

SOLICITUD DE MANIFESTACIONES DE INTERÉS
SERVICIOS DE CONSULTORÍA - OPERACIONES EJECUTADAS POR EL BANCO
PROCESO DE SELECCIÓN COMPETITIVO SIMPLIFICADO

NOMBRE DEL PROYECTO: Consultoría para la ejecución de un servicio de “Diseño y ejecución de una encuesta nacional, en el ámbito urbano y rural del Perú, en materia de protección al consumidor”

SELECCIÓN #: B260193

MÉTODO DE SELECCIÓN: Competitivo Simplificado

PAÍS: Perú

SECTOR OR DEPARTAMENTO: VPC/VPC

NOMBRE DE LA CT: Apoyo a los países de América Latina y el Caribe en sus procesos de relacionamiento con la OCDE

FINANCIAMIENTO – CT #: ATN/OC-22009-RG

ENLACE AL DOCUMENTO DE CT: <https://convergence.iadb.org/OPERATION/RG-T4711>

Atención Firmas Consultoras: Actualización Importante sobre el Registro en el Portal de Adquisiciones BEO

A partir del 1 de julio, todas las firmas consultoras, tanto nuevas como previamente registradas en el [Portal de Adquisiciones BEO](#), deben agregar su **Número de Socio Comercial (Business Partner Number por sus siglas en inglés)** al perfil de su organización para participar o continuar participando en un proceso de adquisición BEO.

Por favor consulte las [Preguntas Frecuentes](#) (FAQs) en el Portal para más detalles sobre "Cómo encontrar u obtener su Número BP".

Evite retrasos, no espere hasta el último momento para completar esta actualización. Este proceso puede tardar hasta **48 horas** en completarse y podría impedir que su organización participe en un Proceso BEO.

Para preguntas o asistencia técnica, utilice el [chat en vivo](#) en la página del Portal de Adquisiciones BEO o envíenos un correo electrónico a: ocs.procurement@iadb.org

El Banco Interamericano de Desarrollo (el Banco) se creó en diciembre de 1959 para contribuir a acelerar el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe. En la actualidad, el Banco es un importante catalizador en la movilización de recursos para la región (Para más información sobre el Banco, consulte su sitio web en www.iadb.org).

Sección 1. Objeto de la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés

- 1.1. El Banco ejecuta el proyecto mencionado. El Banco tiene la intención de contratar los servicios de consultoría descritos en la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés (REOI, por sus siglas en inglés). El propósito de esta REOI es obtener información suficiente que permita al Banco evaluar si las

empresas consultoras (EC) elegibles poseen la experiencia y la competencia requeridas pertinentes para prestar los servicios de consultoría solicitados por el Banco.

- 1.2. Según se define en la Política de Adquisiciones Institucionales ([GN-2303-33](#)), las EC participantes deben ser de un País¹ o Territorio² miembro del Banco para poder presentar una Manifestación de Interés (EOI por sus siglas en inglés). Las EC que posean la experiencia requerida relevante para el encargo serán evaluadas. El Banco llevará a cabo la evaluación y clasificación (ranking) de las EOI presentadas por las EC que hayan manifestado su interés. El Banco invitará a las EC a presentar una propuesta en el orden en que se haya establecido la clasificación (ranking). Si la propuesta de la EC clasificada en primer lugar es aceptable, se le invitará a negociar un Contrato. Si fracasan las negociaciones con la primera EC, se podrá invitar a la siguiente EC clasificada a presentar una propuesta y negociar.
- 1.3. Esta REOI no debe interpretarse ni como una Solicitud de Propuesta ni como una oferta de contratación y no obliga en modo alguno al Banco a contratar a ninguna EC. El Banco se reserva el derecho de rechazar cualquiera y todas las EC participantes por cualquier motivo o sin motivo alguno, sin necesidad de dar explicaciones. El Banco no se compromete de modo alguno a seleccionar a una empresa consultora participante. El Banco no informará los motivos por los que cualquier EC participante haya o no sido incluida como parte de la lista corta.

Sección 2. Instrucciones para las empresas consultoras elegibles

- 2.1. Las manifestaciones de interés deberán enviarse utilizando el *Portal de Adquisiciones BEO del BID* (el Portal) (<http://beo-procurement.iadb.org>) antes del *30 de septiembre de 2026* 5:00 PM. (**hora de Washington, D.C.**) en formato PDF (Max. 45MB).
- 2.2. Para acceder al Portal, la EC debe generar una cuenta de registro que incluya **todos** los datos solicitados por el Portal. En caso de que no se incluya alguno de los datos solicitados, la empresa consultora no podrá participar en este ni en ningún otro proceso de selección que lleve a cabo el Banco. Si la empresa consultora se ha registrado previamente, verifique que tenga **toda** la información de la EC actualizada y completa antes de presentar una EOI.
- 2.3. Las EC elegibles podrán asociarse en forma de Consorcio/ Joint Venture (JV) para mejorar sus calificaciones. Dicho Consorcio/ JV designará a una de las EC como representante responsable de las comunicaciones, del registro en el Portal y de la presentación de los documentos correspondientes.

¹ **Países miembro:** Alemania, Argentina, Austria, Bahamas, Barbados, Bélgica, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Israel, Italia, Jamaica, Japón, México, Nicaragua, Noruega, Países Bajos, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Reino Unido, República de Corea, República Dominicana, República Popular China, Suecia, Suiza, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.

² **Territorios elegibles:** a) Guadalupe, Guayana Francesa, Martinica, Reunión - como Departamentos de Francia; b) Islas Vírgenes de los Estados Unidos, Puerto Rico, Guam - como Territorios de los EE.UU.; c) Aruba - como país constituyente de los Países Bajos; y Bonaire, Curaçao, San Martín, Saba, San Eustaquio - como Departamentos de los Países Bajos; d) Hong Kong - como Región Administrativa Especial de la República Popular China.

- 2.4. Las EC elegibles interesadas podrán obtener más información en horario de oficina, de 09:00 AM a 5:00 PM (**hora de Washington, D.C.**), enviando un correo electrónico a: [Juan Pablo Ventura \(jpventura@iadb.org\)](mailto:jpventura@iadb.org) con copia a [María Candelaria Mosquera Mansilla \(mariamos@iadb.org\)](mailto:mariamos@iadb.org)

Banco Interamericano de Desarrollo

División: [PTI/CTI](#)

A la atención de: [Juan Pablo Ventura](#)

1300 New York Ave, NW

Washington DC 20577

Tel: [+5112151858](tel:+5112151858)

Correo electrónico: jpventura@iadb.org

Página web: www.iadb.org

- 2.5. Por la presente, el Banco invita a las EC elegibles a indicar su interés en prestar los servicios descritos a continuación en el borrador de Términos de Referencia para realizar los servicios de consultoría. Las EC interesadas deberán proporcionar información que demuestre que poseen la experiencia necesaria y están calificadas para prestar los servicios. Para que todas las respuestas puedan evaluarse adecuadamente, las EC elegibles deben incluir en sus presentaciones la información solicitada en la siguiente sección, con explicaciones completas y claras.

Sección 3. Servicios de consultoría

- 3.1. Los servicios de consultoría incluyen *la realización del diseño y ejecución de la encuesta representativa en materia de protección al consumidor, en el ámbito urbano y rural, para conocer el estado situacional en materia de protección del consumidor y generar los indicadores respectivos para su monitoreo en el tiempo, en el marco de las recomendaciones brindadas por el Comité de Políticas del Consumidor de la OCDE.*
- 3.2. Aunque no existe un formato estándar para presentar una EOI, las EC elegibles deberán presentar una EOI que contenga la siguiente información:
- a) Información básica: indique el nombre oficial de la EC, el nombre de la persona de contacto, la dirección de correo electrónico, los números de teléfono y la dirección de la oficina de la persona de contacto clave responsable de la EOI.
 - b) Antecedentes: Incluya una descripción de la EC. La EC puede incluir folletos o documentos que proporcionen información sobre su organización, historia, misión, estructura y número de empleados.
 - c) Experiencia relacionada con los servicios de consultoría solicitados: Proporcione todo tipo de pruebas que la EC considere apropiadas para demostrar su experiencia y conocimientos técnicos en la prestación de servicios similares a los descritos en el Anexo A, Términos de Referencia (por ejemplo, folletos, informes, estudios, descripción de encargos similares, referencias a casos en los que haya prestado servicios similares, experiencia en condiciones similares, disponibilidad de habilidades

apropiadas entre el personal, etc.)

3.3. Presupuesto estimado: *USD 150,000 (ciento cincuenta mil dólares americanos)*

Anexo A. Borrador de los Términos de Referencia

Tenga en cuenta que el Banco podrá modificar los Términos de Referencia adjuntos. Se notificarán estos cambios a las EC que hayan sido preseleccionadas.

Términos de Referencia

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultoría para la ejecución de un servicio de “Diseño y ejecución de una encuesta nacional, en el ámbito urbano y rural del Perú, en materia de protección al consumidor”

País: Perú

Sector: VPC

Número de proceso: B260193

Número de proyecto: ATN/OC-22009-RG

Nombre de la TC: Apoyo a los países de América Latina y el Caribe en sus procesos de relacionamiento con la OCDE

<https://convergence.iadb.org/OPERATION/RG-T4711>

1. Antecedentes y justificación

- a) Desde el 2022, el Perú se encuentra en el proceso de adhesión a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Dentro de este camino, en 2025, el Comité de Políticas del Consumidor (CPP) realizó la evaluación técnica con el objetivo de valorar la disposición y capacidad del país para implementar los instrumentos jurídicos dentro del ámbito de competencia del CCP, así como sus políticas y prácticas en comparación con las mejores políticas y prácticas de la OCDE en materia de protección al consumidor, conforme a lo establecido en la Hoja de Ruta de Acceso.
- b) Como resultado de esta evaluación, el CCP concluyó su revisión de acceso e identificó áreas en las que el Perú podría considerar acciones de seguimiento para mejorar aún más su alineamiento con los estándares y mejores prácticas de la OCDE. Entre estas, profundizar la comprensión del comportamiento del consumidor y detectar riesgos y desafíos que enfrentan los consumidores en el mercado, mediante, entre otras acciones, encuestas periódicas a consumidores que abarquen tanto zonas urbanas como rurales.
- c) En el Perú, el diagnóstico estadístico en esta materia presenta un rezago crítico: la última encuesta nacional, representativa, data del año 2019 y se limitó exclusivamente al ámbito urbano. A la fecha, el país carece de mediciones post pandemia y, no cuenta con evidencia cuantitativa sobre el ámbito rural, sector que concentra a la población de consumidores en situación de vulnerabilidad. Los hallazgos de la medición urbana de 2019 ya advertían desafíos estructurales cuyo seguimiento es necesario:
 - Brecha de conocimiento: El 86.2% de consumidores declaró conocer sus derechos como consumidor y solo el 22.8% afirmó tener un alto conocimiento (“muy bien” y “relativamente bien”). Asimismo, el 54.6% manifestó conocer la existencia del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
 - Mecanismos de reclamo: El Libro de Reclamaciones era ampliamente conocido (81.4%), pero su uso efectivo, acotado (utilizado por el 24.6%). Por otro lado, un 28.2% de los consumidores experimentó problemas de consumo en 2019; de este grupo, el 61.6% presentó un reclamo formal y 38.3% restante, no presentó reclamo alguno.
 - Percepción de mercado: El 28.6% del total de consumidores percibía que las empresas no respetaban sus derechos debido principalmente a la falta de fiscalización y regulación (42.1%) y el desconocimiento por parte de los consumidores de sus derechos (39.5%). Los sectores identificados con mayor necesidad de monitoreo fueron las bodegas, supermercados, clínicas/hospitales, entidades financieras y transporte terrestre.
- d) En consecuencia contar con información especializada, actualizada y con representatividad nacional (urbana y rural) permitirá que el Estado peruano reduzca su asimetría de información en la toma de decisiones, además de permitir monitorear el avance de las diversas

intervenciones asumidas y diseñar y/o mejorar intervenciones más efectivas, atendiendo además con ello las recomendaciones de la OCDE.

- e) Bajo este escenario, la cooperación técnica RG-T4711 financia la contratación de una firma consultora para el diseño final, ejecución y análisis de una encuesta nacional representativa en el ámbito urbano y rural en materia de consumidor. Ello permitiría la obtención de evidencia clave para la generación de políticas públicas en estricta alineación con lo recomendado por la OCDE.

2. **Objetivos**

- a) **Objetivo general.** Realización del diseño y ejecución de la encuesta representativa en materia de protección al consumidor, en el ámbito urbano y rural, para conocer el estado situacional en materia de protección del consumidor y generar los indicadores respectivos para su monitoreo en el tiempo, en el marco de las recomendaciones brindadas por el Comité de Políticas del Consumidor de la OCDE.
- b) **Objetivos específicos.** Los objetivos específicos de la presente consultoría son:
- Estructurar y formalizar el diseño muestral definitivo a partir de los parámetros técnicos provistos garantizando la representatividad estadística para los ámbitos urbano y rural.
 - Adaptar y ajustar el cuestionario sobre la base de los tópicos propuestos, asegurando la consistencia metodológica de las preguntas con los indicadores y objetivos del servicio.
 - Planificar y ejecutar el levantamiento de información en campo a nivel nacional sobre la base del diseño muestral aprobado.
 - Implementar un sistema de supervisión y control de calidad para minimizar los sesgos y garantizar la integridad de los datos.
 - Procesar la información, construir los indicadores y presentar los principales resultados.

3. **Alcances y descripción de la consultoría**

3.1. Etapas. Para desarrollar la consultoría para la ejecución de un servicio de “Diseño y ejecución de una encuesta nacional, en el ámbito urbano y rural del Perú, en materia de protección al consumidor”, se ha contemplado realizar las siguientes etapas por parte del postor:

Etapas 1: Elaboración y presentación de plan de trabajo. Desarrollo de un plan de trabajo que al menos contenga la programación a nivel detallado de las actividades relacionadas con:

- Reunión de inicio con el equipo técnico de Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o con quien delegue.
- La elaboración del diseño muestral (documento metodológico del muestreo).
- La revisión y validación preliminar de cuestionario por tópicos abordados.
- La implementación de la prueba piloto.
- La ejecución de la encuesta y procedimientos requeridos.
- Elaboración del informe final.
- Presentación de los resultados.

Etapas 2: Diseño muestral. El diseño muestral, que será presentado a través de un documento metodológico sobre la construcción, diseño y demás información técnica relevante para el estudio cuantitativo, deberá tener en cuenta lo siguiente:

- La selección de la muestra deberá de considerar un diseño muestral de tipo probabilístico, estratificado, polietápico y por conglomerados, con una asignación

proporcional a la población en cada estrato y una selección final mediante cuotas. El proceso se ejecutará de manera secuencial a lo largo de cuatro etapas operativas:

- En la primera etapa (unidades primarias de muestreo), la muestra se estratificará por ámbitos urbano y rural, seleccionando las localidades mediante un muestreo aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) según su número de habitantes.
 - En la segunda etapa (unidades secundarias), se seleccionarán zonas censales dentro de cada localidad bajo el mismo principio de proporcionalidad basado en el número de viviendas.
 - En la tercera etapa (unidades terciarias) consistirá en un muestreo sistemático con inicio aleatorio para la selección de las viviendas dentro de cada zona o manzana censal.
 - En la cuarta etapa (unidad de observación final), la selección de las personas elegibles dentro del hogar se realizará mediante un enfoque no probabilístico basado en el cumplimiento de cuotas sociodemográficas preestablecidas de sexo, edad y niveles de ingreso, garantizando así la correcta representación de los diferentes perfiles de consumidores.
 - Cabe destacar que la unidad estadística es el consumidor, definido para este servicio como la persona natural con una edad mínima de 18 años residente.
- La representatividad de la encuesta debe de ser a nivel de Perú Total, Perú Urbano, y Perú Rural y resultados por macro regiones (Lima, Norte, Centro, Sur y Oriente). Asimismo, se debe considerar que los resultados totales no deberán de tener un Error Muestral mayor a 1.4% y se deberá de considerarse un nivel de confianza de 95%. También se presentaran los resultados a nivel de regiones indicando los respectivos márgenes de error conforme la distribución respectiva de la muestra, considerando que para el caso de Lima el Error Muestral será de 2.4%.
- El contratista deberá proponer el tamaño de la muestra y su distribución (por departamento y los criterios utilizados para ello). El nivel de muestra efectiva no deberá ser menor a 5,000 individuos en total. El contratista justificará las razones por la que el diseño propuesto sería el más adecuado para los objetivos de esta encuesta indicando además los parámetros mínimos.

En esta etapa además, la firma presentará un documento con sugerencias de preguntas, observaciones y comentarios al cuestionario (que será entregado en la reunión de inicio indicada en la Etapa 1) y cuya versión preliminar se presenta en el Anexo N° 01.

Etapa 3: Revisión y validación preliminar del cuestionario. En esta etapa se contempla lo siguiente:

- Determinar y estructurar el contenido del cuestionario propuesto y de los módulos según temas. Al respecto los tópicos sobre los cuales versará el cuestionario se presentan de forma referencial en Anexo N° 01.
- Reformular e incorporar preguntas del cuestionario y articulación de módulos.
- Diseñar el formulario, evaluar la claridad de las preguntas, evaluar el flujo lógico de las preguntas y módulos, ubicar las alternativas de elección (tarjetas), precodificar las alternativas para facilitar la captura de datos, como mínimo, con la finalidad de dar una mayor claridad y fácil comprensión al entrevistador y encuestado.
- Cabe destacar que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o quien delegue podrá modificar o incorporar las preguntas que considere pertinente en coordinación con el contratista (además de las recomendaciones y sugerencias hechas por éste) de tal forma que no se afecte la calidad del proceso de levantamiento de información (debido a la cantidad de preguntas y tiempo estimados para el proceso de entrevista). Se prevé que la mayoría de las preguntas sean de tipo cerrada de tal forma que la duración de la encuesta tenga un rango de entre 35 a 40 minutos de duración.

- Elaborar modelos del material auxiliar a ser utilizado por los encuestadores, para facilitar el llenado de los cuestionarios respectivos (como mínimo tarjetas de opciones de respuestas).
- Elaborar el Plan de Capacitación del personal involucrado en el recojo de información, en el cual se deberá indicar el lugar, la hora de inicio, la duración de la capacitación en horas y la relación del equipo de trabajo que recibirá la capacitación.
- Elaborar el Plan de Capacitación del personal encargado del procesamiento de las encuestas, en el cual se deberá indicar el lugar, la hora de inicio, la duración de la capacitación en horas y la relación del equipo de trabajo que recibirá la capacitación.
- Elaborar el Plan de Supervisión y Control para la fase cuantitativa.
- Elaborar el manual del encuestador, para el correcto manejo de conceptos acorde con el cuestionario, el llenado del cuestionario, las técnicas de entrevista (para garantizar la claridad y la duración de las entrevistas), el llenado de formatos (o formularios físicos o electrónicos del propio trabajo de campo), el manejo de la cartografía y uso del material auxiliar para facilitar el desarrollo de la encuesta.

Etapas 4: Implementación de prueba piloto. En esta etapa se contempla lo siguiente:

- Revisar y validar el cuestionario preliminar y corrección de los errores de diseño de la encuesta.
- Contrastar el método de la entrevista y procedimientos de captura de datos y estimación de resultados. Lo anterior será implementado a través de cuando menos 10 entrevistas en profundidad en ambiente controlado, al que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o quien delegue podrá tener acceso. La selección de la muestra para esta fase obedecerá a criterios técnicos que permitan la validación del tiempo promedio de entrevista, comprensión del cuestionario, llenado y funcionamiento de saltos lógicos y consistencia del cuestionario respectivo.
- Detectar problemas de diseño.
- Proponer y sustentar el cuestionario final, sobre la base de los resultados del piloto, el cual será aprobado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o quien delegue.
- Presentar el informe del resultado de la prueba piloto que incluya las recomendaciones de ajuste y versión final del cuestionario que será sometida a la aprobación final por parte del BID o por quien delegue.

Etapas 5: Ejecución de la encuesta e informe final. En esta etapa se contempla lo realización de lo siguiente:

Trabajo de campo y ejecución de la encuesta

- Definir el plan de trabajo de campo y acciones que considere pertinente.
- Implementar los materiales auxiliares adecuados para el desarrollo de trabajo de campo.
- Capacitar a los encuestadores y supervisores, considerando el manejo de conceptos, el llenado del cuestionario, las técnicas de entrevista (para garantizar la claridad y la duración de las entrevistas), el llenado de formatos (o formularios del propio trabajo de campo), el manejo de la cartografía y uso del material auxiliar para facilitar el desarrollo de la encuesta. El contratista deberá contar con un registro de dichas capacitaciones.
- Ejecutar el trabajo de campo.

Procedimientos de supervisión y control

- A fin de garantizar la confiabilidad de los datos obtenidos, la firma consultora deberá aplicar el Plan de Supervisión y Control que consideró, como mínimo, la verificación de los procedimientos de selección de las viviendas, la revisión de los cuestionarios (efectuando de ser necesario, las observaciones del caso en un reporte de incidencias, para la recuperación de información) y duración de entrevistas. Por lo cual, se deberán realizar controles en campo y gabinete.

Procesamiento de la base de datos, validación y corrección estadística de la información

- Elaborar un manual de procesamiento.
- Elaborar un manual de consistencia, con las relaciones lógicas para el control de los flujos, la asignación y uso de códigos, la correcta etiqueta de las variables, y los reportes que permitan detectar posibles errores. Lo anterior solo en el caso de no utilizar herramientas automatizadas.
- Elaborar un sistema de registro de datos, que permita la consistencia automática de la data, minimizando con ello los errores de digitación en el proceso respectivo.
- Capacitar al personal encargado del procesamiento.
- Digitalizar la información obtenida en campo.
- Desarrollar el sistema de control de calidad de registro de datos.
- Exportar la base de datos digitada a formato STATA y SPSS.
- Calcular los factores de expansión para cada elemento de la muestra considerando las fórmulas de muestreo.
- Generar tabulados expandidos.

Informe final

- Informe final: El informe (en PPT) deberá contemplar cuando menos la siguiente estructura, como mínimo: i) El resumen ejecutivo; ii) Objetivos y metodología (incluye diseño muestral); iii) Análisis situacional y principales hallazgos por tópicos analizados en general y por los ámbitos de inferencia; iii) Indicadores de consumo (incluyendo constructos que plantee el proveedor contratado); iv) Conclusiones y recomendaciones; y, v) Anexos, en los que se incluirá:
 - El diseño muestral e información técnica relevante, como es el caso del formulario final, fichas técnicas, diccionario de variables y tarjetas.
 - Registro de capacitaciones a los encuestadores y al personal encargado del procesamiento de las encuestas.
 - Malla de validación de datos y archivos para su replicabilidad.
 - Base de datos anonimizada con la totalidad de campos y variables con su respectiva información derivada de los cuestionarios aplicados (en formato STATA y/o SPSS incluyendo el archivo descriptivo de la base, codificación utilizada).
 - Informe de los procesos (de levantamiento de información, de supervisión y de consistencia), como sus respectivos manuales utilizados.
 - Metodología de la construcción de indicadores de consumo.
 - Tabulaciones a nivel global, ámbito urbano y rural, macro regiones y por departamentos de la totalidad de indicadores y cruces generados, indicando la robustez de los mismos (en formato xls).

Etapas 6: Presentación de resultados

- Presentación final de los principales resultados de la presente consultoría, la cual se realizará de forma presencial en Lima en la sede que será comunicada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o quien delegue, luego de la conformidad respectiva de la etapa previa.

Etapas 7: Elaboración de informe para publicación

- Elaboración del informe de análisis final diagramado conforme al esquema de contenidos y gráfica aprobados previamente por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o quien delegue. La publicación, diagramada, contará con cuando menos 30 páginas. Además se presentará 03 infografías con los hallazgos claves de la investigación.

4. **Resultado esperado y entregables**

- La firma consultora deberá considerar los entregables y resultados esperados a presentar para cada etapa, lo cual se detalla en el siguiente cuadro:

4.1 Entregables de la consultoría.

ETAPA	ENTREGABLE	RESULTADO ESPERADO
Primera etapa	Plan de trabajo	• El plan de trabajo en su totalidad y cronograma elaborados luego de haberse recogido las sugerencias brindadas luego de la reunión de inicio.
Segunda etapa	Informe de avances 1	• Documento metodológico sobre el diseño muestral. • Documento con sugerencias, observaciones y comentarios al cuestionario preliminar propuesto.
Tercera etapa	Informe de avances 2	• Cuestionario a ser validado en el piloto de encuesta. • Modelos del material auxiliar a ser utilizado por los encuestadores, para facilitar el desarrollo de los cuestionarios. • Planes de capacitación. • Plan de supervisión y control para la fase cuantitativa. • Manual del encuestador.
Cuarta etapa	Informe de avances 3	• Resultados de la encuesta piloto e identificación de aspectos de mejora. • Cuestionario final.
Quinta etapa	Informe de avances 4	• Informe que engloba todo lo especificado en la etapa 5 del numeral 3.1 correspondiente al punto 5 (Alcance y Descripción de la Consultoría) de los términos de referencia. • Información especificada en la etapa 5.
Sexta etapa	Informe final	• Presentación final en formato Power Point así como los anexos respectivos.
Séptima etapa	Informe final diagramado	• Informe de análisis para publicación e infografías de acuerdo al esquema de contenido aprobado.

5. **Criterios de aceptación**

- a) La firma consultora enviará electrónicamente los informes de documentos para cada etapa de la consultoría (con toda la documentación del resultado esperado) al líder del equipo del proyecto del BID para su revisión. El líder del equipo del BID enviará sus comentarios a los entregables y los de los demás participantes del proyecto para que la firma consultora analice y aborde en las versiones finales de cada informe de documento. Los entregables deben contener la información de soporte correspondiente a modo de anexos; en el caso de las bases de datos, deben incorporarse como parte de los entregables.
- b) Todos los datos y/o tablas y/o gráficas deben referenciar su fuente de forma trazable.

- c) El consultor acompañará la entrega de cada informe con una presentación al equipo del BID, y otros interesados que el Banco designe, la cual podrá ser realizada mediante videoconferencia. Las reuniones de trabajo o procesos similares deben evidenciarse con las actas correspondientes, (firma digital o captura de asistentes en videoconferencia), gestionadas por el consultor.

6. Calificaciones

a) Requisitos generales:

La firma consultora postora debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente a S/ 700 000, por la contratación de servicios de consultoría iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los diez (10) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda.

La firma consultora deberá ser de uno de los 48 países miembros del BID. La firma consultora postora preferentemente debe de estar registrado en la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM).

b) Composición del equipo:

El equipo debe estar compuesto por los siguientes profesionales:

Personal clave			
Cargo	Profesión	Experiencia	Actividades a desarrollar
Jefe de proyecto	Profesional titulado en Estadística o Economía o Psicología o Administración con grado de maestría en Ciencias Sociales o Gestión o Humanidades (Economía, Estadística, Matemática, Psicología o Administración de Empresas).	Como mínimo quince (15) años de experiencia (obtenida a partir del grado de bachiller) desarrollando estudios cuantitativos, que hayan tenido como instrumento de investigación a encuestas residenciales y/o a individuos, cuya cobertura geográfica e inferencia haya sido a nivel de ciudades o departamentos y estudios cualitativos que hayan tenido como instrumento de investigación a entrevistas en profundidad y/o <i>focus group</i> .	Responsable de la planificación, ejecución, análisis y presentación de los resultados del estudio cuantitativo.
Especialista en muestreo	Profesional titulado en Estadística o Economía o Psicología o Administración.	Como mínimo ocho (08) años de experiencia (obtenida a partir del grado de bachiller) desarrollando muestreos para estudios cuantitativos, que hayan tenido como instrumento de investigación a encuestas residenciales y/o a individuos, cuya cobertura geográfica e inferencia haya sido a nivel de ciudades o departamentos y como mínimo cinco (05) años de experiencia el procesamiento de encuestas a través de softwares estadísticos.	Responsable de la construcción del diseño muestral y la obtención de la muestra de la población determinada, así como, el procesamiento y análisis de consistencia de los datos recopilados a través de la encuesta.
Supervisor de trabajo de campo cuantitativo	Bachiller en Estadística o Economía o Administración.	Como mínimo cinco (05) años de experiencia (obtenida a partir del grado de bachiller) como supervisor de trabajo de campo	Responsable de la supervisión de la ejecución del trabajo de campo y los datos obtenidos en el campo

Personal clave			
Cargo	Profesión	Experiencia	Actividades a desarrollar
		de encuestas residenciales y/o a individuos, cuya cobertura geográfica e inferencia haya sido a nivel de ciudades o departamentos.	de acuerdo con la muestra asignada y el cuestionario.
Especialista de estudios cuantitativos	Bachiller en Estadística o Economía o Administración.	Como mínimo cinco (05) años de experiencia (obtenida a partir del grado de bachiller) en estudios cuantitativos en el diseño, elaboración y manejo de encuestas residenciales y/o a individuos, cuya cobertura geográfica e inferencia haya sido a nivel de ciudades o departamentos.	Responsable del diseño, elaboración, evaluación y análisis de los datos obtenidos en el campo.
Otro personal			
Personal de campo	Como mínimo, secundaria completa.	Como mínimo tres (03) años como encuestador en encuestas residenciales y/o a individuos.	• Responsables del recojo de información a través de la encuesta, de acuerdo con la capacitación recibida y en las zonas determinadas por el muestreo. • El postor deberá presentar en su propuesta técnica una declaración jurada señalando el número de personas a contratar para el referido puesto.

7. Características de la consultoría

- Categoría y modalidad de contrato: productos y servicios externos contractuales, nacionales, firmas, suma global
- Lugar de trabajo: Perú.
- Duración del contrato: 100 días calendario.
- Responsable: Juan Pablo Ventura, Especialista, División de Competitividad, Tecnología e Innovación (IFD / CTI), jpventura@iadb.org

8. Calendario de entregables e hitos

La consultoría tendrá una duración total de ocho (8) meses. La firma consultora deberá tomar plazos máximos de ejecución para cada etapa, lo cual se detalla en el siguiente cuadro:

ENTREGABLES	Fecha Límite: Plazo Máximo
Primera etapa	A los cinco (5) días calendario contabilizada a partir del día siguiente de la suscripción del contrato.
Segunda etapa	A los cinco (5) días calendario contabilizados a partir del día siguiente de emitida la conformidad por el entregable referido a la primera etapa.
Tercera etapa	A los cinco (5) días calendario contabilizados a partir del día siguiente de emitida la conformidad de la segunda etapa.

Cuarta etapa	A los quince (15) días calendario contabilizados a partir del día siguiente de emitida la conformidad por los entregables indicados en la tercera.
Quinta etapa	A los cincuenta (55) días calendario contabilizados a partir del día siguiente de emitida la conformidad de la cuarta etapa.
Sexta etapa	A los cinco (5) días calendario contabilizados a partir del día siguiente de emitida la conformidad por el entregable indicado en la quinta etapa.
Séptima etapa	A los 10 días calendario contabilizados a partir del día siguiente de emitida la conformidad por el entregable indicado en la sexta.

9. Supervisión e informes

La persona responsable en el BID para la gestión con la firma consultora será Juan Pablo Ventura, Especialista de la División de Competitividad, Tecnología e Innovación (CTI) del BID (jefe de equipo BID). Será responsabilidad de la firma consultora asegurarse de garantizar que se realicen todas las reuniones requeridas para la consultoría y que los informes se envíen al Banco.

La firma consultora será responsable de coordinar oportunamente con el Jefe de Equipo del BID la realización de las reuniones de seguimiento requeridas para la adecuada ejecución de la consultoría, así como de remitir al Banco los informes y productos conforme al cronograma establecido. Asimismo, la firma consultora deberá asegurar la adecuada documentación de las reuniones y procesos de seguimiento, de conformidad con los criterios de aceptación definidos.

10. Pago y condiciones

- a) Los términos de pago se basarán en hitos o entregables del proyecto. El Banco desea recibir la propuesta de costo más competitiva para los servicios aquí descritos. El tipo de cambio oficial del BID indicado en la RFP se aplicará para las conversiones de pagos necesarias en moneda local. Los pagos se realizan a la espera de la aprobación de los entregables correspondientes, de acuerdo con el cronograma detallado:

Calendario de pago	
Entregable	%
Plan de trabajo	0%
Informe de avances 1	10%
Informe de avances 2	10%
Informe de avances 3	20%
Informe de avances 4	40%
Informe final, presentación y publicación	20%
Total	100%

ANEXO N° 01

CUESTIONARIO PRELIMINAR

Sección I: Hábitos en la adquisición de productos y/servicios

1. (PARA TODOS) ¿Con qué frecuencia cree que las empresas en el Perú respetan los derechos de los consumidores? Diría que las empresas respetan los derechos... (UNA RPTA) (E: TARJETA P1) (LEER OPCIONES)

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	NP
5	4	3	2	1	99

2. (PARA TODOS) Por favor piense en todos los productos que consume (alimentos, bebidas, medicinas, productos de aseo personal y limpieza, etc.). Generalmente, ¿con qué frecuencia lee las etiquetas o empaques cuando compra estos productos? Diría que las lee... (UNA RPTA) (E: TARJETA P2) (LEER OPCIONES)

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	NP
5	4	3	2	1	99

3. (PARA TODOS) ¿Qué tan fácil o difícil es entender lo que dicen las etiquetas o empaques de los productos que compra? Diría que es... (UNA RPTA) (E: TARJETA P3) (LEER OPCIONES)

Muy fácil	Fácil	Ni fácil ni difícil	Difícil	Muy difícil	NP
5	4	3	2	1	99

4. (PARA TODOS) ¿Qué tanto diría que confía en la información que viene en las etiquetas o empaques de los productos que compra? ¿Diría que...? (UNA RPTA) (E: TARJETA P4) (LEER OPCIONES)

Confío totalmente	Confío	Ni confío ni desconfío	Desconfío	Desconfío totalmente	NP
5	4	3	2	1	99

E: APLICAR PREGUNTAS 5 Y 6 EN HORIZONTAL. ES DECIR, SE PREGUNTA FRECUENCIA Y DIFICULTAD SEGUIDO PARA CADA PRODUCTO

5. (PARA TODOS) Generalmente cuando compra un producto, ¿con qué frecuencia lee la etiqueta o empaque de ... o no usa ese producto? Diría que lee... (UNA RESPUESTA HORIZONTAL) (E: TARJETA P5, LEER PRODUCTOS)
6. (SOLO COD 2 AL 5 EN P5) Y ¿Qué tan fácil o difícil es entender lo que dicen las etiquetas o empaques de...? Diría que es... (E: TARJETA P6, LEER PRODUCTOS)

N°	PRODUCTOS	P5							P6					
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	No uso ese producto	NP	Muy fácil	Fácil	Ni fácil ni difícil	Difícil	Muy difícil	NP
1	Alimentos y bebidas (BACKCHECK)	5	4	3	2	1	97	99	5	4	3	2	1	99
2	Medicinas	5	4	3	2	1	97	99	5	4	3	2	1	99
3	Productos de belleza, aseo personal o artículos de limpieza del hogar	5	4	3	2	1	97	99	5	4	3	2	1	99
4	Juguetes	5	4	3	2	1	97	99	5	4	3	2	1	99
5	Útiles escolares	5	4	3	2	1	97	99	5	4	3	2	1	99

7. (PARA TODOS) Ahora por favor piense en todos los servicios que utiliza (financieros, de transportes, de telecomunicaciones, de salud, inmobiliarios, servicios educativos, servicios de agua, luz, etc.). En general, ¿con qué frecuencia lee los contratos, boletas o recibos de los servicios que utiliza? Diría que los lee... (UNA RPTA) (TARJETA P7)

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	NP
5	4	3	2	1	99

8. (PARA TODOS) ¿Qué tan fácil o difícil es entender lo que dicen los contratos, boletas o recibos de los servicios que utiliza? Diría que es... (UNA RPTA) (E: TARJETA P8)

Muy fácil	Fácil	Ni fácil ni difícil	Difícil	Muy difícil	NP
5	4	3	2	1	99

9. (PARA TODOS) ¿Qué tanto diría que confía en la información de los contratos, recibos o boletas de los servicios que adquiere? ¿Diría que...? (UNA RPTA) (E: TARJETA P9) (LEER OPCIONES)

Confío totalmente	Confío	Ni confío ni desconfío	Desconfío	Desconfío totalmente	NP
5	4	3	2	1	99

10. (PARA TODOS) De la siguiente lista de servicios, por favor dígame ¿para qué servicios que utiliza suele leer los contratos, boletas o recibos? ¿Algún otro? (MÚLTIPLE) (E: TARJETA P10, LEER SERVICIOS) (BACKCHECK)

Préstamos, tarjetas de crédito, tarjetas de débito, etc.	1	Alquiler de casa, departamento, cochera, etc.	6
Servicios de transporte terrestre (buses interprovinciales) o fluvial	2	Fondos privados de pensiones (AFP)	7

HRD Términos de Referencia, Nuevo Formato 2018
Para consultorías modo PEC

Servicios de transporte aéreo (aviones)	3	Servicios educativos (Nidos, colegios, universidades)	8
Servicios de telefonía móvil, de telefonía fija, de cable o internet	4	Servicios básicos (agua, luz, gas natural)	9
Seguros de salud, vida o vehículo	5	Venta de casa, departamento, cochera, etc.	10
		Ninguno	98

11. (SOLO PARA COD MARCADOS EN P10) ¿Qué tan fácil o difícil es entender lo que dicen (LEER SERVICIOS)? Diría que es... (E: TARJETA P11, LEER SERVICIOS)

N°	SERVICIOS	P11					
		Muy fácil	Fácil	Ni fácil ni difícil	Difícil	Muy difícil	NP
1	Los contratos de préstamos, tarjetas de crédito, tarjetas de débito	5	4	3	2	1	99
2	Los boletos de servicios de transporte terrestre (buses interprovinciales) o fluvial	5	4	3	2	1	99
3	Los boletos de servicios de transporte aéreo (aviones)	5	4	3	2	1	99
4	Los contratos de servicios de celular, teléfono fijo, cable o internet	5	4	3	2	1	99
5	Los contratos de seguros de salud, vida o vehicular	5	4	3	2	1	99
6	Los contratos de alquiler de casa, departamento, cochera.	5	4	3	2	1	99
7	Los contratos de los fondos privados de pensiones (AFP)	5	4	3	2	1	99
8	Las boletas de los servicios educativos (Nidos, colegios, institutos, universidades)	5	4	3	2	1	99
9	El recibo de los servicios básicos (agua, luz, gas natural)	5	4	3	2	1	99
10	Los contratos de compra de casa, departamento, cochera.	5	4	3	2	1	99

12. (PARA TODOS) Generalmente, cuando compra un producto o adquiere un servicio, ¿con qué frecuencia (LEER OPCIONES)? Diría que lo hace... (E: TARJETA P12)

N°	OPCIONES	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	NP
1	Exige el comprobante de pago	5	4	3	2	1	99
2	Revisa la fecha de vencimiento del producto	5	4	3	2	1	99
3	Conserva sus comprobantes de pago	5	4	3	2	1	99
4	Prefiere comprar productos de fabricantes que no contaminan el ambiente	5	4	3	2	1	99
5	Compara precios entre productos	5	4	3	2	1	99
6	Compara lo que le cobran con su comprobante de pago	5	4	3	2	1	99
7	Revisa los ingredientes y/o componentes del producto	5	4	3	2	1	99
8	Exige el cumplimiento de las ofertas que hayan sido anunciadas	5	4	3	2	1	99
9	Revisa las condiciones de conservación de un producto	5	4	3	2	1	99
10	Suele ir a establecimientos en los que se tiene en cuenta la higiene y la atención al cliente	5	4	3	2	1	99
11	Guarda la garantía de los productos	5	4	3	2	1	99

13. (PARA TODOS) ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes acciones? (MOSTRAR TARJETA P13)

N°	OPCIONES	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	NP
1	Llevar una alimentación balanceada	5	4	3	2	1	99
2	Hacer ejercicio	5	4	3	2	1	99
3	Fumar	5	4	3	2	1	99
4	Ingerir bebidas alcohólicas	5	4	3	2	1	99
5	Medicarse sin receta	5	4	3	2	1	99
6	Ahorrar energía/ electricidad	5	4	3	2	1	99
7	Cuidar el agua/ no gastar agua por gusto	5	4	3	2	1	99
8	Separar la basura en vidrio, plástico, papel y productos orgánicos	5	4	3	2	1	99
9	Caminar o manejar bicicleta en vez de usar auto, taxi o bus	5	4	3	2	1	99
10	Usar productos que no dañen el ambiente	5	4	3	2	1	99
11	Reusar productos	5	4	3	2	1	99

14. (PARA TODOS) En los últimos 12 meses, ¿ha comprado un producto o servicio por Internet (páginas web, aplicativos móviles, Facebook)?

Sí	1	No	2
----	---	----	---

15. (PARA TODOS) En general ¿Por qué no compra más por internet? ¿Algún otro? (MOSTRAR TARJETA P15) (RESPUESTA MÚLTIPLE)

Porque prefiero comprar de forma presencial	1	Porque no tengo los medios de pago que solicitan para hacer las compras	7
Porque no encuentro información relevante para decidirme a comprar	2	Porque no confío en los canales de solución de reclamos o reparación de productos o garantías	8
Porque demoran o hay problemas con el envío de los productos	3	No confío en el producto que me ofrecen	9
Porque me da inseguridad el mecanismo de pago (uso de tarjetas)	4	No uso Internet	10
Porque me preocupa la privacidad de mis datos personales	5	Otra	94
Porque no sé cómo comprar por internet	6	No he necesitado hacer compras por internet	98
		No precisa	99

Sección II: Habilidades en la experiencia de consumo

16. (PARA TODOS) Por favor mire la siguiente figura, ¿Sabe... (E: ¿TARJETA P16) o no sabe?

¿Cuántos gramos de grasa total hay en 100 gramos de este producto?	Respuesta correcta (36gr)	1	Otro	94
--	---------------------------	---	------	----

17. (PARA TODOS) Por favor mire la siguiente figura, podría decirme... (E: TARJETA P17) ¿o no sabe?

¿Hasta qué fecha se indica consumir el producto?	Respuesta correcta (hasta el 18/02/2016)	1	Otro	94
--	--	---	------	----

18. (PARA TODOS) (MOSTRAR DOS ALIMENTOS CON OCTÓGONOS) Por favor mire la siguiente figura, podría decirme... (E: TARJETA P18) ¿o no sabe? (BACKCHECK)

¿Qué alimento es menos recomendable?	Respuesta correcta (EL QUE TENGA OCTÓGONO GRASAS TRANS)	1	Otro	94
--------------------------------------	---	---	------	----

19. (PARA TODOS) La misma cocina está a la venta en el supermercado A y en el supermercado B, ¿Cuál de ellas es más barata? (E: TARJETA P19) ¿o no sabe?

Supermercado A	Otro
1	94

20. (PARA TODOS) Usted paga 10% de interés anual por un préstamo de 100 soles. ¿Cuánto es el monto del interés en el primer año? o no sabe?

S/. 10	Otro
1	94

21. (PARA TODOS) Ahora piense en tarjetas de crédito, ¿Cuál de las siguientes tasa de interés es más conveniente para usted? (E: TARJETA P21) ¿o no sabe?

5%	3%	1%	NP
1	2	3	99

22. (PARA TODOS) ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente frase: «Si el precio es bajo y la calidad es buena, no tengo problemas en comprarle a vendedores informales» ¿Diría que está...? (E: TARJETA P22) (LEER OPCIONES) (REPETIR LA FRASE DE SER NECESARIO)

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	NP
5	4	3	2	1	99

Sección III: Conocimiento de los derechos y marco legal

23. (PARA TODOS) La Ley de Protección al Consumidor (Código de protección y defensa del consumidor) establece los derechos de los consumidores y las obligaciones de los proveedores en una relación de consumo. Usando esta tarjeta por favor indique si: (MOSTRAR TARJETA P23) (UNA RESPUESTA)

Nunca había escuchado sobre esta Ley antes	Había escuchado sobre la Ley, pero no sabe de qué trata	Sabe de qué trata la Ley	Conoce mucho sobre esta ley	NP
1	2	3	4	99

24. (PARA TODOS) (MOSTRAR TARJETA P24) ¿Qué tanto diría que conoce sus derechos como consumidor? (UNA RESPUESTA)

Los conozco muy bien	Los conozco relativamente bien	Los conozco poco	Los conozco muy poco	No los conozco	NP
5	4	3	2	1	99

25. (PARA TODOS) En los últimos doce meses, ¿se ha enfrentado a alguna situación en la que haya sentido que no se han respetado sus derechos como consumidor?

Sí	1	No	2	No precisa	99	
----	---	----	---	------------	----	--

26. (PARA TODOS) ¿Qué tanto diría usted que hace respetar sus derechos como consumidor? Diría que... (E: TARJETA P26) (UNA RESPUESTA)

Siempre hago respetar mis derechos como consumidor	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca logro que se respeten mis derechos como consumidor	NP
5	4	3	2	1	99

27. (PARA TODOS) Por lo que sabe o ha escuchado, según la ley peruana, ¿está permitido o es correcto que...? (LEER) (REPETIR CADA 3 FRASES LA PREGUNTA) (BACKCHECK) (MOSTAR LA PREGUNTA CADA 3 ENUNCIADOS)

OPCIONES	Sí	No	No lo sé
Un fabricante venda un producto por televisión a S/19 y no avise que va a cobrar S/5 más por enviarlo a domicilio	1	2	99
Un fabricante venda un juguete sabiendo que es tóxico	1	2	99
Sea obligatorio contratar un abogado para poner una denuncia en el Indecopi	1	2	99
Una discoteca niegue el ingreso de una persona por su apariencia física	1	2	99
Una empresa les avise a sus vecinos que usted debe pagar una deuda	1	2	99
Una tienda niegue cambios o devoluciones en sus productos nuevos	1	2	99
Una empresa se niegue a pagar una reparación por daños y perjuicios si un comprador sale herido al utilizar un producto de forma regular	1	2	99
Si va con sus amigos a un concierto y este se cancela, solo puede reclamar de manera grupal	1	2	99
Un colegio particular le exija comprar un texto escolar (libro) de una marca específica	1	2	99
Usted pueda formar una asociación de consumidores para defender sus derechos en el sector transporte	1	2	99
Un banco le cobre penalidades porque canceló un préstamo de forma anticipada	1	2	99

28. (PARA TODOS) ¿Usted considera que en nuestro país los derechos de los consumidores están mucho mejor, mejor, igual, peor o mucho peor protegidos que... (LEER OPCIONES) (E: TARJETA P28)?

	Mucho mejor	Mejor	Igual	Peor	Mucho peor	No precisa
Hace un año	5	4	3	2	1	99
Hace cinco años	5	4	3	2	1	99

29. (PARA TODOS) En los últimos 12 meses, ¿ha buscado información respecto a sus derechos como consumidor?

Sí	1	No	2	No precisa	99
----	---	----	---	------------	----

Sección IV: Mecanismos de solución de conflictos

30. (PARA TODOS) Sobre el Libro de Reclamaciones, ¿podría indicarme si...(CON TARJETA P30)? (BACKCHECK)

Nunca había escuchado sobre el Libro de Reclamaciones	Había escuchado/conoce sobre el Libro de Reclamaciones pero nunca lo ha utilizado	Había escuchado/Conoce del Libro de Reclamaciones y lo he utilizado	NP
1	2	3	99

31. (SOLO COD 3 EN P30) Podría decirme, ¿qué tan fácil de llenar le parece el Libro de Reclamaciones? (CON TARJETA P31)

Muy fácil	Fácil	Ni fácil ni difícil	Difícil	Muy difícil	NP
5	4	3	2	1	99

32. (SOLO COD 2 Y 3 EN P30), Podría decirme, ¿qué tan útil le parece el Libro de Reclamaciones para solucionar su reclamo? (CON TARJETA P32)

Muy útil	Útil	Algo útil	Poco útil	Nada útil	NP
5	4	3	2	1	99

33. (SOLO COD 2 Y 3 EN P30) Por favor dígame, según lo que sabe o ha escuchado sobre el Libro de Reclamaciones, ¿Las leyes en el Perú exigen a las empresas que... (LEER OPCIONES) ... o no sabe?

N°	OPCIONES	Sí	No	No lo sé
1	Den respuesta al reclamo puesto en el Libro de Reclamaciones en máximo 30 días	1	2	99
2	Entreguen el Libro de Reclamaciones inmediatamente si lo solicitan	1	2	99
3	Entreguen al cliente una copia (física o virtual) de la hoja de reclamación	1	2	99
4	Todos los locales tengan un letrero visible del Libro de Reclamaciones	1	2	99

34. (COD 2 Y 99 EN P30) ¿Por qué no lo ha utilizado? (CON TARJETA P34) (MÚLTIPLE)

Me lo negaron	1	No sé cómo utilizarlo	5	Otros	94
---------------	---	-----------------------	---	-------	----

HRD Términos de Referencia, Nuevo Formato 2018
Para consultorías modo PEC

Reclamé de otra forma	2	No ha sido necesario/ no he tenido problemas	6	NP	99
No me parece útil	3	Por falta de tiempo	7		
Es muy extenso para llenar	4	El proveedor no tenía el Libro de Reclamaciones	8		

35. (PARA TODOS) Si tuviera problemas con los servicios o productos de... (LEER OPCIONES). ¿A qué instituciones del Estado iría si la empresa no lo ayudó? (E: TARJETA P35) (MÚLTIPLE HORIZONTAL)

OPCIONES	1. Indecopi	2. Osiptel	3. Osinergmin	4. Sunass	5. Ositran	6. SBS	7. Sune du	8. Minedu - UGEL	9. Susalud	10. Municipalidad	Otros	Ninguna entidad fiscaliza esto	No sé
El equipo celular o el teléfono fijo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Bancos y servicios financieros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Infraestructura dentro de aeropuertos, trenes, puertos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Empresas de transporte terrestre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Empresas de transporte aéreo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Nidos y colegios privados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Nidos y colegios públicos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Universidades públicas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Universidades privadas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Servicios médicos (consultas, operaciones, etc.)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Fondo privado de pensiones (AFP)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Servicio automotriz (mantenimiento)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Gas natural	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Servicios de agua y desagüe	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Servicios de suministro de energía (luz)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99
Servicio de telefonía fija/móvil/cable/internet	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	94	96	99

36. (PARA TODOS) Si fuese a realizar un reclamo, ¿qué haría para reclamar y en qué orden lo haría? ¿Alguna otra? (MÚLTIPLE) (E: TARJETA P36)

1	Acudiría a los medios de comunicación	
2	Acudiría a una asociación de consumidores	
3	Acudiría directamente a la empresa (vía presencial, virtual, telefónica) ya sea de forma verbal, carta notarial, formato o Libro de Reclamaciones	
4	Recurriría a la entidad competente del Estado (Indecopi, Osiptel, Osinergmin, Sunass, SBS, Ositran, etc.)	
5	Iría al Poder Judicial para poner una demanda	
6	Me organizaría para reclamar públicamente	
7	Presentaría una denuncia policial	
8	Reclamaría a través de mis redes sociales (E: no incluye los mensajes en las redes sociales de la empresa)	
94	Otra (Especificar)	
98	No reclamaría/No haría nada más	
99	No sabría que hacer/ me informaría sobre como reclamar	

37. (PARA TODOS) ¿Cuál de las siguientes opciones describen las circunstancias por las que reclamaría? ¿Alguna otra? (MÚLTIPLE) (E: TARJETA 37)

Si el valor del producto o servicio reclamado es significativo	1	Si no pone en riesgo mi relación con el proveedor	7
Si pensara que otros también podrían verse afectados por el mismo problema	2	Si ponen en riesgo mi salud o mi integridad	8
Si sé que la empresa puede resolver mi problema	3	Otro. Especificar	94
Si tengo confianza de que tengo la razón	4	No reclamaría nunca	9
Si el lugar donde tengo que reclamar no está muy lejos	5	Reclamaría en cualquier circunstancia	98
Si es gratis	6	No lo sé	99

38. (PARA TODOS) Según la siguiente lista, ¿cuáles cree que son las tres mejores estrategias para generar un cambio en las empresas que no respetan los derechos de los consumidores? ¿Alguna otra? (MÚLTIPLE- MÁXIMO 3 RESPUESTAS) (E: TARJETA P38)

Acudir a los medios de comunicación a denunciar	1
---	---

HRD Términos de Referencia, Nuevo Formato 2018
Para consultorías modo PEC

Realizar denuncias anónimas en las entidades del Estado	2
Contar mi experiencia a mi círculo de amigos y familiares para que no compren los productos o servicios de esas empresas	3
Presentar reclamos y quejas siempre	4
Denunciar en mis redes sociales	5
Dejar de comprar los productos o servicios que venden esas empresas/cambiar de proveedor si pudiera	6
Que exista una supervisión constante a las empresas en el cumplimiento de sus obligaciones	7
Reforzar el conocimiento de las empresas sobre sus obligaciones (capacitaciones)	8
Otra (Especificar)	94
No sabría que hacer/ me informaría	99

39. (PARA TODOS) ¿Cuáles serían las razones por las que no presentaría un reclamo? ¿Algún otro? (E: TARJETA P39) (MÚLTIPLE)

Por falta de tiempo	1	No se llegará a nada haciéndolo/ es una pérdida de tiempo	6
Por vergüenza	2	Si el valor del bien o servicio es tan bajo que no vale la pena reclamar	7
Porque me genera un gasto adicional	3	Siempre presentaría un reclamo	98
Si el vendedor es informal o es un vendedor ambulante	4	Otro (Especificar)	94
Prefiero evitar problemas	5	No precisa	99

40. (PARA TODOS) Dígame, ¿qué tan probable es que una empresa (LEER OPCIONES) le dé solución a un problema de consumo? Diría que es... (E: TARJETA P40)

	Muy probable	Probable	Medianamente probable	Algo probable	Nada probable	NP
Informal	5	4	3	2	1	99
Formal	5	4	3	2	1	99
Pequeña	5	4	3	2	1	99
Grande	5	4	3	2	1	99

41. (PARA TODOS) ¿Por qué cree que las empresas que brindan servicios/ productos no respetan los derechos de los consumidores? ¿Algún otro? (RESPUESTA MÚLTIPLE) (E: TARJETA P41)

Por política/cultura de la empresa	1	Por ganar dinero	7
Por errores involuntarios de la empresa	2	Porque no conocen bien sus obligaciones con el consumidor	8
Por falta de fiscalización y regulación de parte del Estado	3	Son hechos aislados y no es común	96
Porque los consumidores no conocen sus derechos	4	Otros (Especificar)	94
Porque son las únicas que ofrecen el servicio/producto y se aprovechan	5	No Precisa	99
Por descuido de los propios consumidores	6		

42. (PARA TODOS) Dígame, ¿qué tan probable es que una empresa que no respeta los derechos de los consumidores sea... (LEER OPCIONES) por el Gobierno? Diría que es... (LEER OPCIONES) (E: TARJETA P42)

OPCIONES	Muy probable	Probable	Medianamente Probable	Algo probable	Nada probable	NP
Identificada/ ubicada	5	4	3	2	1	99
Sancionada	5	4	3	2	1	99

43. (PARA TODOS) Según su opinión, ¿en qué tipo de empresas es más común que no se respeten los derechos de los consumidores y deben ser supervisadas? (SI MENCIONA LAS PRIMERAS, INDICAR QUE DE LA LISTA PUEDE ELEGIR MÁXIMO 3) (MÚLTIPLE- MÁXIMO 3 RESPUESTAS) (MOSTRAR TARJETA P43) (BACKCHECK)

Agencias de Viaje	1	Empresas de servicios de agua y desagüe	12
Bodegas	2	Empresas de servicios de electricidad	13
Bancos	3	Supermercados	14
Cooperativas de ahorro, cajas municipales y rurales, financieras	4	Tiendas por departamento	15
Empresas de transporte terrestre	5	Empresas de seguros (seguro de vida, vehicular, salud)	16
Empresas de transporte aéreo	6	Colegios	17
Farmacias	7	Institutos y universidades	18
Hoteles	8	Cines, teatros, empresas que organizan eventos, discotecas	19
Empresas de telecomunicaciones	9	Clínicas y hospitales	20
Mercados (mercadillos y paraditas)	10	Inmobiliarias y empresas de construcción	21
Restaurantes y bares	11	Otro (Especificar)	94
		No precisa	99

44. (PARA TODOS) En general, ¿Cuál cree que es la actitud más frecuente de las empresas que brindan servicios/productos cuando un consumidor reclama? (E: TARJETA P44) (UNA RESPUESTA)

Resuelven el problema de mala gana o hasta grosera	1	Se niegan a resolver el problema	4
Resuelven el problema con amabilidad y rapidez	2	Le echan la culpa al consumidor	5
Ponen trámites/plazos largos para que finalmente desista el consumidor	3	Otro (Especificar)	94
		No precisa	99

45. (PARA TODOS) De tener una mala experiencia con una empresa que brinda servicios o productos usted ... (LEER OPCIONES) (E: TARJETA P45)

Hablaría mal de ellos con sus amigos y/o familiares aun si nadie pidiera su opinión	Hablaría mal de ellos con sus amigos y/o familiares si pidieran su opinión	No hablaría mal de ellos	No precisa
1	2	3	99

46. (PARA TODOS) De tener una buena experiencia con una empresa que brinda servicios o productos usted ... (LEER OPCIONES) (E: TARJETA P46)

Hablaría bien de ellos con sus amigos y/o familiares aun si nadie pidiera su opinión	Hablaría bien de ellos con sus amigos y/o familiares si pidieran su opinión	No hablaría bien de ellos	No precisa
1	2	3	99

Sección V: Experiencia de consumo y detrimento

47. (BACKCHECK) (PARA TODOS) ¿En los últimos 12 meses ha tenido algún problema con algún producto o servicio que lo haya hecho pensar en presentar un reclamo o denuncia?

Sí	1	CONTINUAR CON 48	No	2	PASAR A P60	No precisa	99	PASAR A P60
----	---	-------------------------	----	---	--------------------	------------	----	--------------------

48. (SOLO COD 1 EN P47) Pensando en el último año, ¿Cuántos problemas ha tenido con algún producto o servicio que lo hayan hecho pensar en presentar un reclamo o denuncia? Por favor, tómese un momento para pensarlo, recuerde que es en el último año ____ (ANOTAR – SI NO RECUERDA COD 999)

49. (SOLO COD 1 EN P47) ¿Cuál fue la razón o razones que lo llevaron a pensar en presentar un reclamo o denuncia? (E: TARJETA P49) (MÚLTIPLE)

El producto era defectuoso	1	Incumplimiento de fecha de entrega	8
Por problemas con la garantía ofrecida	2	Discriminación	9
Existieron condiciones engañosas en el contrato	3	Cargos adicionales	10
Información omitida o poco clara	4	Mala atención	11
Publicidad engañosa	5	Mala calidad	12
No me dieron el servicio/producto ofrecido	6	Otros (especificar)	94
Problemas con el cambio del producto o reembolso	7	No precisa	99

50. (SOLO COD 1 EN P47) ¿Sobre qué tipo de producto o servicio fue(ron) su(s) problema(s)? ¿Algún otro? (E: TARJETA P50) (RESPUESTA MÚLTIPLE)

Alimentos y bebidas	1	Restaurantes y bares	13
Artículos de belleza, de higiene personal o de limpieza del hogar	2	Seguros de salud, vehicular o de vida	14
Autos/ servicio automotriz	3	Servicios de transporte terrestre	15
Inmobiliario	4	Servicios de Telecomunicaciones (Celular, Fijo, Cable, Internet)	16
Electrodomésticos y equipos de cómputo	5	Servicios educativos	17
Equipos celulares o teléfonos fijos	6	Servicios de salud	18
Servicios de transporte aéreo	7	Tarjetas de crédito, tarjetas de débito, cuentas de ahorro, préstamos	19
Juguetes	8	Vestido y calzado	20
Medicinas	9	Servicios básicos como agua, desagüe y luz	21
Hospedaje	10	Servicios artísticos, de esparcimiento (cines, teatro, conciertos), discotecas	22
Papelería y útiles escolares	11	Otro (Especificar)	94
Paquetes turísticos	12	No precisa	99

51. (SOLO COD 1 EN P47) Nuevamente, pensando en esa(s) mala(s) experiencia(s) que tuvo en los últimos 12 meses, ¿presentó el(los) reclamos/denuncias?

Sí	1	CONTINUAR CON 51	No	2	PASAR A P59	No precisa	99	PASAR A P60
----	---	-------------------------	----	---	--------------------	------------	----	--------------------

52. (SOLO COD 1 EN P51) Aproximadamente, ¿cuántos reclamos o denuncias presentó en el último año?

Solo 01 reclamo	1	Anotar si es más de 01 reclamo : _____	2	No recuerdo	999
-----------------	---	--	---	-------------	-----

53. (SOLO COD 1 EN P51) ¿Sobre qué tipo(s) de producto(s) o servicio(s) fue(ron) su(s) reclamo(s)/ denuncia(s)? (E: TARJETA P53) (MÚLTIPLE)

Alimentos y bebidas	1	Restaurantes y bares	13
---------------------	---	----------------------	----

Artículos de belleza, de higiene personal o de limpieza del hogar	2	Seguros de salud, vehicular o de vida	14
Autos/ servicio automotriz	3	Servicios de transporte terrestre	15
Inmobiliario	4	Servicios de Telecomunicaciones (Celular, Fijo, Cable, Internet)	16
Electrodomésticos y equipos de cómputo	5	Servicios educativos	17
Equipos celulares o teléfonos fijos	6	Servicios de salud	18
Servicios de transporte aéreo	7	Tarjetas de crédito, tarjetas de débito, cuentas de ahorro, préstamos	19
Juguetes	8	Vestido y calzado	20
Medicinas	9	Servicios básicos como agua, desagüe y luz	21
Hospedaje	10	Servicios artísticos, de esparcimiento (cines, teatro, conciertos), discotecas	22
Papelería y útiles escolares	11	Otro (Especificar)	94
Paquetes turísticos	12	No precisa	99

Ahora, piense por favor en el último reclamo/denuncia que presentó...

54. (SOLO COD 2 Y 99 EN P52) (SOLO COD MARCADOS EN P53, SI SOLO MARCÓ COD 99 EN P53, PASAR A P55) ¿De qué tipo de producto o servicio de los que nombró en la pregunta anterior se trata? (UNA RPTA)

Alimentos y bebidas	1	Restaurantes y bares	13
Artículos de belleza, de higiene personal o de limpieza del hogar	2	Seguros de salud, vehicular o de vida	14
Autos/ servicio automotriz	3	Servicios de transporte terrestre	15
Inmobiliario	4	Servicios de Telecomunicaciones (Celular, Fijo, Cable, Internet)	16
Electrodomésticos y equipos de cómputo	5	Servicios educativos	17
Equipos celulares o teléfonos fijos	6	Servicios de salud	18
Servicios de transporte aéreo	7	Tarjetas de crédito, tarjetas de débito, cuentas de ahorro, préstamos	19
Juguetes	8	Vestido y calzado	20
Medicinas	9	Servicios básicos como agua, desagüe y luz	21
Hospedaje	10	Servicios artísticos, de esparcimiento (cines, teatro, conciertos), discotecas	22
Papelería y útiles escolares	11	Otro (Especificar)	94
Paquetes turísticos	12	No precisa	99

55. (SOLO COD 1 EN P51) ¿Qué acciones llegó a realizar para efectuar dicho reclamo o denuncia y en qué orden (E: TARJETA P55)? (MÚLTIPLE)

Acudí a los medios de comunicación	1
Acudí a una asociación de consumidores	2
Acudí directamente a la empresa (vía presencial, virtual, telefónica) ya sea de forma verbal, carta notarial, formato o Libro de Reclamaciones	3
Fui al Poder Judicial para poner una demanda	4
Recurrí a la entidad competente del Estado (Indecopi, Osipitel, Osinergmin, Sunass, SBS, Ositrán, etc.)	5
Reclamé a través de mis redes sociales (E: no incluye los mensajes en las redes sociales de la empresa)	6
Me organicé y para reclamar públicamente	7
Presenté una denuncia policial	8
Otra (Especificar)	9
No hice nada más (PASAR A P56)	9
No recuerdo/No precisa	9

56. 5 (SOLO COD 1 EN P51) ¿Cuál fue el resultado de su reclamo/denuncia? (E: TARJETA P56)

A mi favor	Parcialmente a mi favor	En mi contra	Aún se encuentra en trámite	Abandoné el reclamo	NP
4	3	1	97	98	99

57. (SOLO COD 1 EN P56) Luego de esta mala experiencia, ¿Continuó siendo cliente de la misma empresa o cambió de empresa?

Cambié de empresa	1	PASAR A P59	Continué con la misma empresa	2	CONTINUAR CON P58	NP	99	PASAR A P59
-------------------	---	--------------------	-------------------------------	---	--------------------------	----	----	--------------------

58. (SOLO COD 2 EN P57) Después de este inconveniente, ¿Por qué continuó comprando los productos o contratando los servicios de esa empresa? (E: TARJETA P58) (MÚLTIPLE)

Otros productos o servicios son más caros	1	Es difícil, hay que realizar muchos trámites para el cambio	5
Otros productos/ servicios son de menor calidad	2	Estoy acostumbrado a mi proveedor actual	6
No conozco el producto o servicio de otras empresas / no tengo información de si son buenos	3	Otra (Especificar)	94

No hay otras empresas que brinden ese producto/servicio	4	No precisa	99
---	---	------------	----

59. (SOLO SI P52 < P48 o COD 2 EN P51) ¿Por qué no reclamó/denunció (en los otros casos)? (MOSTRAR TARJETA P59)

Por vergüenza	1	Porque el vendedor era informal/ El producto o servicio fue adquirido de un vendedor ambulante	7
Por falta de tiempo	2	Lo iba a hacer, pero luego lo olvidé	8
Porque incurría en un costo al hacerlo	3	No se llegará a nada haciéndolo/ es una pérdida de tiempo	9
No sé dónde reclamar/denunciar	4	Porque no tenía Libro de Reclamaciones	10
El valor del bien o servicio era tan bajo que no valía la pena reclamar	5	Otro (Especificar)	94
Prefiero evitar problemas	6	No precisa	99

60. Como consecuencia de este problema, ¿cuánto dinero estima que perdió aproximadamente?

S/	1
----	---

61. Aproximadamente, ¿cuánto tiempo dedicó a resolver este problema (realizando llamadas, enviando mensajes, presentando reclamos, trasladándose o realizando trámites)?

Menos de 1 hora	1
Entre 1 y 3 horas	2
Entre 4 y 8 horas	3
Entre 9 y 20 horas	4
Más de 20 horas	5
No sabe / No recuerda	99

62. ¿Qué tan afectado se sintió usted debido a este problema de consumo?

Nada afectado (0)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Extremadamente afectado (10)

Sección VI: Discriminación

63. (PARA TODOS) ¿Con qué frecuencia... (LEER OPCIONES)? (MOSTRAR TARJETA P60)

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	NP
Se ha sentido discriminado por el personal de empresas como bancos, restaurantes, centros comerciales, discotecas, etc. (BACKCHECK)	5	4	3	2	1	99
Ha sido testigo de un acto de discriminación por el personal de empresas como bancos, restaurantes, centros comerciales, discotecas etc.	5	4	3	2	1	99
Si se sintiera discriminado por el personal de atención en empresas como bancos, restaurantes, centros comerciales, etc. ¿Los denunciaría...?	5	4	3	2	1	99

Sección VII: Percepción de las Entidades del Sistema

64. (PARA TODOS) ¿Qué tanto diría que conoce a... (LEER OPCIONES)? Diría que los conoce... (UNA RPTA HORIZONTAL) (E: TARJETA P61)

65. (SOLO COD 2 AL 5 EN P61) ¿Y qué tanto diría que confía en... (LEER INSTITUCIONES QUE CONOCE COD 2 AL 5 EN P15) como defensor del consumidor? Diría que confía... (UNA RPTA HORIZONTAL) (E: TARJETA P62)

66. (SOLO COD 2 AL 5 EN P61) Dígame, ¿cuáles son las 3 entidades que defienden mejor los derechos de los consumidores? (MAX. 3 RPTAS) (E: TARJETA P63) (BACKCHECK)

N°		OPCIONES					P61					P62					P63	
							La conoce muy bien	La conoce relativamente bien	La conoce poco	La conoce muy poco	No la conoce	Confío totalmente	Confío	Ni confío ni desconfío	Desconfío	Desconfío totalmente	No precisa	DEFIENDEN MEJOR

1	Indecopi	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	1
2	Osipitel	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	2
3	Osinermin	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	3
4	Sunass	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	4
5	Ositran	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	5
6	Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS)	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	6
7	Sunedu	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	7
8	Ministerio de Educación / UGEL	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	8
9	Susalud	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	9
10	Municipalidad de su distrito	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	10
11	EN EL INTERIOR: Gobierno regional de (NOMBRE REGIÓN DONDE SE ENCUENTRA) / EN LIMA: Municipalidad Metropolitana de Lima	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	11
12	El Congreso de la República	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	12
13	La Defensoría del Pueblo	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	13
14	El Poder Judicial	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	14
15	Las Asociaciones de Consumidores	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	99	15
94	Otro												94
96	Ninguna												96
99	No precisa												99

67. (PARA TODOS) Si tuviera que escoger entre estas 4 opciones (E: TARJETA P64), para usted ¿quién defiende mejor los derechos de los consumidores? (RESPUESTA ÚNICA)

Los consumidores	1	Los medios de comunicación	2	Las empresas	3	El Gobierno	4	Ninguna	96	NP	99
------------------	---	----------------------------	---	--------------	---	-------------	---	---------	----	----	----

Sección VIII: ASOCIACIONISMO

68. (PARA TODOS) En los últimos 05 años ha participado en...

	Sí	No	NP
Manifestaciones de protesta relacionadas con la defensa de los derechos e intereses del consumidor	1	2	99
Debates, jornadas, charlas sobre la protección de derechos	1	2	99
Actividades de voluntariado	1	2	99
Firmar en relación con algún acto o protesta de los consumidores o usuarios	1	2	99

69. (PARA TODOS, MENOS COD 1 EN P61.15) En la actualidad existen asociaciones de consumidores para la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios. ¿Ha escuchado o conoce sobre ellas? Diría que... (TARJETA P66)

Nunca había escuchado sobre ellas	Había escuchado sobre ellas, pero no sabe de qué trata	Si conozco sobre ellas	Si conozco y pertenecí o pertenezco a una de ellas	NP
1	2	3	4	99

70. (SOLO COD 2 AL 4 EN P66, SI NO RESPONDIÓ PORQUE COD 1 EN P61.15 NO MOSTRAR) ¿Podría decirme el nombre de alguna/as asociación/es de consumidores de la/s que ha oído hablar o conoce? (No sugerir.)

1	
2	
3	
98	No recuerda
99	No precisa

71. (PARA TODOS) ¿Estaría dispuesto a asociarse para defender los derechos de los consumidores?

Sí	1	No	2	No precisa	99
----	---	----	---	------------	----

72. (PARA TODOS) ¿Qué factores determinarían que se asocie? (TARJETA P69)

Que no involucre el pago de una membresía	1	Que sea como parte de un voluntariado	3
Que me paguen por pertenecer a la asociación	2	Otro (Especificar)	94

Sección IX: Indecopi

(SOLO PARA LOS QUE CONOCEN A INDECOPI CÓDIGOS 2 AL 5 EN P61, de lo contrario pasar a VARIABLES DE CONTROL)

Usted mencionó que conocía al Indecopi, me gustaría hacerle algunas preguntas sobre esta institución...

73. (COD 2 AL 5 EN P61.1) ¿Indecopi tiene una oficina en [JALAR COD DE CIUDAD]?

Sí	1	No	2	No lo sé	99
----	---	----	---	----------	----

74. (COD 2 AL 5 EN P61.1) ¿Conoce los servicios que brinda el INDECOPI?

Sí	1	No	2	No precisa	99
----	---	----	---	------------	----

75. (SOLO COD 1 EN P71) ¿Ha usado los servicios del INDECOPI?

Sí	1	No	2	No precisa	99
----	---	----	---	------------	----

76. (SOLO COD 2 EN P72) ¿Por qué no los usó? (E: TARJETA P73)

No sé dónde ubicarlos	1	No los he necesitado	5
No creo que sean de ayuda	2	No me contesta la central telefónica	6
Son muy costosos	3	Otros (Especificar)	94
Tardan mucho en resolver mi problema	4	No precisa	99

DATOS DE CONTROL

77. Por sus antepasados y de acuerdo a sus costumbres ¿Usted se considera... (MOSTRAR TARJETA P77)?

Quechua	1	Indígena andino	3	Afroperuano/Negro/Mulato/ Moreno	5	Mestizo	7	No precisa	99
Aymara	2	Nativo o indígena de la amazonía	4	Blanco	6	Otro	94		

78. ¿Cuál es el idioma o lengua materna que aprendió en su niñez? (MOSTRAR TARJETA P78)?

Quechua	1	Otra lengua nativa	3	Otro	94
Aymara	2	Castellano	4	No precisa	99

79. ¿Cuál es el máximo nivel de instrucción alcanzado por usted? (ACLARAR "COMPLETA O INCOMPLETA")

Sin educación/ Educación Inicial	1	Superior Técnico Completa	4	Superior Univ. Completa	6
Primaria incompleta o completa/ Secundaria incompleta	2	Superior Univ. Incompleta	5	Postgrado Universitario	7
Secundaria completa/ Superior Técnico Incompleta	3				

80. ¿Tiene usted algún tipo de discapacidad?

Sí	1	No	2	No precisa	99
----	---	----	---	------------	----

81. SOLO PARA LAS MUJERES ¿Se encuentra en estado de gestación, es decir está embarazada en la actualidad o no?

Sí	1	No	2	No precisa	99
----	---	----	---	------------	----

82. ¿Cuál es su nacionalidad?

Peruano	1	Venezolano	2
Otro	94		

83. (SOLO COD 2 o 94 en P82) ¿Hace cuánto tiempo vive en Perú?

Menos de 6 meses	1
Más de 6 mese	2
No precisa	99

CLASIFICACIÓN DE NSE (PREGUNTAR POR EL JEFE DEL HOGAR) – ENTREVISTA CARA A CARA

DATOS DEL ENTREVISTADO