consumidores cumpliendo lo establecido en esta ley mediante su equipo encargado de revisar diariamente los vencimientos y lote de producción de cada uno de sus productos listos para ser distribuidos.

Como advertencia publicitaria se utiliza el etiquetado donde se encuentra toda la información necesaria para consumir antes de la fecha de vencimiento, el registro sanitario, la tabla nutricional y los ingredientes de cada uno de los productos.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo IV Salud y seguridad del consumo, artículo 16, expresa lo siguiente: “Los medicamentos y alimentos para consumo humano, deberán disponer de la

etiqueta en idioma español, o en las lenguas oficiales de las Regiones de la Costa Caribe, según sea el caso”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) cumple con este artículo de la ley 842 ley de protección de los derechos de los consumidores y usuarios. Ya que en su etiquetado proporciona toda la información necesaria como es la fecha de vencimiento, el lote de producción, registro sanitario, ingredientes, tabla nutricional. Todo en el idioma español.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo IV Salud y seguridad del consumo, artículo 19, expresa lo siguiente: “Los bienes y servicios que se oferten en el territorio nacional, deberán cumplir con las condiciones de cantidad, calidad, seguridad e inocuidad, todo de acuerdo a las normas técnicas obligatorias de productos, calidad, etiquetas, pesas y medidas y demás requisitos dentro del marco regulatorio nacional e internacional que deban llenar los bienes y servicios que se vendan en el país”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) cumple con este artículo ya que todos los productos elaborados se apegan a la normativa proveyendo la cantidad exacta, manteniendo la calidad, cuidando la seguridad e inocuidad.

### **Sobre la Información, Publicidad y Promociones**

En las facturas se describe la bonificación que aplica en el momento, por ejemplo: el cliente compra una docena de crema y se le dan dos cremas gratis.

Y las ofertas se hacen mayormente en los supermercados, ejemplo de ellos es: por la compra de dos cremas lleva un yogurt gratis.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo VI sobre la información, publicidad y promociones. Artículo 27, expresa lo siguiente: “Para que una venta de bienes o servicios se considere como promoción es necesario que tenga un carácter excepcional, temporal y que permita diferenciarla de la oferta habitual de bienes y servicios. Ninguna persona proveedora

podrá utilizar como medio de propaganda el término «PROMOCIÓN», si no existe una verdadera promoción, de acuerdo a lo establecido en la presente Ley y su Reglamento”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) aplica correctamente las promociones y las ofertas, son veraces y efectivas para el comercializador y el consumidor final.

Los colaboradores expresaron que sí están comprometidos en garantizar el peso y la calidad de los productos.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo VI sobre la información, publicidad y promociones. Artículo 23, “las personas proveedoras de bienes y servicios deberán informar en letra legible, al menos los siguientes aspectos: inciso 2, Contenido neto e ingredientes del producto”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) hasta el momento si está cumpliendo con el peso y la calidad de los productos.

Los colaboradores expresaron que no cuentan con ningún tipo de campañas publicitarias, únicamente poseen redes sociales.

La ley 842, ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, capítulo VII publicidad engañosa o abusiva, artículo 31, expresa lo siguiente:

“La publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes no debe inducirlos a conclusiones equívocas sobre las características reales de los productos y servicios anunciados o sobre las posibilidades de los mismos, debiendo respetar la ingenuidad, la credulidad, la inexperiencia, el sentimiento de lealtad y valores familiares, ni crearles sentimientos de inferioridad por no consumir el producto o usar el servicio. Asimismo, no deben presentar a niños, niñas o adolescentes en situaciones o lugares inseguros o inadecuados, ni transmitir anuncios con imágenes no aptas para niños, niñas o adolescentes en televisión abierta de programación regular antes de las ocho de la noche. El Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos normará,

supervisará y regulará el cumplimiento de esta última disposición, en pro de fomentar la cultura de los valores sociales, incluyendo la programación no apta para niños, niñas o adolescentes”.

La empresa La Norteña S.A (GRINSA) al no contar con campañas publicitarias no pone en ningún tipo de riesgo a niños ni a personas mayores, todo lo que se necesita saber sobre sus productos se encuentran en su página oficial de Facebook y de Instagram, cabe resaltar que con campañas publicitarias el producto llegaría a ser más conocido por los pobladores Nicaragüenses y la empresa podría llegar a tener un número más alto en cuanto a la comercialización de sus productos.

## 4.2 Plan de Acción

Una vez que se ha realizado el análisis e interpretación de los datos recopilados y siempre teniendo como directriz los objetivos que se persiguen, se está en condiciones de visualizar el sentido de las mejoras que se desean. Ahora ya se puede concretar un plan que permita proponer acciones y posibles resultados, en el sentido de las buenas andanzas que se quieren. Es así cómo se origina una propuesta de plan de acción.

Un **plan de acción** es concebido, por el equipo investigador, como una herramienta de planificación empleada para gestionar y controlar acciones encaminadas a mejorar un proceso. Desde la visión de éste equipo, un plan de acción funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de actividades necesarias para el alcance de metas o resultados esperados. La reflexión sobre la realidad observada y recogida en los instrumentos de investigación, es lo que permitió esta propuesta. El plan de acción que se presenta responderá a las preguntas: Qué resultados se esperan, cómo se alcanzarán esos resultados, que recursos se requieren y quiénes serán los responsables de ejecutarlas. El presente plan de acción está estructurado en resultados esperados, actividades, recursos y responsable.

La finalidad de este **plan de acción**, a partir de un marco de correcta ejecución, es contribuir al empoderamiento y cumplimiento de la Ley 842, Ley de Protección de los Derechos de las Personas Consumidoras y Usuarias.

Los resultados esperados son los siguientes:

- a. Generar espacios de reflexión y capacitación para los colaboradores, distribuidores y consumidores.
- b. Propiciar mayor organización en la empresa de cara al seguimiento y control del cumplimiento de la ley 842.
- c. Favorecer el seguimiento y evaluación del trabajo realizado por los colaboradores y distribuidores hasta llegar al consumidor final.

Es claro, siendo un trabajo académico, una vez diseñada la propuesta de plan de acción, esta puede ser llevada a cabo por personas interesadas o las instancias involucradas. Es importante, sin embargo, comprender que este plan de acción debe ser entendido en sentido hipotético. Constituyó un esfuerzo investigativo y es innegable que puede ser mejorado por las instancias que se interesen por él, y sometido, de manera permanente al análisis, reflexión y evaluación.

#### Plan de acción

Nº	Resultado esperado	Actividades	Recursos	Responsables	Fechas
1	Generar espacios de reflexión y capacitación para los colaboradores, distribuidores y consumidores.	Diagnóstico sobre conocimientos de la ley 842 en los colaboradores de la empresa La Norteña S.A, a través de encuesta.	Encuesta diseñada.  Recurso humano	Equipo del dpto de Control de Calidad	01/08/23 al 04/08/23
2		Diagnóstico sobre conocimientos de la ley 842 en los centros de distribución de la empresa La Norteña S.A (distribuidores y consumidores) a través de encuesta.	Encuesta diseñada.  Recurso humano		07/08/23 al 10/08/23
3		Capacitación a colaboradores y centros de distribución sobre la ley 842 y sus artículos aplicables al proceso de producción y comercialización de la empresa.	Plan de capacitación  Papelones  Marcadores  Ley 842	Equipo del dpto de Control de Calidad	11/08/23 al 18/08/23

			Equipo tecnológico		
	Propiciar mayor organización en la empresa de cara al seguimiento y control del cumplimiento de la ley 842.	Organización de un equipo que garantice el cumplimiento de la ley 842 en cada parte del proceso.	Personal capacitado en el cumplimiento de la ley 842.  Manual de funciones	Gerente de ventas y Gerente de producción	21/08/23 al 23/08/23
	Favorecer el seguimiento y evaluación del trabajo realizado por los colaboradores y distribuidores hasta llegar al consumidor final, en el cumplimiento de la ley 842.	Evaluación del proceso de producción con base a la ley 842.  Evaluación del proceso de distribución con base a la ley 842.  Evaluación del proceso de comercialización con base a la ley 842.	Check list  Check list  Check list.	Equipo disciplinario	24/08/23 al 31/08/23

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES**

La empresa la Norteña cumple con la mayoría de los artículos establecidos en la ley N° 842, excepto con aquellos que tienen que ver con la información completa y necesaria para el consumidor final.

El proceso de producción y comercialización la empresa lo lleva a cabo de forma eficiente y conforme a la leyes establecidas para el giro del negocio, procurando siempre la inocuidad de los alimentos y un precio accesible.

Existen ciertos déficit en el dominio de la ley N° 842, ya que sus colaboradores no la dominan con exactitud, incluso las personas encargadas de áreas importantes dentro de la institución.

Se requiere un plan de acción para que la empresa mejore en el dominio de esta temática tan importante.

## **CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES**

Realizar capacitaciones al personal con el fin de que todos los colaboradores estén al tanto de las disposiciones de ley.

Brindar acceso abierto a personas que visitan sus instalaciones por asuntos investigativos para un mejor manejo de la información que será de gran ayuda para las investigaciones futuras.

Realizar campañas en las redes sociales y supermercados contra la publicidad engañosa.

Mejorar su relación de comercio con el consumidor final.

Asegurar que el consumidor final obtenga información suficiente sobre los precios sugeridos.

Aplicar el plan de acción sugerido para obtener mayores resultados y un mejor dominio respecto a la ley 842.

## Referencias Bibliográficas

Arias-Gómez, J., & Villasís, M. M. (abril - junio de 2016). *El protocolo de investigación III: La población de estudio*. *Revista Alergia México.*, 63(2), 201-206. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra edición. ed.). Colombia.: Pearson Educación. Recuperado de:

<https://blog.formaciongerencial.com/estrategia-marketing-integrado-universidades/>

<https://blog.formaciongerencial.com/estrategia-marketing-integrado-universidades/>

Código de prácticas de higiene para la leche y los productos lácteos. Recuperado de

<https://www.ipsa.gob.ni/Portals/0/1%20Inocuidad%20Alimentaria/Normativas%20Generales/Higiene%20de%20Leche%20y%20productos%20lacteos%20CAC%20RCP%2057%202004.pdf>

Decreto Ejecutivo N° 36-2013, aprobado el 10 de octubre de 2013. Publicado en La Gaceta Diario Oficial N° 192 del 10 de octubre de 2013. Reglamento de la Ley N° 842. Recuperado de:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b34f77cd9d23625e06257265005d21fa/bd325486f010cc8206257c24007776d8?OpenDocument>

Duartes Mendoza, Danelia; Mendoza Lagos, Gloria y Gutiérrez, Sasy de los Ángeles (2015). *Comercialización de Productos Lácteos en el Municipio El Almendro, año 2014*.

Seminario de graduación para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas. UNAN FAREM Chontales. Recuperado de:

<https://repositorio.unan.edu.ni/784/>

Gutiérrez López, Adriana; Rizo Ruiz, Marean y Rodríguez Florez, María (2015). *Caracterización de las PYMES del sector lácteo y su contribución económica a la ciudad de Estelí, en el periodo 2015*. Seminario de Graduación Lic. En Economía. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. FAREM-Estelí. Recuperado de:

<https://repositorio.unan.edu.ni/2005/>

Hernández Sampieri, R., & Fernández Collado, C. y. (2014). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. México, D.F. México. Ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias Ley N° 842, aprobada el 13 de junio de 2013. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N° 129 del 11

de julio 2013. Recuperado de:  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/b6ee59fb75e2e20b06257bb900763f0b?OpenDocument>

Ley N° 423 Ley General de Salud. Aprobada el 14 de marzo del 2002. Publicada en la Gaceta, Diario Oficial N° 91 del 17 de mayo de 2002. Recuperado de:  
[http://www.vertic.org/media/National%20Legislation/Nicaragua/NI\\_Ley\\_423\\_General\\_de\\_Salud\\_2002.pdf](http://www.vertic.org/media/National%20Legislation/Nicaragua/NI_Ley_423_General_de_Salud_2002.pdf)

Mejía Dietrich, Rodolfo y Vaquerano Benavides, José (2015) *Percepción de los consumidores: Calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios basados en la Ley de Protección al Consumidor*. Revista de la Facultad de Derecho, No. 39, jul.-dic. 2015, 177-198 ISSN 0797-8316 /eISSN 2301-0665 Recuperado de  
[http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2301-06652015000200008](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2301-06652015000200008)

Norma técnica obligatoria nicaragüense de etiquetado de alimentos preenvasados para consumo humano NTON 03 021-99. Aprobada el 9 de marzo de 1999. Publicado en la Gaceta N° 20 del 28 de enero del 2000. Recuperado de:  
<https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC019921/#:~:text=La%20presete%20Norma%20T%C3%A9cnica%20Obligatoria,la%20producci%C3%B3n%20nacional%20como%20extranjera.>

Norma Técnica nicaragüense 03 024-99 Norma sanitaria para establecimientos de productos lácteos y derivados; aprobada el 07 de julio del 1999 Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N° 97 del 24 de mayo del 2000 Recuperado de:  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/bbe90a5bb646d50906257265005d21f8/b85ea2b37b8c6bb2062573310076cdcb?OpenDocument>

Norma técnica nicaragüense 03 022-99 Norma de quesos frescos no madurados; Reglamento Técnico Centroamericano para el queso (RTCA 67.04.70:14). aprobado el 22 de abril del 2010. Publicada en La Gaceta Diario Oficial N°. 203 del 25 de octubre del 2010. Recuperado de:  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/9e314815a08d4a6206257265005d21f9/110f2ca5558dc4ae062577d8005e0d62?OpenDocument>

Norma técnica nicaragüense 03 027-99 Norma técnica de leche entera cruda aprobada el 14 de diciembre de 1999. Publicada en La Gaceta Diario Oficial N° 60,63; el 26 y 29 de marzo del 200. Recuperado de: <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/9e314815a08d4a6206257265005d21f9/34adfdfe61c59b5c0625734e006c6e36?OpenDocument>

Ecuador, Fuentes (2022) El consumidor ecuatoriano y los derechos que brinda la ley orgánica de defensa del consumidor. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8637895>

En Buenos Aires, Argentina, Tambussi (2014), los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3738816>

Provincia de Tungurahua, Ecuador, Martínez & Quilapanta (2017), Análisis del comportamiento de los consumidores de productos lácteos en la provincia de Tungurahua. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26111>

Nicaragua, Espinoza (2005), Diagnóstico sobre la producción y comercialización de los productos lácteos en el municipio de San Pedro de Lóvago, Chontales, Nicaragua. Recuperado de: <https://repositorio.una.edu.ni/1329/>

En Managua - Nicaragua, Toruño & Aguilar (2019), Viabilidad comercial de productos lácteos en cinco barrios del distrito II de la ciudad de Managua, 2018. Recuperado de: <https://repositorio.una.edu.ni/3950/>

En Managua - Nicaragua, Herrera (2017), Estado actual del derecho de los consumidores en el ordenamiento jurídico nicaragüense. Recuperado de: <https://biblioteca.corteidh.or.cr/tablas/r35575.pdf#page=133>

En Mexico, Aguilar, Rojas, Cabral y Alvarado, (2014). ADAPTACIÓN DE LA TÉCNICA "CONTROL TOTAL DE CALIDAD" AL SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA CARNE. Revista Mexicana de Agronegocios, 35( ), 1145-1153. Recuperado de:

Tipos de investigación por el nivel de profundidad, Recuperado de: <https://1library.co/article/tipos-de-investigaci%C3%B3n-por-el-nivel-de-profundidad.ynex6gly>

<https://www.argentina.gob.ar/anmat/comunidad/que-es-la-inocuidad-alimentaria#:~:text=La%20inocuidad%20de%20los%20alimentos,una%20vida%20activa%20y%20saludable.>

Concepto de investigación no experimental según Sampieri (2014), recuperado de:  
<https://glosario.co/concepto-de-investigacion-no-experimental-segun-autores/>

muestra en el proceso cualitativo, recuperado de :

<https://investigaliacr.com/investigacion/la-muestra-en-la-investigacion-cualitativa/#:~:text=En%20el%20enfoque%20cualitativo%20las%20muestras%20responden%20más,juicio%20del%20investigador%20y%20la%20conveniencia%2C%20entre%20otros.+>

Disposiciones generales de la ley 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias. Recuperado de:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/b6ee59fb75e2e20b06257bb900763f0b>

Derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias

Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo I: Derechos y obligaciones de las personas consumidoras y usuarias. Recuperado de :

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/b6ee59fb75e2e20b06257bb900763f0b>

Derechos, obligaciones y prohibiciones de las personas proveedoras Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo II: Derechos, Obligaciones y Prohibiciones de las personas proveedoras.

Recuperado de:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/b6ee59fb75e2e20b06257bb900763f0b>

Salud y seguridad del consumo Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo IV: Salud y seguridad del consumo.

Recuperado de:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/b6ee59fb75e2e20b06257bb900763f0b>

Publicidad engañosa o abusiva Ley N°. 842 ley de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, TÍTULO II: Derechos obligaciones y prohibiciones. Capítulo VII: Publicidad engañosa o abusiva.

Recuperado

de:

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/b6ee59fb75e2e20b06257bb900763f0b>

# Anexos

## Anexo No. 1

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_

Cédula de Identidad: \_\_\_\_\_

Profesion: \_\_\_\_\_

Fecha de aplicación: / /

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento, para los efectos de su aplicación en la investigación titulada **“Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidores y usuarias en cuanto a la comercialización de productos lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA) Jinotega, I semestre 2023”**.

Posterior a las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones .

OBSERVACIÓN	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia de ÍTEMS			
Aptitud de contenido			
Redacción de los ÍTEMS			
Claridad y precisión			

\_\_\_\_\_

Firma

## ANEXO No. 2

### GUÍA DE ENTREVISTA

#### I. Datos Generales:

Edad: \_\_\_\_\_ Lugar de trabajo: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Años de experiencia: \_\_\_\_\_

Lugar, fecha y hora de la entrevista:

\_\_\_\_\_

Somos estudiantes de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC-Matagalpa, estamos realizando una investigación sobre el Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidores y usuarias en cuanto a la comercialización de productos lácteos de la Norteña S.A (GRINSA), Jinotega, I semestre 2023. Me gustaría agradecerle por dedicar un poco de su tiempo para esta entrevista.

Como experto en la materia su conocimiento es valioso para la presente investigación. Siendo el objetivo de la presente obtener información veraz y eficaz sobre su experiencia y perspectivas en este tema.

Cabe señalar que todas sus respuestas serán confidenciales y sólo se utilizarán para fines académicos y de investigación.

#### **LEY DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS**

#### **DISPOSICIONES GENERALES DEL ART. 1 AL ART. 5**

1 ¿Usted como personal de la empresa La Norteña S.A (GRINSA) conoce las disposiciones de esta ley?

2. En caso afirmativo, ¿maneja los principios que establece la ley a los proveedores para su correcta aplicación?

3. ¿Cómo se maneja la regulación de consumo entre proveedor y consumidor?

4. ¿Bajo qué parámetros la empresa asegura la calidad de la comercialización del producto ofrecido?

5. ¿Qué políticas implementa esta empresa para promover la comercialización responsable de los productos?

6. ¿Qué políticas promueve esta empresa para la divulgación sobre los derechos de las personas consumidoras?

7. ¿Cuáles son las etapas de comercialización para llegar al consumidor? ¿Qué medidas se aplican para garantizar la calidad de los productos?

8. ¿Cuáles son los entes reguladores o autoridades específicas para aplicar esta ley?

9. ¿Qué consecuencias hay entre las regulaciones de esta ley con otras leyes del sector?

10. ¿Por qué los distribuidores que guardan relación específica con la actividad de esta empresa no son considerados personas consumidoras?

11. ¿Qué accesos tienen los órganos del Estado para tutelar este derecho en casos de denuncias o reclamos?

12. ¿Por qué es importante la coordinación entre instituciones del Estado y de las empresas privadas para procurar mediante las políticas públicas la protección del derecho del consumidor?

13. ¿Cuándo hay una queja o reclamo del consumidor a la empresa productora quien es el encargado de regular el proceso correspondiente?

14. ¿Está obligado un distribuidor a solo adquirir producto con esta empresa?

15. ¿Considera usted que en los respectivos envases de producto se refleja toda la información que el consumidor necesita para el consumo de sus productos?

16. ¿Por qué es importante el almacenamiento preventivo de productos?

17. ¿Qué relación tiene esta empresa con las necesidades de los consumidores la considera cercana, moderada, o poco frecuente?

18. ¿En qué momento el buen estado del producto deja de ser responsabilidad del proveedor?

19. ¿Cuáles productos aseguran la integridad física y de salud del consumidor?

20 ¿Asegura la empresa la protección económica al bolsillo del consumidor final?  
(precios sugeridos)

21 ¿Cómo ejecuta la empresa la reparación o reposición de un producto en mal estado?

22 ¿Qué capacitación técnica reciben como trabajadores para poder laboral en esta empresa?

23 ¿Cómo se protege el consumidor de la publicidad engañosa?

24.¿De qué manera la empresa se asegura de la exhibición de los precios en los puntos de venta?

25.¿Qué procede en el caso de que un producto no se ajuste a las condiciones y requisitos de prevención exigidos por la ley cuando ya está distribuido?

26. ¿En qué caso se le devuelve al consumidor el dinero que pagó por el producto?

27. ¿Qué procede en el caso de que un producto se encuentre adulterado y por lo tanto modificado en su calidad y especificaciones?

**SALUD Y SEGURIDAD DEL CONSUMO ART. 15, 16, 18,19,**

28. ¿Qué procede en el caso de que se detecte la existencia de un peligro no previsto para la salud y seguridad física del consumidor?

29. ¿Cómo regulan el etiquetado de fecha de vencimiento y de registro sanitario de sus productos?

30. ¿Qué advertencia publicitaria utilizan sobre la posible peligrosidad del consumo del producto que distribuyen?

31 ¿Cuáles productos que ofrecen se apegan a las normas técnicas obligatorias que rigen en el territorio nacional? calidad, cantidad, seguridad e inocuidad.

## **SOBRE LA INFORMACIÓN, PUBLICIDAD Y PROMOCIONES ART. 23 Y ARTO, 27**

32. ¿Cumple esta empresa con el deber de información mínima en el etiquetado de sus productos?

### **INFORMACIÓN MÍNIMA**

<b>No.</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1.	Origen o procedencia geográfica, composición, finalidad y aditivos utilizados;		
2.	Contenido neto e ingredientes del producto		
3.	Fecha de vencimiento del producto, peso neto, instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, con advertencias y riesgos previsibles e incompatibilidades con otros productos		
4.	Precio de los bienes y servicios en moneda nacional a la vista del público que incluirá el valor e impuestos que los grave		
5.	Términos de las condiciones de pago, seguros, garantías, servicios, repuestos, entre otros		
6.	Etiquetas que se ajustarán a su naturaleza, características y condiciones, además de la finalidad enunciada; todo de acuerdo a lo establecido en la Ley No. 219, "Ley de Normalización Técnica y Calidad"		

7.	Los resultados, beneficios, consecuencias o implicaciones que se pueden esperar del uso del producto o de la contratación del servicio		
----	--	--	--

33      ¿Cómo diferencia la empresa las ofertas de las promociones?

34      ¿La empresa se compromete a asegurar que el peso y calidad del producto coincide con lo que se refleja en la etiqueta?

35      ¿cómo se protege la integridad e identidad de las personas sean mayores o menores de edad que participan en las campañas publicitarias de sus productos?

### **Anexo No. 3**

Constancia de validación de instrumento

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Nombre y Apellido: Ana Mercedes Obando R.  
Cédula de Identidad: 365-240170-0000E  
Profesión: Abogada.  
Fecha de aplicación: 11/25/05/2023.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento, para los efectos de su aplicación en la investigación titulada "**Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidores y usuarias en cuanto a la comercialización de productos lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA) Jinotega, I semestre 2023**".

Posterior a las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones .

OBSERVACIÓN	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia de ÍTEMS			✓
Aptitud de contenido			✓
Redacción de los ÍTEMS			✓
Claridad y precisión			✓

Ana Mercedes Obando R.  
Firma



### Anexo No. 4

Juicio de expertos sobre la encuesta aplicada

**Juicio de expertos sobre la encuesta que será aplicada:**

Instrucciones: marque las casillas de cada ítem, según su criterio. Los puntos a evaluar son: Redacción, congruencia y pertinencia con los indicadores, variables y dimensiones de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir cambios o modificación en las preguntas.

PREGUNTAS	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Esencial	Útil pero no esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No				
1	/		/			/		/	/	/	/			
2	/		/			/		/	/	/	/			
3	/		/			/		/	/	/	/			
4	/		/			/		/	/	/	/			
5	/		/			/		/	/	/	/			
6	/		/			/		/	/	/	/			
7	/		/			/		/	/	/	/			
8	/		/			/		/	/	/	/			
9	/		/			/		/	/	/	/			
10	/		/			/		/	/	/	/			
11	/		/			/		/	/	/	/			
12	/		/			/		/	/	/	/			
13	/		/			/		/	/	/	/			
14	/		/			/		/	/	/	/			
15	/		/			/		/	/	/	/			
16	/		/			/		/	/	/	/			
17	/		/			/		/	/	/	/			
18	/		/			/		/	/	/	/			
19	/		/			/		/	/	/	/			
20	/		/			/		/	/	/	/			
21	/		/			/		/	/	/	/			
22	/		/			/		/	/	/	/			
23	/		/			/		/	/	/	/			

## Constancia de validación de instrumentos

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Nombre y Apellido: Tania del Socorro Solís Aragón.

Cédula de Identidad: 001-271083-00798.

Profesión: Abogada y notaria pública.

Fecha de aplicación: 11/25/05/2023.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento, para los efectos de su aplicación en la investigación titulada "Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidores y usuarias en cuanto a la comercialización de productos lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA) Jinotega, I semestre 2023".

Posterior a las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones .

OBSERVACIÓN	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia de ÍTEMS			/
Aptitud de contenido			/
Redacción de los ÍTEMS			/
Claridad y precisión			/

Tania Solís Aragón

Firma



## Juicio de expertos sobre validación de instrumentos

**Juicio de expertos sobre la encuesta que será aplicada:**

Instrucciones: marque las casillas de cada ítem, según su criterio. Los puntos a evaluar son: Redacción, congruencia y pertinencia con los indicadores, variables y dimensiones de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir cambios o modificación en las preguntas.

PREGUNTAS	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel informante		Mide lo que pretende		Esencial	Útil pero no esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No				
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
15	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
21	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
22	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Anexo No.7**

Constancia de validación de instrumentos por el grupo de expertos

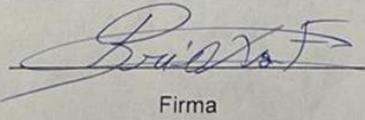
**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Nombre y Apellido: Briaxis Antonio Flores Medina  
Cédula de Identidad: 001-251075-0064K  
Profesión: Abogado y Notario  
Fecha de aplicación: 11/24-05-2023

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento, para los efectos de su aplicación en la investigación titulada "Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidores y usuarios en cuanto a la comercialización de productos lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA) Jinotega, I semestre 2023".

Posterior a las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones .

OBSERVACIÓN	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia de ÍTEMS			✓
Aptitud de contenido			✓
Redacción de los ÍTEMS			✓
Claridad y precisión			✓



Firma



**Anexo No. 8**

Juicio de expertos sobre la validación del instrumento

**Juicio de expertos sobre la encuesta que será aplicada:**

Instrucciones: marque las casillas de cada ítem, según su criterio. Los puntos a evaluar son: Redacción, congruencia y pertinencia con los indicadores, variables y dimensiones de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir cambios o modificación en las preguntas.

PREGUNTAS	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Útil pero no Esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No			
1	✓		✓			✓	✓	✓	✓				todo esta bien.
2	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
3	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
4	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
5	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
6	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
7	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
8	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
9	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
10	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
11	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
12	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
13	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
14	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
15	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
16	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
17	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
18	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
19	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
20	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
21	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
22	✓		✓			✓	✓	✓	✓				
23	✓		✓			✓	✓	✓	✓				

Constancia de validación de Instrumentos

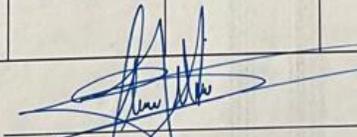
**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Nombre y Apellido: Blanca Nubia Alemán Artega  
 Cédula de Identidad: 001-230184-0019N  
 Profesion: Abogado y Notario  
 Fecha de aplicación: 11/24/05/2023

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento, para los efectos de su aplicación en la investigación titulada "**Cumplimiento de la ley 842 protección de los derechos de los consumidores y usuarias en cuanto a la comercialización de productos lácteos la Norteña, Grupo Industrial del Norte S.A (GRINSA) Jinotega, I semestre 2023**".

Posterior a las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones .

OBSERVACIÓN	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia de ÍTEMS			✓
Aptitud de contenido			✓
Redacción de los ÍTEMS			✓
Claridad y precisión			✓

  
 Firma



### Juicio de expertos sobre encuestas que fue aplicada

#### Juicio de expertos sobre la encuesta que será aplicada:

Instrucciones: marque las casillas de cada ítem, según su criterio. Los puntos a evaluar son: Redacción, congruencia y pertinencia con los indicadores, variables y dimensiones de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir cambios o modificación en las preguntas.

PREGUNTAS	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		Útil pero no Esencial	No importante	OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No			
1	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
20	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
21	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
22	✓		✓		✓		✓		✓		✓		
23	✓		✓		✓		✓		✓		✓		

*No ninguna modificación*

## Anexo No. 11

Equipo de trabajo aplicando el instrumento al Gerente Comercial de la Norteña S.A



## Anexo No. 12

Foto tomada por los integrantes del equipo en las Instalaciones de la Empresa La Norteña S.A (GRINSA)



## Anexo No. 13

Equipo de trabajo aplicando instrumentos en la Empresa de Lácteos la Norteña S.A (GRINSA)



## Anexo No. 14

Equipo de trabajo junto a los tutores; técnicos y metodológicos.



## Anexo No. 15

Integrantes de la investigación trabajando en las aulas de clase.

