

SEGUNDA EDICIÓN
OFICIAL



Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

Código de Protección y Defensa del Consumidor

Ley N° 29571
y Normas Complementarias

7

Colección Jurídica
Se incluye versión digital



Segunda Edición Oficial: junio 2018

MARTÍN ALBERTO VIZCARRA CORNEJO
Presidente Constitucional de la República

SALVADOR HERESI CHICOMA
Ministro de Justicia y Derechos Humanos

SERGIO IVÁN ATARAMA MARTÍNEZ
Viceministro de Justicia

MIGUEL ANGEL SORIA FUERTE
Viceministro de Derechos Humanos y Acceso a la Justicia

MANUEL FRANCISCO SOTO GAMBOA
Secretario General

MIRIAM ISABEL PEÑA NIÑO
Directora General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria

ANA MARÍA VALENCIA CATUNTA
Directora de Sistematización Jurídica y Difusión [e]

INGRID MARIA DEL CARMEN BOCANEGRA CALDERÓN
Analista Legal de Textos Legales Oficiales

ROSA ANGELICA PONTE SOTELO
STEFHANIE CISNEROS SALAZAR
Colaboradores de la Revisión y Actualización

DERECHOS RESERVADOS
DECRETO LEGISLATIVO N° 822

DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Derechos de Edición
2018 - Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
Calle Scipión Llona N° 350 - Miraflores, Lima 18
Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2018-06625
ISBN: 978-612-4225-29-1

Tiraje: 6500
Razón Social: Litho&Arte S.A.C.
Domicilio: Jr. Iquique N° 026 - Breña



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

PRÓLOGO

Introducción

El ser humano posee diversas facetas que, por cierto, son del máximo interés para el derecho. Pueden ser ciudadanos que requieren de una adecuada administración de justicia. Pueden ser personas que demandan que su privacidad sea reconocida y preservada. Pueden ser individuos cuyos derechos humanos deben ser cautelados. Otra faceta, la misma que posee una clara vertiente económica, es su condición de consumidor.

Esta última cobra especial relevancia puesto que la faceta como agentes del mercado se ejerce todos los días y en todo momento. En efecto, toda persona es un consumidor y, más precisamente, realiza actos de consumo desde que inicia el día hasta el momento en que se retira a descansar; a lo largo de la jornada laboral o en el momento de la diversión; cuando utilizando cualquier medio de transporte se va de una lugar a otro para desarrollar actividades de cualquier índole, o cuando se decide permanecer en el espacio privado del hogar. Cualquier línea de tiempo pone de relieve las decenas de actos de consumo que se realizan diariamente. Por otro lado y en lo atinente a cualquiera de las actividades cotidianas, una persona puede ser un académico o un empleado, un empresario del sector privado o un funcionario público, un político o un integrante de las fuerzas armadas, o se puede desempeñar una actividad profesional de manera independiente o dependiente. Ello genera diferencias en lo atinente a los objetivos y ritmos de vida de las personas y, claro está, sobre sus ingresos. Incluso se pueden tener diferencias en materia religiosa, política, gustos y preferencias, las mismas que ponen de relieve la libertad de las personas. Sin embargo, existe algo que une a todos: la condición de consumidores.

La circunstancia de ser consumidores de bienes y servicios, forja una serie de consecuencias económicas y legales de la mayor relevancia para cada persona, sea a título individual o para la sociedad en su conjunto. Del mismo modo, el hecho de que en todo momento se lleven a cabo transacciones comerciales, genera una serie de desafíos para el derecho: desde la celebración de contratos en masa o la comercialización de productos con transgénicos, hasta la contratación a través de plataformas y medios electrónicos. El universo de posibilidades es amplísimo y, no solo eso, en constante evolución. El ejemplo más notorio, la consolidación de las aplicaciones o APPs como medio para contratar.

Por lo anterior, el derecho de los consumidores resulta necesario para toda sociedad moderna puesto que, además de ser numéricamente el más importante

agente del mercado, es la parte más débil de la relación de consumo. Sin demanda no hay oferta, presupuesto necesario de un sistema de libre mercado.

Este reconocimiento se ha hecho patente al más alto nivel normativo. El efecto, la Constitución Política del Perú establece en su artículo 65 que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Es desde los cimientos constitucionales que surge la necesidad de cautelar los derechos de los consumidores en el mercado.

El reconocimiento Constitucional de los derechos de los consumidores no es espontáneo. Es la consecuencia de un proceso de maduración jurídica que tiene sus inicios a finales de la década de los 50 e inicios de los 60 en el Reino Unido y en Estados Unidos de América, que se traslada a la Unión Europea, a las Naciones Unidas y, luego al Perú.

Etimología

La palabra consumidor proviene del latín «*consumĕre*» que significa “gastar” o “destruir”. Por lo tanto, el significado etimológico sería: “el que gasta bienes”. Por su parte, la Real Academia de la Lengua Española define el término de una manera bastante simple y la refiere a toda “persona que compra productos de consumo”.

Para la economía y desde la perspectiva neoclásica, el consumidor es un agente, ya sea persona o empresa, que demanda bienes o servicios de sus productores o proveedores, conforme a su renta, intereses y necesidades, actuales y futuras. Esta es una noción bastante amplia que si traslada al derecho sin ninguna clase de matices, podría generar un grave problema de cumplimiento de la normativa. En efecto, si se adoptara esta noción, la misma que es bastante generosa conceptualmente y que comprende todo acto de consumo, el derecho de la protección al consumidor vendría a sustituir mucha de la normativa civil y mercantil y, la autoridad competente, en nuestro caso, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad (INDECOPI) sería una suerte de Poder Judicial paralelo, además de que el desborde de casos podría asfixiar a la institución encargada de velar por su cumplimiento.

Debido a lo anterior, la normativa del consumidor, tanto en el Perú como en el extranjero, o si se quiere a nivel internacional y que luego se traslada al Perú, excluye a los consumidores que no se encuentran en último eslabón de la cadena de producción-consumo: los proveedores, empresarios, los distribuidores o consumidores “no-finales”. Ello es así puesto usualmente las empresas consumidoras cuentan con mecanismos eficientes y recursos para compensar por ellas mismas la asimetría informativa que enfrentan cuando adquieren bienes

o contratan servicios. Cabe señalar que la jurisprudencia y luego la normativa, reconoció como excepción a la regla anterior que las micro y pequeñas empresas gozaban de la protección que dispensa el derecho del consumidor. En efecto, al igual que las personas naturales, las micro y pequeñas empresas se encuentran en una situación de inferioridad en su relación con los ofertantes de bienes y servicios, lo que se debe a la situación de asimetría informativa en la que se encuentran.

La asimetría Informativa

En todo intercambio de bienes y servicios, una de las partes estará mejor informada que la otra. Por lo general, quien ofrece bienes y servicios en el mercado, posee la mayor cantidad de información relevante sobre lo que ofrecen: los costos de producción, su verdadera utilidad, sus características, su calidad, etc. Esta asimetría en el acceso a la información relevante para la decisión de consumo se considera una “falla del mercado” y tiene la consecuencia de que el adquirente no lleve a cabo una correcta y eficiente asignación de recursos. La asimetría genera costos de transacción, además de que tampoco crea confianza en el mercado y difícilmente incentiva la competencia.

El Derecho del Consumidor pretende, por tanto, disminuir el grado de asimetría informativa mediante la obligación de comunicar la información relevante. Como consecuencia de que los consumidores y las micro y pequeñas empresas lleven a cabo adecuadas decisiones de consumo, lo cual también implica una disminución de los costos de transacción, se supone que el mercado será más transparente.

Antecedentes en el derecho comparado

La normativa sobre protección al consumidor existe desde hace muchísimos años. En efecto, las leyes sobre pesos y medidas, sobre vicios ocultos, responsabilidad por productos defectuosos, sobre productos farmacéuticos, la normativa sobre libre competencia, la de represión de la competencia desleal, la publicidad, la referida a la propiedad intelectual, sobre servicios públicos, entre otros, constituyen cuerpos legislativos que con mayor o menor énfasis protegen al consumidor. Esta circunstancia podría llevar a pensar que contar con un Código del Consumidor resulta superfluo e innecesario.

Empero, la atomización legislativa y de cumplimiento genera grandes problemas para los consumidores puesto que, frente a un problema concreto, no sabrían dónde recurrir y qué procedimiento seguir para hacer valer sus derechos. En este sentido, además de la asimetría informativa que los coloca en una posición de inferioridad económica, existe una suerte de asimetría jurídica puesto no sabrían

dónde y cómo ejercitar sus derechos. Es por ello que el derecho comparado fue evolucionando de un sistema de protección al consumidor fragmentado y de protección indirecta, hacia uno unificado y de protección directa. El derecho también se hizo más transparente y así surgen las leyes omnicomprendivas de protección al consumidor o los códigos del consumidor, como es el caso del Perú.

El reconocimiento de la situación de desarticulación fue lo que precisamente motivó que el 15 de marzo de 1962, el presidente John F. Kennedy, dirigiéndose al Congreso de los Estados Unidos de América señalara que *“Ser consumidores, por definición nos incluye a todos. Somos el grupo económico más grande en el mercado, que afecta y es afectado por casi todas las decisiones económicas públicas y privadas. Pero somos el único grupo económico importante que no está efectivamente organizado, cuyos puntos de vista a menudo no son escuchados”*.

Con la alocución del Presidente Kennedy se daba inicio a un programa integral de protección a los consumidores que incluía, entre otros aspectos, el derecho a la seguridad, a la información, a la elección entre una variedad de productos y servicios a precios competitivos, así como a ser escuchados en la formulación de políticas gubernamentales. Dicho programa sería sucesivamente ampliado, introduciendo los derechos a la reparación, a la educación del consumidor, a la satisfacción de las necesidades básicas y a la preocupación por un medio ambiente saludable y sustentable. Actualmente, la *Federal Trade Commission* [FTC] es la agencia de protección de los consumidores de los Estados Unidos de América y, entre sus principales funciones, vigila el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones relativas a la protección del consumidor, establece mecanismos de información, tramita, en conjunción con el *Department of Justice* [DOJ], la denuncias, así como que impone las medidas que se estimen necesarias para proteger el interés de los consumidores. Asimismo existen instituciones y oficinas estatales que se encargan de vigilar y garantizar el cumplimiento de las diversas regulaciones estatales y federales, sean generales o específicas. De otro lado, concurren organizaciones civiles de autorregulación y un alto grado de especialización jurídica en esta materia.

Poco después y en el continente europeo, fue publicada el 25 de julio de 1962 la versión definitiva del *“Molony Report”* del Reino Unido, elaborado por un comité creado en 1959 bajo la dirección de Lord Molony y que tenía como objetivo analizar la legislación inglesa vigente en materia de certificaciones en mercancías y a fin de sugerir cambios para la mejor protección del consumo público. En su informe se indicó: *“Pensamos que se necesitan dos medidas positivas de carácter general: el establecimiento de servicios de asesoría al que el consumidor pueda recurrir por guía y ayuda, y la creación de un organismo nacional cuya meta principal sea la de*

proteger sus intereses”. Con ello se estaba dando el primer paso en una política estatal para la protección al consumidor, la misma que partía del reconocimiento de la necesidad de que el Estado actuara mediante institucionalmente. Actualmente el Reino Unido cumple con la normativa establecida por la Unión Europea y ha diseñado programas de protección en áreas análogas a las de Estados Unidos de América: seguridad, información, educación, elección, intervención en la formulación de políticas gubernamentales, etc. La *Office of Fair Trading* es el *watchdog* de la legislación británica de protección del consumidor, en analogía con la FTC.

En la Unión Europea y teniendo como antecedente varios intentos anteriores de menor envergadura, en la Cumbre de París de octubre de 1972, los Jefes de Estado de la entonces Comunidad Económica Europea impulsaron medidas de protección de los intereses de los consumidores, principalmente, la creación en 1973 de un Comité Consultivo del Consumidor y, en 1975 luego de un intenso proceso de prospección, un Programa de Protección al Consumidor. Este primer programa, con un lenguaje similar a lo propuesto por el Presidente Kennedy, reconoció el derecho a proteger la salud y la seguridad de los consumidores, el derecho a proteger sus intereses económicos, el derecho a la reparación, el derecho a la información y a la educación y, finalmente, el derecho a representación y a ser oídos. Desde entonces se han ido sucediendo diversos programas que se enfocan en distintos aspectos generales de la protección a los consumidores, así como en aspectos sobre servicios específicos. Asimismo, se han emitido los denominados Libros Verdes. Uno sobre el acceso de los consumidores a la justicia y la solución de litigios y otro sobre las actividades comunitarias en la esfera de la protección al consumidor. Posteriormente, por ejemplo, se adoptó el Plan de Acción 2007-2013 que incluyó tres direcciones principales del desarrollo: fortalecer la posición jurídica de los consumidores, mejorar las condiciones para su surgimiento y, asegurar la protección efectiva contra los riesgos económicos y las amenazas que surjan del mercado interno. El proceso europeo se ha consolidado en un ininidad de Resoluciones y Directivas y dentro de la estructura institucional de la Unión Europea cuenta con una Dirección General dedicada específicamente a estos temas.

La temática del consumidor hace su incursión Constitucional en 1978 a través del artículo 51 de la Constitución Española de 1978. En ella se declara que *“Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos”* Además de esta enumeración, también señala los derechos de información y educación de los consumidores, libertad para organizarse y derecho a ser escuchados en cuestiones que los puedan afectar. Repite de esta manera el catálogo de derechos reconocidos en

los Estados Unidos y la Unión Europea. Este catálogo de derechos fue desarrollado mediante la Ley 26/1984 del 24 de julio de 1984, Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, la misma que reconoció como derechos usuarios, entre otros: la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; la indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos; la información y educación sobre los diferentes productos o servicios; la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la libre organización. Dicha ley ha sido objeto de diversas modificaciones que han ido perfilando los derechos de los consumidores, además de otras leyes que han complementado la normativa vigente.

El 16 de abril de 1985 y luego de un amplio debate en su Consejo Económico y Social, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, aprobó mediante Resolución A/RES/39/248, las Directrices para la Protección del Consumidor, la misma alineada con los postulados iniciados en Estados Unidos de América y el Reino Unido, junto con la concreción normativa de la Unión Europea, reconocieron como necesidades legítimas de los consumidores, la protección frente a los riesgos para su salud y su seguridad; la promoción y protección de sus intereses económicos; el acceso a una información adecuada que les permita hacer elecciones bien fundadas conforme a los deseos y necesidades particulares, la educación del consumidor, la posibilidad de compensación efectiva en caso de daños y, finalmente, la libertad de constituir grupos u otras organizaciones y la facultad de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que los afecten. En 1995 las Directrices entraron en proceso de ampliación por solicitud del Consejo Económico y Social. Dicho proceso culminó en 1999 con la inclusión de principios sobre sostenibilidad social, económica y ambiental y se le brindó a la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) el seguimiento de las mismas. La importancia de las Directrices de las Naciones Unidas, como declaración de la voluntad soberana de los países que integran la Organización, consiste en el establecimiento de un marco internacional para la formulación, implementación y desarrollo de políticas de protección al consumidor promoviendo simultáneamente una producción “limpia” y un consumo sostenible.

Perú

Coincidente con el derecho comparado, la evolución legislativa peruana sigue mismo derrotero del entorno internacional. De normas atomizadas y de protección indirecta y de falta de instituciones para velar por el cumplimiento de las mismas, hacia una protección directa mediante disposiciones coherentes y con instituciones con responsabilidades específicas. Del mismo modo y al igual que en otros países, la normativa sobre protección al consumidor tiene sus inicios con la normativa sobre pesos y medidas, rotulado de productos farmacéuticos,

disposiciones sobre propiedad industrial y sobre represión de la competencia desleal. Un universo legislativo difuso y no coherente.

La Constitución actual, la misma que contiene un precepto específico sobre la materia, el artículo 65 citado anteriormente, tiene como antecedente el artículo 110 de la Constitución de 1979, la misma que declaraba que el *“Estado... fomenta los diversos sectores de la producción y defiende el interés de los consumidores”*. Esta disposición Constitucional fue desarrollada legislativamente por el nunca aplicado y poco conocido Decreto Supremo 036-83-JUS del 28 de julio de 1983, sobre medidas extraordinarias en materia económica en defensa del interés de los consumidores. En ella se introdujo la primera definición normativa del consumidor: *“quien mediante contrato verbal o escrito adquiere bienes, fungibles o no, o la prestación de algún servicio”*. Su vigencia fue simbólica por decirlo de alguna manera puesto que entro otros aspectos, adoleció de un marco institucional para su cumplimiento.

Con la creación del INDECOPI el panorama comienza a consolidarse. En primer lugar, se le adscribe la responsabilidad del Decreto Legislativo 716 de 7 de noviembre de 1991, Ley de Protección al Consumidor, la misma que se erige como la primera verdadera ley peruana en materia de protección al consumidor. Esta fue complementada mediante la Ley 27311 de 17 de julio de 2000, Ley de Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor y expresada en el Decreto Supremo 039-2000-ITINCI de 11 de diciembre de 2000, el Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor. Con posterioridad se promulga el Decreto Legislativo 1045, Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor del 26 de junio de 2008, cuyo texto se consolidó el 26 de junio de 2008 mediante el Decreto Supremo 006-2009-PCM, Texto Único Ordenado de la Ley del Sistema de Protección al Consumidor.

Código de Protección al Consumidor vigente

Mediante la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, de 1 de setiembre de 2010 se promulga el texto aprobado por el Congreso de la República el 14 de agosto de ese mismo año. La norma fue objeto de nuevas modificaciones, parciales, esta vez, mediante el Decreto Legislativo 1308 de 29 de diciembre de 2016. Es norma cuya Edición Oficial me honra prologar.

Su génesis se remonta al anuncio que brindó el entonces Presidente de la República, Alan García Pérez, en su discurso anual ante el Congreso de la República el 28 de julio de 2009 en el que manifestó la necesidad de contar con un Código de Consumo. Resulta interesante señalar que pocos meses antes había promulgado el Decreto Legislativo 1045.

El proceso de adopción fue bastante complejo puesto que se inició con la creación, a nivel del Colegio de Abogados de Lima, de una Comisión Consultiva para elaborar el texto de un Anteproyecto del Código de Consumo, posteriormente se constituyó una Comisión Sectorial encargada de revisar los aportes del Anteproyecto del Código de Consumo. Luego el ejecutivo revisó el Anteproyecto corregido por la Comisión Sectorial para luego enviarlo para debate y aprobación por parte del Congreso. Dicho texto fue objeto de intensos debates a nivel de la Comisión de Protección del Consumidor en la que participó toda la sociedad civil. El Congreso la aprobó en dos momentos y partes y luego fue remitida al ejecutivo para su promulgación. Como se señaló, el texto vigente fue objeto de un intenso debate en el que, como es usual, hubo puntos de coincidencia y discrepancia de mayor o menor intensidad.

Quiero terminar este Prólogo poniendo de relieve que la norma vigente es el producto de un profundo ejercicio democrático en el que todas las partes interesadas pudieron manifestar sus puntos de vista, soy testigo presencial de esa circunstancia. El Perú cuenta con una normativa coherente en la materia que nos pone a la vanguardia del derecho internacional

Luis José Díez Canseco Núñez
Profesor de Derecho
Pontificia Universidad Católica del Perú
Ex-Presidente del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

PRESENTACIÓN

En esta oportunidad, Banco de Crédito del Perú se complace en presentar el séptimo volumen de su Colección Jurídica, el cual contiene el Código de Protección y Defensa del Consumidor —aprobado mediante Ley N° 29571— así como una breve compilación de normas complementarias.

El Código de Protección y Defensa del Consumidor es una manifestación al reconocimiento constitucional de los derechos del consumidor del artículo 65° de la Constitución Política del Perú de 1993. Dicho artículo determina que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios, garantizando —para tales efectos— el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentren en el mercado.

Como consecuencia de ello, en los últimos veinticinco años, el derecho de protección al consumidor ha tomado mayor relevancia en el Mercado por su implicancia en la fijación de reglas de juego en millones de transacciones económicas realizadas diariamente. El día de hoy, tenemos a un consumidor más exigente y conocedor respecto a los derechos que le asisten, y por otro lado, proveedores más comprometidos con brindar productos y servicios idóneos, pero que a su vez, que piden que dichas reglas sean claras y coherentes con las características intrínsecas de la actividad comercial que realizan.

En tal sentido, la norma que se les presenta plasma dichos principios constitucionales, estableciendo un marco conceptual general, para luego desarrollar estos mismos preceptos en los sectores más importantes y sensibles del mercado tales como: salud, educación, servicios inmobiliarios y servicios financieros. Finalmente, el Código se encarga de establecer las reglas del procedimiento administrativo que se desarrollará bajo la tutela del Instituto de Defensa del Consumidor, la Competencia y de la Propiedad Intelectual – Indecopi a fin de garantizar el cumplimiento de sus normas en el ámbito general del Derecho Administrativo, así como normas subsidiarias y complementarias.

De manera adicional, para todo aquel que quiera tener un conocimiento especializado en la materia, este volumen incluye normas y directivas complementarias en distintos campos, tanto sustantivos como adjetivos; ello respondiendo a la naturaleza de esta rama del Derecho, la misma que si bien tiene principios y preceptos transversales a todos los sectores económicos, necesariamente se complementa con las normas especiales, generando una interesante dinámica de interpretación normativa para los operadores del Derecho.



Resolución Ministerial

Lima, 14 JUL. 2017

N°0172-2017-JUS

VISTO, el Informe N° 045-2017-JUS/DGDOJ-DSJD, de la Dirección de Sistematización Jurídica y Difusión, de la Dirección General de Desarrollo y Ordenamiento Jurídico, actualmente Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria, y;

CONSIDERANDO:

Que, es función del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, sistematizar la legislación e información jurídica de carácter general y promover su estudio y difusión, así como disponer su edición oficial;

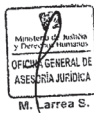
Que, en cumplimiento de dicha función, el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos y el Banco de Crédito del Perú suscribieron el 1 de octubre de 2013 un Convenio de Cooperación Interinstitucional con el objeto de publicar una Colección Jurídica que comprende dieciséis (16) tomos en versión escrita y digital, correspondientes a las materias de mayor trascendencia y relevancia jurídica, en un tiraje de seis mil (6000) ejemplares por cada título;

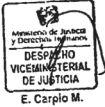
Que, con fecha 12 de marzo de 2014, las partes suscribieron la Adenda N° 01 al referido Convenio, mediante la cual se modifica la cláusula cuarta del documento, estableciendo un tiraje de seis mil quinientos (6 500) ejemplares por cada edición oficial de la Colección Jurídica;

Que, la Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria ha concluido la elaboración de la Segunda Edición Oficial del "Código de Protección y Defensa del Consumidor y normas complementarias" como parte de la mencionada Colección Jurídica;

Que, en atención a las funciones del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, corresponde aprobar la publicación de la edición oficial indicada en el considerando anterior;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 29809, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos; y, el Decreto Supremo N° 013-2017-JUS, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos;





SE RESUELVE:

Artículo 1.- APROBAR la publicación impresa y digital de la Segunda Edición Oficial del "Código de Protección y Defensa del Consumidor y normas complementarias", en un tiraje de seis mil quinientos (6 500) ejemplares, debidamente numerados, de acuerdo al convenio suscrito con el Banco de Crédito del Perú.

Artículo 2.- AUTORIZAR al Director General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria a consignar el número correlativo en cada ejemplar, así como colocar el sello de la Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria.

Regístrese y comuníquese.



.....
MARIA SOLEDAD PÉREZ TELLO
Ministra de Justicia y Derechos Humanos

Guía del Lector

Para el correcto uso de la presente edición, el lector deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. La presente edición contiene la Ley N° 29571 – Código de Protección y Defensa del Consumidor.
2. El texto de cada artículo es el vigente al momento de la presente publicación.
3. El texto del articulado es copia fiel del diario oficial El Peruano en lo que respecta a su contenido, incluyendo signos de puntuación y ortografía en general.
4. Las notas a pie de página se encuentran identificadas con números y hacen referencia a los dispositivos legales que modifican, incorporan, sustituyen o derogan artículos, párrafos e incisos de las normas que comprenden la presente edición.
5. En la sección denominada «Normas Concordadas» se indica las fechas de publicación en el diario oficial El Peruano de los dispositivos legales citados en esta publicación.
6. Toda referencia al «Ministerio de Justicia» contenida en la legislación vigente debe ser entendida como efectuada al «Ministerio de Justicia y Derechos Humanos» de conformidad con lo establecido por la Única Disposición Complementaria Modificatoria de la Ley N° 29809, publicada el 8 de diciembre de 2011.
7. La presente edición se encuentra actualizada hasta el 31 de mayo de 2018.

El servidor público actúa de acuerdo al siguiente principio:

Respeto

“Adecúa su conducta hacia el respeto de la Constitución y las Leyes, garantizando que en todas las fases del proceso de toma de decisiones o en el cumplimiento de los procedimientos administrativos, se respeten los derechos a la defensa y al debido procedimiento”.

**Ley del Código de Ética de la Función Pública
Ley N° 27815, artículo 6º, inciso 1**

Abreviaturas y Siglas

AGT	:	Ácido Grasos Trans
HR	:	Hoja de Resumen
Indecopi	:	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
Núm.	:	Número
OSIPTEL	:	Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones
PU	:	Predio Urbano
RUC	:	Registro Único de Contribuyentes
TEA	:	Tasa de Interés Efectiva Anual
TCEA	:	Tasa de costo efectivo anual
TREA	:	Tasa de rendimiento efectivo anual
UIT	:	Unidad Impositivas Tributarias

Normas Concordadas al Código de Protección y Defensa del Consumidor

Ley

- **Ley N° 30200** [28.05.2014]
Ley que promueve el auxilio oportuno al público en los centros comerciales

Decretos Supremos

- **Decreto Supremo N° 011-2011-PCM** [19.02.2011]
Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- **Decreto Supremo N° 029-2011-PCM** [14.04.2011]
Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor
- **Decreto Supremo N° 030-2011-PCM** [14.04.2011]
Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores
- **Decreto Supremo N° 031-2011-PCM** [14.04.2011]
Decreto Supremo que aprueba el Reglamento que establece los mecanismos para la propuesta y designación de los representantes de las entidades y gremios al Consejo Nacional de Protección al Consumidor
- **Decreto Supremo N° 032-2011-PCM** [14.04.2011]
Decreto Supremo que aprueba el Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores
- **Decreto Supremo N° 046-2011-PCM** [24.05.2011]
Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
- **Decreto Supremo N° 049-2016-PCM** [23.07.2016]
Precisan alcances del Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo aprobado por Decreto Supremo No 046-2011-PCM

Resoluciones Ministeriales

- **Resolución Ministerial N° 048-2017-MTC-01.03** [09.02.2017]
Aprueban las Medidas para informar oportunamente a los consumidores sobre la falta de capacidad de los equipos receptores de radiodifusión de recibir señales de radiodifusión bajo el estándar ISDB-T
- **Resolución Ministerial N° 139-2012-MINSA** [29.02.2012]
Aprueban la “Norma Técnica de Salud que Establece Directrices Generales para la Consignación de Ácidos Grasos Trans (AGT) en el etiquetado de Alimentos elaborados industrialmente”
- **Resolución Ministerial N° 061-2017-PCM** [16.03.2017]
Disponen la publicación del proyecto de Decreto Supremo que modifica el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el portal institucional del INDECOPI

Resoluciones

- **Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 159-2010-INDECOPI-COD** [14.11.2010]
Aprueban Directiva No 004-2010/DIR-COD-INDECOPI que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor
- **Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 100-2015-INDECOPI-COD** [07.06.2015]
Aprueban creación de la oficina de carácter temporal denominada “Junta Arbitral de Consumo Piloto”, adscrita a la Sede Central del INDECOPI
- **Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 164-2016-INDECOPI-COD** [13.09.2016]
Aprueban el formato denominado “Formato para informar al Indecopi de la existencia de productos o servicios con riesgos no previstos”
- **Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 075-2017-INDECOPI-COD** [28.04.2017]
Aprueban Directiva que regula el procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- **Resolución N° 007-2016-TSC-OSIPTEL** [24.06.2016]
Aprueban los Lineamientos Generales para la aplicación de las Normas de Represión de la Competencia Desleal en el ámbito de las Telecomunicaciones.
- **Resolución de Consejo Directivo OSINERGMIN N° 252-2016-OS-CD** [17.11.2016]
Establecen disposiciones relacionadas a la información al consumidor de cilindros de GLP
- **Resolución N° 076-2017-INDECOPI-COD** [02.05.2017]
Aprueban Directiva No 006-2017-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que regula los procedimientos en materia de protección al consumidor previstos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.”
- **Resolución SBS N° 3274-2017** [21.08.2017]
Aprueban Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifican el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

LEY N° 29571¹

[Publicada el 02 de setiembre de 2010]

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República

Ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo I.- Contenido

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la

¹ De conformidad con la Cuarta Disposición Complementaria Final de la presente Ley, publicada el 2 de setiembre de 2010, el presente Código entra en vigencia a los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, con excepción de los artículos 36 y 37 que entran en vigencia a los ciento ochenta (180) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia del presente Código. El subcapítulo III del capítulo III del título V sobre el procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor entra en vigencia a los sesenta (60) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia del presente Código, y es de aplicación a los procedimientos que se inicien a partir de dicha fecha.

protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

Artículo III.- Ámbito de aplicación

1. El presente Código protege al consumidor, se encuentre directa o indirectamente expuesto o comprendido por una relación de consumo o en una etapa preliminar a ésta.
2. Las disposiciones del presente Código se aplican a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en éste.
3. Están también comprendidas en el presente Código las operaciones a título gratuito cuando tengan un propósito comercial dirigido a motivar o fomentar el consumo.

Artículo IV.- Definiciones

Para los efectos del presente Código, se entiende por:

1. Consumidores o usuarios

- 1.1. Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.
- 1.2. Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.
- 1.3. En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

2. **Proveedores.-** Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.
 2. Productores o fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
 3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
 4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.
- 3. Producto.-** Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.
- 4. Servicio.-** Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.
- 5. Relación de consumo.-** Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III.
- 6. Asociaciones de consumidores.-** Son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios, pudiendo interponer ante las autoridades competentes reclamos y denuncias a nombre de sus asociados y de las personas que hayan otorgado poder a su favor, así como en defensa de intereses difusos o colectivos de los consumidores, con sujeción a lo previsto en el presente Código.
- 7. Asimetría informativa.-** Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor, suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores.

- 8. Habitualidad.-** Se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado. Este concepto no está ligado a un número predeterminado de transacciones que deban realizarse. Las actividades de venta de productos o contratación de servicios que se realicen en locales abiertos son consideradas habituales por ese simple hecho.

Artículo V.- Principios

El presente Código se sujeta a los siguientes principios:

- 1. Principio de Soberanía del Consumidor.-** Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.
- 2. Principio Pro Consumidor.-** En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor.
- 3. Principio de Transparencia.-** En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.
- 4. Principio de Corrección de la Asimetría.-** Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores y consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.
- 5. Principio de Buena Fe.-** En la actuación en el mercado y en el ámbito de vigencia del presente Código, los consumidores, los proveedores, las asociaciones de consumidores, y sus representantes, deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fe de confianza y lealtad entre las partes. Al evaluar la conducta del consumidor se analizan las circunstancias relevantes del caso, como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.

6. **Principio de Protección Mínima.-** El presente Código contiene las normas de mínima protección a los consumidores y no impide que las normas sectoriales puedan dispensar un nivel de protección mayor.
7. **Principio Pro Asociativo.-** El Estado facilita la actuación de las asociaciones de consumidores o usuarios en un marco de actuación responsable y con sujeción a lo previsto en el presente Código.
8. **Principio de Primacía de la Realidad.-** En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa.

Artículo VI.- Políticas públicas

1. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.
2. El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.

CONCORDANCIAS:

Resolución N° 252-2016-OS-CD

Establecen disposiciones relacionadas a la información al consumidor de cilindros de GLP

3. El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado; y busca que ellos tengan un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.

4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 030-2011-PCM**

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores
Artículo 5 numeral 5.2

5. El Estado formula programas de educación escolar y capacitación para los consumidores, a fin de que conozcan sus derechos y puedan discernir sobre los efectos de sus decisiones de consumo, debiendo formar ello parte del currículo escolar. Para tal efecto, brinda asesoría al consumidor y capacita a los docentes, implementando los sistemas que sean necesarios. Asimismo, puede realizar convenios con instituciones públicas o privadas con el fin de coordinar actividades a favor del desarrollo de los derechos de los consumidores.
6. El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos.
7. El Estado promueve la participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos. En tal sentido, estimula la labor que desarrollan las asociaciones de consumidores, a fin de que contribuyan al mejor funcionamiento y a la conformación de relaciones equilibradas de consumo.

8. El Estado procura y promueve una cultura de protección al consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor.
9. El Estado promueve el consumo libre y sostenible de productos y servicios, mediante el incentivo de la utilización de las mejores prácticas de comercialización y la adecuación de la normativa que favorezca su diseño, producción y distribución, con sujeción a la normativa ambiental.
10. El Estado promueve la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios a fin de que éstos sean idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.
11. El Estado orienta sus acciones para que la protección al consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.
12. En materia de productos de salud, el Estado promueve el acceso universal a los productos de salud como política pública de atención integral de la salud pública, con especial incidencia en las poblaciones menos favorecidas económicamente. Dicta y adopta medidas que garanticen el acceso a los medicamentos y dispositivos médicos esenciales.

TÍTULO I DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y RELACIÓN CONSUMIDOR-PROVEEDOR

Capítulo I Derechos de los consumidores

Artículo 1.- Derechos de los consumidores

- 1.1. En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

- a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.
- b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
- c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.
- d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.
- e. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.
- f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.
- g. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, celeres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.
- h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.
- i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.
- j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.

- k. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.
- 1.2. La enumeración de los derechos establecidos no excluye los demás que este Código garantiza ni los reconocidos en leyes especiales.
- 1.3. Es nula la renuncia a los derechos reconocidos por la presente norma, siendo nulo todo pacto en contrario.

Capítulo II **Información a los consumidores**

Subcapítulo I **Información en general**

Artículo 2.- Información relevante

- 2.1. El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
- 2.2. La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.
- 2.3. Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.
- 2.4. Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado.

CONCORDANCIAS:**Resolución Ministerial N° 048-2017-MTC-01.03**

Aprueban las Medidas para informar oportunamente a los consumidores sobre la falta de capacidad de los equipos receptores de radiodifusión de recibir señales de radiodifusión bajo el estándar ISDB-T

Artículo 3.- Prohibición de información falsa o que induzca a error al consumidor

Está prohibida toda información o presentación u omisión de información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, usos, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos.

Artículo 4.- Información sobre la integridad del precio

- 4.1. Cuando el proveedor exhiba precios de los productos o servicios o los consigne en sus listas de precios, rótulos, letreros, etiquetas, envases u otros, debe indicar en forma destacada el precio total de los mismos, el cual debe incluir los tributos, comisiones y cargos aplicables.
- 4.2. Los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas o recargos adicionales al precio fijado, salvo que se trate de servicios distintos o adicionales tales como transporte, instalación o similares cuya retribución no se encuentre incluida en el precio.

Esta posibilidad debe ser informada de manera previa, adecuada y oportuna al consumidor, incluyendo el precio correspondiente a los recargos adicionales que puedan ser determinables por el proveedor, y aceptada expresamente por el consumidor. La carga de probar ello corresponde al proveedor.

Artículo 5.- Exhibición de precios o de listas de precios

- 5.1. Los establecimientos comerciales están obligados a consignar de manera fácilmente perceptible para el consumidor los precios de los productos en los espacios destinados para su exhibición. Igualmente, deben contar con una lista de precios de fácil acceso a los consumidores. En el caso de los establecimientos que expenden una gran cantidad de productos o servicios, estas listas pueden ser complementadas por terminales de cómputo debidamente organizados y de fácil manejo para los consumidores.

- 5.2. Para el caso de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, los establecimientos farmacéuticos deben poner a disposición del consumidor el listado de precios de estos productos. La relación de precios de los productos farmacéuticos está ordenada alfabéticamente, de acuerdo a su Denominación Común Internacional [DCI].
- 5.3. Los establecimientos que expenden comidas y bebidas y los servicios de hospedaje y hostelería están obligados a colocar sus listas de precios en el exterior, de forma accesible y visible para consulta del consumidor. En estos servicios está prohibido el cobro de montos adicionales por cualquier tipo de concepto o recargo de manera disgregada al precio final, con excepción del recargo al consumo por concepto de servicio de los trabajadores previsto en norma especial, en cuyo caso debe informarse al consumidor de manera oportuna, accesible y visible.

Artículo 6.- Información de precios en moneda nacional y extranjera

- 6.1. En caso de que los precios de los productos o servicios se difundan o publiciten en moneda extranjera, los mismos se consignan también en moneda nacional, en caracteres y condiciones iguales, y con la indicación del tipo de cambio aceptado para efectos de pago. Esta norma no es de aplicación para aquellos proveedores que ofrezcan directamente al público productos y servicios desde y hacia el exterior.
- 6.2. Si el precio se anuncia en moneda extranjera, el proveedor está obligado a aceptar el pago en dicha moneda o en su precio equivalente en moneda nacional a elección del consumidor.
- 6.3. En estos casos, se debe ubicar en lugares visibles del local, carteles, avisos o similares, con información sobre el tipo de cambio aceptado para efectos de pago.

Artículo 7.- Medio de pago

- 7.1. En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros, dicha información deber ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares. En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio.

- 7.2. En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago, salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago.

Artículo 8.- Información sobre productos manufacturados

Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores debe efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el Sistema Legal de Unidades de Medida. Tratándose de productos de manufactura extranjera, debe brindarse en idioma castellano la información relacionada con los ingredientes, los componentes, las condiciones de las garantías, los manuales de uso, las advertencias y los riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño.

Artículo 9.- Información acerca de las limitaciones en el suministro de partes y accesorios

En el caso de la producción, fabricación, ensamble, importación, distribución o comercialización de productos respecto de los que no se brinde el suministro oportuno de partes y accesorios o servicios de reparación y mantenimiento o en los que dichos suministros o servicios se brinden con limitaciones, los proveedores deben informar de tales circunstancias de manera clara e inequívoca al consumidor. De no brindar dicha información, quedan obligados y son responsables por el oportuno suministro de partes y accesorios, servicios de reparación y de mantenimiento de los bienes que produzcan, fabriquen, ensambren, importen o distribuyan, durante el lapso en que los comercialicen en el mercado nacional y, posteriormente, durante un lapso razonable en función de la durabilidad de los productos.

La responsabilidad de probar la comunicación previa a la configuración de la relación de consumo sobre las limitaciones en el suministro de partes y accesorios, corresponde al proveedor.

El cumplimiento de la obligación de informar a cargo del proveedor no debe implicar una afectación a sus derechos protegidos bajo las normas de propiedad industrial.

Artículo 10.- Información acerca de los productos envasados

- 10.1. Sin perjuicio de lo señalado en el artículo 2, los productos envasados ofrecidos al consumidor deben tener de manera visible y legible la información establecida en la norma sectorial de rotulado correspondiente. En el caso de productos destinados a la alimentación y la salud de las personas, esta obligación se extiende a informar sobre sus ingredientes y componentes.

- 10.2. Es competencia del Indecopi fiscalizar el cumplimiento de los artículos 8 y 10, así como sancionar las infracciones, únicamente si el producto se encuentra a disposición del consumidor o expedito para su distribución en los puntos finales de venta, sin perjuicio de las competencias sectoriales que correspondan. Su competencia no se restringe a las listas de productos que pudieran contemplar normas sectoriales de rotulado, resultando aplicables las exigencias establecidas en la presente norma a todos los productos destinados a los consumidores.

Artículo 11.- Información sobre productos no originales o con defectos

Cuando se expende al público productos con alguna deficiencia o defecto, usados, reconstruidos o remanufacturados, debe informarse notoriamente esta circunstancia al consumidor, mediante mecanismos directos de información, haciéndolo constar indistintamente en los propios artículos, etiquetas, envolturas o empaques, y en los comprobantes de pago correspondientes, siendo su responsabilidad acreditar el cumplimiento de dicha obligación. El incumplimiento de esta exigencia es considerado contrario a la buena fe en el comportamiento exigible al proveedor.

Subcapítulo II

Protección del consumidor frente a la publicidad

Artículo 12.- Marco legal

La publicidad comercial de productos y servicios se rige por las normas contenidas en el Decreto Legislativo núm. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, o por aquellas normas que las sustituyan o modifiquen, y por las normas específicas del presente subcapítulo y las de publicidad de determinados productos y servicios contenidas en el presente Código.

Artículo 13.- Finalidad

La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios, limitaciones o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Asimismo, atendiendo al impacto que la publicidad puede generar en las conductas sociales, la protección del consumidor frente a la publicidad persigue que los anuncios no afecten el principio de adecuación social, evitando que induzcan a cometer actos ilegales o antisociales o de discriminación u otros de similar índole.

Artículo 14.- Publicidad de promociones

- 14.1. La publicidad de promociones de ventas debe consignar, en cada uno de los anuncios que la conforman, la indicación clara de su duración y la cantidad mínima de unidades disponibles de productos ofrecidos. En caso contrario, el proveedor está obligado a proporcionar a los consumidores que lo soliciten los productos o servicios ofertados, en las condiciones señaladas. Corresponde al proveedor probar ante las autoridades el cumplimiento del número y calidad de los productos ofrecidos y vendidos en la promoción.
- 14.2. Cuando existan condiciones y restricciones de acceso a las promociones de ventas, éstas deben ser informadas en forma clara, destacada y de manera que sea fácilmente advertible por el consumidor en cada uno de los anuncios que las publiciten o en una fuente de información distinta, siempre que en cada uno de los anuncios se informe clara y expresamente sobre la existencia de dichas restricciones, así como de las referencias de localización de dicha fuente de información.
- 14.3. La fuente de información indicada en el párrafo anterior debe ser un servicio gratuito de fácil acceso para los consumidores e idóneo en relación con el producto o servicio y el público al que van dirigidos los anuncios, que les permita informarse, de manera pronta y suficiente sobre las condiciones y restricciones aplicables a la promoción anunciada. Dicho servicio de información puede ser prestado a través de páginas web o servicios de llamada de parte del consumidor sin costo, entre otros medios.
- 14.4. La información complementaria no consignada en los anuncios y puesta a disposición a través de una fuente de información distinta debe ser consistente y no contradictoria con el mensaje publicitario. La carga de la prueba de la idoneidad de dicho servicio y de la información proporcionada por éste recae sobre el anunciante.

Artículo 15.- Sorteos, canjes o concursos

En el caso de sorteos, canjes o concursos se procede de acuerdo con el Reglamento de Promociones Comerciales y Rifas con Fines Sociales, aprobado mediante Decreto Supremo núm. 006-2000-IN, o con las normas que lo sustituyan.

Artículo 16.- Publicidad dirigida a menores de edad

La publicidad dirigida a los menores de edad no debe inducirlos a conclusiones equívocas sobre las características reales de los productos anunciados o sobre las posibilidades de los mismos, debiendo respetar la ingenuidad, la credulidad, la inexperiencia y el sentimiento de lealtad de los menores. Asimismo, dicha publicidad no debe generar sentimientos de inferioridad al menor que no consume el producto ofrecido.

Artículo 17.- Competencia

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi es la autoridad encargada en forma exclusiva y excluyente para conocer en primera instancia la verificación del cumplimiento de las normas que regulan la publicidad en protección del consumidor. Sin perjuicio de ello, las afectaciones concretas y específicas a los derechos de los consumidores a consecuencia de la publicidad comercial constituyen infracciones al presente Código y son de competencia de la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi.

Capítulo III **Idoneidad de los productos y servicios**

Artículo 18.- Idoneidad

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sea necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

Artículo 19.- Obligación de los proveedores

El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y éstos, así como por el contenido y la vida útil del producto indicado en el envase, en lo que corresponda.

Artículo 20.- Garantías

Para determinar la idoneidad de un producto o servicio, debe compararse el mismo con las garantías que el proveedor está brindando y a las que está obligado. Las garantías son las características, condiciones o términos con los que cuenta el producto o servicio.

Las garantías pueden ser legales, explícitas o implícitas:

- a. Una garantía es legal cuando por mandato de la ley o de las regulaciones vigentes no se permite la comercialización de un producto o la prestación de un servicio sin cumplir con la referida garantía. No se puede pactar en contrario respecto de una garantía legal y la misma se entiende incluida en los contratos de consumo, así no se señale expresamente. Una garantía legal no puede ser desplazada por una garantía explícita ni por una implícita.
- b. Una garantía es explícita cuando se deriva de los términos y condiciones expresamente ofrecidos por el proveedor al consumidor en el contrato, en el etiquetado del producto, en la publicidad, en el comprobante de pago o cualquier otro medio por el que se pruebe específicamente lo ofrecido al consumidor. Una garantía explícita no puede ser desplazada por una garantía implícita.
- c. Una garantía es implícita cuando, ante el silencio del proveedor o del contrato, se entiende que el producto o servicio cumplen con los fines y usos previsibles para los que han sido adquiridos por el consumidor considerando, entre otros aspectos, los usos y costumbres del mercado.

Artículo 21.- Protección de las expectativas del consumidor

- 21.1. A falta de garantía explícita, la garantía implícita vincula al proveedor.
- 21.2. Para determinar qué prestaciones y características se incorporan a los términos y condiciones de una operación en caso de silencio de las partes o en caso de que no existan otros elementos de prueba que demuestren qué es lo que las partes acordaron realmente, se acude a las costumbres y usos comerciales, a las circunstancias que rodean la adquisición y a otros elementos que se consideren relevantes.

En lo no previsto, se considera que las partes acordaron que el producto o servicio resulta idóneo para los fines ordinarios para los cuales éstos suelen ser adquiridos o contratados, según lo previsto en el artículo 18.

- 21.3. La acreditación de la existencia de una condición distinta a la normalmente previsible, dadas las circunstancias, corresponde al beneficiado por dicha condición en la relación de consumo.

Artículo 22.- Garantía de uso o buen funcionamiento

El proveedor que consigne la leyenda “garantizado” en las diferentes formas de presentación de un producto debe informar su alcance, duración y condiciones, así como la individualización de las personas que las extienden y los establecimientos en los que puede hacerse efectiva.

La indicación de exclusiones o limitaciones al otorgamiento de una garantía no puede conllevar a limitaciones que no sean justificadas o que la desnaturalicen.

El tiempo que duren las reparaciones efectuadas al amparo de la garantía no es computable dentro del plazo de la misma. En el caso de reposición del producto, debe renovarse el plazo de la garantía.

Artículo 23.- Servicios de reparación

- 23.1. El prestador de servicios de reparación está obligado a brindar el servicio diligentemente, y en caso de que sea necesaria la sustitución de componentes, a emplear componentes o repuestos nuevos y apropiados al producto de que se trate, salvo que, en cuanto a esto último, el consumidor autorice expresamente y por escrito lo contrario.

El prestador de servicios de reparación está obligado a dejar constancia escrita del estado del producto cuando lo reciba en reparación, indicando el defecto visible u otro encontrado en el producto, así como de su estado al momento de su devolución al consumidor. El consumidor puede dejar en dicho documento cualquier observación o comentario que considere pertinente respecto de lo anterior. El prestador del servicio debe entregar copia de dicha constancia al consumidor.

- 23.2. Cuando un producto objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado y éstos sean imputables a quien prestó el servicio, el consumidor tiene derecho, dentro de los treinta (30) días contados a partir de la recepción del producto, a que se le repare nuevamente sin costo adicional.
- 23.3. Cuando por deficiencia del servicio que otorgue el prestador, el producto objeto de reparación, limpieza, mantenimiento u otro similar se pierde o sufre menoscabo, deterioro o modificación que disminuya su valor o lo haga total o parcialmente inapropiado para el uso normal al que está destinado

o lo convierta en peligroso, el prestador del servicio debe indemnizar al consumidor por los daños y perjuicios ocasionados.

- 23.4. El incumplimiento de la obligación a que se refiere el párrafo 23.1 da lugar a la obligación del prestador del servicio de sustituir, sin cargo alguno, los componentes o repuestos de que se trate.

Artículo 24.- Servicio de atención de reclamos

- 24.1. Sin perjuicio del derecho de los consumidores de iniciar las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, los proveedores están obligados a atender los reclamos presentados por sus consumidores y dar respuesta a los mismos en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que es puesta en conocimiento del consumidor antes de la culminación del plazo inicial.
- 24.2. En caso de que el proveedor cuente con una línea de atención de reclamos o con algún medio electrónico u otros similares para dicha finalidad, debe asegurarse que la atención sea oportuna y que no se convierta en un obstáculo al reclamo ante la empresa.
- 24.3. No puede condicionarse la atención de reclamos de consumidores o usuarios al pago previo del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 011-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el reglamento del libro de reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Capítulo IV Salud y seguridad de los consumidores

Subcapítulo I Protección a la salud y seguridad de los consumidores

Artículo 25.- Deber general de seguridad

Los productos o servicios ofertados en el mercado no deben conllevar, en condiciones de uso normal o previsible, riesgo injustificado o no advertido para la salud o seguridad de los consumidores o sus bienes.

Artículo 26.- Medidas de los proveedores frente a los riesgos previstos

En caso de que, por la naturaleza o componentes del producto o del servicio que se comercialice, el riesgo sea previsible para el proveedor, este debe tomar las medidas necesarias para su adecuada conservación, manipulación y transporte, advirtiendo al consumidor de dicho riesgo, así como del modo correcto de la utilización del producto o la prestación del servicio, y las acciones a tomar en caso de producido un daño. Las acciones del proveedor no deben incrementar el riesgo previsible.

Artículo 27.- Información de productos o sustancias peligrosas

La comercialización de productos químicos y de todos aquellos que en su composición lleven sustancias o elementos peligrosos debe efectuarse cumpliendo con las normas sectoriales pertinentes, empleando envases que garanticen la salud y seguridad de los consumidores, consignando de forma visible y destacada las indicaciones sobre su uso y las advertencias sobre su manipulación.

Artículo 28.- Medidas de los proveedores para eliminar o reducir los peligros no previstos

En caso de que se coloquen productos o servicios en el mercado, en los que posteriormente se detecte la existencia de riesgos no previstos con anterioridad o imprevisibles, el proveedor está obligado a adoptar las medidas razonables para eliminar o reducir el peligro en el plazo inmediato; entre ellas, notificar a las autoridades competentes esta circunstancia, retirar los productos o servicios, disponer su sustitución o reparación, e informar a los consumidores, a la brevedad, de las advertencias del caso. La prueba de las medidas adoptadas corresponde al proveedor.

Tratándose de riesgos previsible con anterioridad a su introducción en el mercado, la responsabilidad por la adopción de las medidas anteriores se entiende sin perjuicio de la responsabilidad administrativa.

CONCORDANCIAS:**Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 164-2016-INDECOPI-COD**

Aprueban el formato denominado "Formato para informar al Indecopi de la existencia de productos o servicios con riesgos no previstos"

Artículo 29.- Criterios aplicables a la información y advertencia sobre el riesgo y la peligrosidad

La advertencia de los riesgos y peligros que normalmente tienen ciertos productos o servicios, o de los riesgos y peligros no previstos o imprevisibles que se detecten con

posterioridad a la colocación de los productos o a la prestación de los servicios en el mercado, debe realizarse cumpliendo con los siguientes criterios:

- a. La advertencia debe ser difundida con la debida celeridad. Se deben difundir las advertencias en un plazo prudencial de acuerdo con la gravedad del riesgo o peligro involucrados. Tratándose de un daño grave a la vida o a la salud de los consumidores, las advertencias deben ser difundidas de inmediato, apenas existan indicios para suponer la existencia del peligro.
- b. Debe usarse un encabezamiento o señal de advertencia adecuados al riesgo o peligro que se advierte. El título con el que se pretende llamar la atención del consumidor debe ser adecuado para que, sin alarmar innecesariamente, llame la atención lo suficiente con relación a la magnitud del riesgo al segmento de la población afectada y permita a los interesados identificar la importancia de la advertencia para ello.
- c. El tamaño y frecuencia de la advertencia deben ser adecuados. Las dimensiones de la advertencia y la frecuencia con la que se hace, en el caso de que la advertencia se haga por medios de comunicación, deben permitir que se llegue a los consumidores afectados o potencialmente afectados.
- d. Se debe especificar la naturaleza del riesgo o peligro que se advierte señalando si dicho riesgo afecta la vida o salud del consumidor, su propiedad o la pérdida o afectación del producto adquirido.
- e. Debe utilizarse un lenguaje accesible y entendible por un consumidor que actúa con la diligencia ordinaria según las circunstancias del caso. Debe, por tanto, descartarse el uso de lenguaje excesivamente técnico o científico, utilizándose, por el contrario, términos que permitan al consumidor entender cuáles son los riesgos o peligros que se le advierten.
- f. Se debe describir el nivel de certidumbre que rodea al riesgo o peligro previsible. Si el riesgo es solo potencial o no se tiene certeza absoluta del mismo, debe indicarse ello en el aviso o advertencia, pudiendo en esos casos usarse expresiones condicionales. Por el contrario, si se trata de un riesgo cierto y preciso, debe utilizarse un lenguaje que dé a entender ello al consumidor.
- g. Deben explicarse las medidas que se adoptan para evitar el riesgo o daño o para mitigar los efectos que puedan producirse. La advertencia debe, de ser posible, señalar cómo corregir estos problemas de una manera clara y sencilla.

- h. Se debe incluir una fuente de información alternativa, que sea gratuita y de fácil acceso para los consumidores, con la finalidad de poder contar con mayor información sobre las advertencias de los riesgos y peligros del producto, indicando el número gratuito de contacto o su localización. Dicha información debe ser, además, comunicada de inmediato al Indecopi.

Subcapítulo II

Protección de los consumidores en los alimentos

Artículo 30.- Inocuidad de los alimentos

Los consumidores tienen derecho a consumir alimentos inocuos. Los proveedores son responsables de la inocuidad de los alimentos que ofrecen en el mercado, de conformidad con la legislación sanitaria.

Artículo 31.- Calidad de los alimentos

Los proveedores que alegan algún aspecto de calidad de sus productos, sea mediante el uso de frases, expresiones o imágenes, deben estar en condiciones de probarlo, de conformidad con lo dispuesto en el presente Código y la normativa vigente.

Para los efectos de aplicación del presente artículo, se entiende por calidad al conjunto de características de un producto que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas.

Artículo 32.- Etiquetado y denominación de los alimentos

El etiquetado de los alimentos se rige de conformidad con la legislación sobre la materia o en su defecto a lo establecido en el Codex Alimentarius.

Los alimentos deben llevar en su etiquetado de manera destacada la denominación que refleje su verdadera naturaleza, sin generar confusión ni engaño al consumidor.

Las alegaciones saludables deben sustentarse de acuerdo con la legislación sobre la materia o en su defecto a lo establecido en el Codex Alimentarius.

Artículo 33.- Alimentos modificados

Los alimentos modificados por sustracción, sustitución o adición de ingredientes solo pueden utilizar la denominación de los productos originales cuando lo permita la legislación sobre la materia o en su defecto el Codex Alimentarius.

Artículo 34.- Información complementaria

En todos los casos en que el proveedor brinde información complementaria mediante sitios en internet u otras formas de difusión, la misma debe ser clara, comprensible, veraz y fácilmente accesible, observando lo dispuesto en el presente Código y en la

legislación de la materia. La remisión a esta fuente de información distinta debe ser clara y expresa.

Artículo 35.- Alimentos orgánicos

Los proveedores que ofrezcan alimentos orgánicos deben ser debidamente certificados y deben identificarlos claramente en las etiquetas, envases y los medios de información directos o indirectos.

Artículo 36.- Etiquetado de grasas trans

Cuando un alimento contenga un tipo de grasa considerada trans debe advertirlo en su etiqueta, así como su porcentaje.

CONCORDANCIAS:

Resolución Ministerial N° 139-2012-MINSA

Aprueban la "Norma Técnica de Salud que Establece Directrices Generales para la Consignación de Ácidos Grasos Trans [AGT] en el etiquetado de Alimentos elaborados industrialmente"

Artículo 37.- Etiquetado de alimentos genéticamente modificados

Los alimentos que incorporen componentes genéticamente modificados deben indicarlo en sus etiquetas.

Capítulo V

Protección de los intereses sociales y económicos

Artículo 38.- Prohibición de discriminación de consumidores

- 38.1. Los proveedores no pueden establecer discriminación alguna por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole, respecto de los consumidores, se encuentren estos dentro o expuestos a una relación de consumo.
- 38.2. Está prohibida la exclusión de personas sin que medien causas de seguridad del establecimiento o tranquilidad de sus clientes u otros motivos similares.
- 38.3. El trato diferente de los consumidores debe obedecer a causas objetivas y razonables. La atención preferente en un establecimiento debe responder a situaciones de hecho distintas que justifiquen un trato diferente y existir una proporcionalidad entre el fin perseguido y el trato diferente que se otorga.

Artículo 39.- Carga de la prueba

La carga de la prueba sobre la existencia de un trato desigual corresponde al consumidor afectado cuando el procedimiento se inicia por denuncia de este o a la administración cuando se inicia por iniciativa de ella. Para acreditar tal circunstancia, no es necesario que el afectado pertenezca a un grupo determinado. Corresponde al proveedor del producto o servicio acreditar la existencia de una causa objetiva y justificada. Si el proveedor demuestra la existencia de una causa objetiva y razonable, le corresponde a la otra parte probar que esta es en realidad un pretexto o una simulación para incurrir en prácticas discriminatorias. Para estos efectos, es válida la utilización de indicios y otros sucedáneos de los medios probatorios.

Artículo 40.- Obligación de informar sobre restricciones de acceso a establecimientos

Los establecimientos abiertos al público que establezcan restricciones objetivas y justificadas de acceso a sus instalaciones tienen la obligación de informar dichas restricciones a los consumidores, de manera directa, clara y oportuna, en forma previa al acto de consumo, mediante la ubicación de carteles o avisos, de manera visible y accesible en el exterior del establecimiento y, complementariamente, a través de otros medios de información. Las restricciones no pueden ser redactadas de manera genérica o ambigua.

Artículo 41.- Trato preferente de gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad

41.1. El proveedor está en la obligación de garantizar la atención preferente de gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, en todos los sistemas de atención con que cuente, debiendo facilitar al consumidor todos los mecanismos necesarios para denunciar el incumplimiento de esta norma bajo responsabilidad.

41.2. Respecto de los beneficiarios del trato preferente, el proveedor debe:

- a. Consignar en un lugar visible, de fácil acceso y con caracteres legibles su derecho a la atención preferente.
- b. Adecuar su infraestructura en lo que corresponda e implementar medidas garantizando su acceso y seguridad.
- c. Exonerarlos de turnos o cualquier otro mecanismo de espera.
- d. Implementar un mecanismo de presentación de quejas contra quienes incumplan con esta disposición.

- 41.3. El proveedor que incumple con lo establecido en esta norma y otras disposiciones sobre la materia es sancionado conforme a los procedimientos establecidos en las leyes, normas y reglamentos especiales.

Artículo 42.- Información sobre consumidores en centrales privadas de riesgo

- 42.1. Todo consumidor tiene derecho a conocer los datos, el contenido y las anotaciones de su historial crediticio registrado en las centrales de riesgo en forma gratuita mediante la visualización en pantalla y cuando lo considere necesario.
- 42.2. Todo consumidor tiene derecho, a su solicitud, a obtener gratuita y semestralmente de cualquier central de riesgo o cuando la información contenida en sus bancos de datos haya sido objeto de rectificación, un reporte escrito con la información sobre su historial crediticio que conste en dicha base de datos.
- 42.3. El consumidor tiene derecho a la actualización de su registro en una central de riesgo, dentro de un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contados desde que la central de riesgo recibe la información pertinente que le permita efectuar la actualización. El acreedor tiene la obligación de informar oportunamente en los plazos previstos en la normativa correspondiente a las centrales de riesgo a las que reportó de un deudor moroso, en el momento en que este haya cancelado su obligación, para el registro respectivo.
- 42.4. La información que haya originado una anotación errónea debe ser retirada inmediatamente, bajo responsabilidad y costo de la misma central de riesgo.
- 42.5. Las centrales de riesgo están en la obligación de salvaguardar la información personal de los consumidores bajo responsabilidad y a que la información que sea pública responda a la situación real del titular de la información en determinado momento, conforme a la normativa correspondiente.
- 42.6. Las disposiciones del presente artículo se aplican en concordancia con la legislación especial sobre la materia.

Artículo 43.- Constancia de cancelación de créditos

Cuando los consumidores cancelan íntegramente una obligación en cualquier entidad financiera o de crédito, tienen derecho a obtener, a su solicitud, una constancia de cancelación en forma gratuita otorgada por dicha entidad.

Artículo 44.- Redondeo de precios

Se encuentra prohibido que los proveedores redondeen los precios en perjuicio del consumidor, salvo que este manifieste expresamente su aceptación al momento de efectuar el pago del producto o servicio. Para los efectos de los donativos que se realicen, los establecimientos deben contar con carteles que informen en forma destacada el destino de esos donativos o la institución beneficiaria, sin perjuicio del cumplimiento de las demás obligaciones que establezca el Indecopi.

**TÍTULO II
CONTRATOS****Capítulo I
Disposiciones Generales****Artículo 45.- Contrato de consumo**

El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica.

Las disposiciones del presente capítulo son aplicables a todos los contratos de consumo, sean celebrados por cualquier modalidad o forma, según la naturaleza y alcances correspondientes.

En todo lo no previsto por el presente Código o en las leyes especiales, son de aplicación las normas del Código Civil en cuanto resulten compatibles con la naturaleza de estos contratos.

Artículo 46.- Integración y vinculación de la oferta, promoción y publicidad

La oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios se ajusta a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad.

El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

Artículo 47.- Protección mínima del contrato de consumo

En los contratos de consumo se observa lo siguiente:

- a. En los contratos cuyas condiciones consten por escrito o en algún otro tipo de soporte, debe constar en forma inequívoca la voluntad de contratar

del consumidor. Es responsabilidad de los proveedores establecer en los contratos las restricciones o condiciones especiales del producto o servicio puesto a disposición del consumidor.

- b. No pueden incluirse cláusulas o ejercerse prácticas que impongan obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos reconocidos al consumidor en los contratos.
- c. Los consumidores tienen derecho a emplear los mismos mecanismos de forma, lugar y medios utilizados para la celebración de los contratos para desvincularse de estos, como por ejemplo la vía telefónica, cualquier medio electrónico u otro análogo. Esta facultad comprende la contratación de prestaciones adicionales o complementarias.
- d. En el caso de formularios contractuales, los caracteres de éstos deben ser adecuadamente legibles para los consumidores, no debiendo ser inferiores a tres [3] milímetros. La redacción y términos utilizados deben facilitar su comprensión por los consumidores.
- e. Los proveedores deben entregar a los usuarios copia de los contratos y demás documentación relacionada con dichos actos jurídicos cuando éstos hayan sido celebrados por escrito, incluidas las condiciones generales de la contratación. Los proveedores son responsables de dejar constancia de la entrega de los documentos al consumidor. En el caso de contratación electrónica, el proveedor es responsable de acreditar que la información fue puesta oportunamente a disposición del consumidor.

No son exigibles las cláusulas, condiciones, estipulaciones y prácticas que infrinjan el presente artículo.

Artículo 48.- Requisitos de las cláusulas contenidas en un contrato de consumo por adhesión

En los contratos de consumo celebrados por adhesión o con cláusulas generales de contratación, debe cumplirse con los siguientes requisitos:

- a. Concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, debe hacerse referencia expresa en el documento contractual.
- b. Accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo del contenido del contrato antes de su suscripción.

- c. Buena fe y equilibrio necesario en los derechos y obligaciones de las partes, lo que en todo caso excluye la utilización de cláusulas abusivas.

Lo dispuesto en el presente artículo resulta de aplicación a los contratos celebrados en base a cláusulas generales de contratación, se encuentren o no sometidas a aprobación administrativa.

Capítulo II **Cláusulas abusivas**

Artículo 49.- Definición de cláusulas abusivas

- 49.1. En los contratos por adhesión y en las cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, se consideran cláusulas abusivas y, por tanto, inexigibles todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que, en contra de las exigencias de la buena fe, coloquen al consumidor, en su perjuicio, en una situación de desventaja o desigualdad o anulen sus derechos.
- 49.2. Para la evaluación de las cláusulas abusivas, se tiene en cuenta la naturaleza de los productos o servicios objeto del contrato, todas las circunstancias que concurren en el momento de su celebración, incluida la información que se haya brindado, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que este dependa.
- 49.3. El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se haya negociado individualmente no excluye la aplicación de las normas sobre cláusulas abusivas al resto del contrato. El proveedor que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente asume la carga de la prueba.

Artículo 50.- Cláusulas abusivas de ineficacia absoluta

Son cláusulas abusivas de ineficacia absoluta las siguientes:

- a. Las que excluyan o limiten la responsabilidad del proveedor o sus dependientes por dolo o culpa, o las que trasladen la responsabilidad al consumidor por los hechos u omisiones del proveedor.
- b. Las que faculten al proveedor a suspender o resolver unilateralmente un contrato, salvo disposición legal distinta o la aplicación de normas prudenciales debidamente sustentadas emitidas por la autoridad correspondiente.

- c. Las que faculden al proveedor a resolver un contrato sin comunicación previa o a poner fin a un contrato de duración indeterminada sin un plazo de antelación razonable, salvo disposición legal distinta o la aplicación de normas prudenciales debidamente sustentadas emitidas por la autoridad correspondiente.
- d. Las que establezcan a favor del proveedor la facultad unilateral de prorrogar o renovar el contrato.
- e. Las que excluyan o limiten los derechos legales reconocidos a los consumidores, como el derecho a efectuar pagos anticipados o prepagos, o a oponer la excepción de incumplimiento o a ejercer el derecho de retención, consignación, entre otros.
- f. Las que establezcan respecto del consumidor limitaciones a la facultad de oponer excepciones procesales, limitaciones a la presentación de pruebas, inversión a la carga de la prueba, entre otros derechos concernientes al debido proceso.
- g. Las que establezcan la renuncia del consumidor a formular denuncia por infracción a las normas del presente Código.
- h. Las que sean contrarias o violatorias a normas de orden público o de carácter imperativo.

Artículo 51.- Cláusulas abusivas de ineficacia relativa

De manera enunciativa, aunque no limitativa, son cláusulas abusivas atendiendo al caso concreto, las siguientes:

- a. Las que impongan obstáculos onerosos o desproporcionados para el ejercicio de los derechos reconocidos al consumidor en los contratos.
- b. Las que permitan al proveedor modificar unilateralmente las condiciones y términos de un contrato de duración continuada, en perjuicio del consumidor, salvo que obedezca a motivos expresados en él y el consumidor goce del derecho a desvincularse del mismo sin penalización alguna. Lo dispuesto en el presente literal no afecta las cláusulas de adaptación de los precios a un índice de ajuste legal ni la fijación de tarifas de los servicios públicos sujetos a regulación económica.
- c. Las que establezcan la prórroga automática del contrato fijando un plazo excesivamente breve para que el consumidor manifieste su voluntad de no prorrogarlo.

- d. Las que establezcan cargas económicas o procedimientos engorrosos para efectuar quejas ante el proveedor, así como las que establezcan procedimientos engorrosos para proceder a la reparación del producto no idóneo, o supongan cualquier acto previo o acción por parte del consumidor que imposibilite la debida protección de sus derechos.
- e. Las que permitan al proveedor delegar la ejecución de su prestación a un tercero cuando aquel fue elegido por sus cualidades personales.
- f. Las que establezcan que el proveedor puede cambiar unilateralmente en perjuicio del consumidor el tipo de moneda con la que fue celebrado el contrato.

Artículo 52.- Inaplicación de las cláusulas abusivas

- 52.1. Las cláusulas abusivas ineficaces a que se refiere el presente Código son inaplicadas por la autoridad administrativa.
- 52.2. El ejercicio de esta facultad por la autoridad administrativa se hace efectivo sin perjuicio de las decisiones que sobre el particular pueden ser adoptadas en el ámbito jurisdiccional o arbitral, según fuese el caso.

Capítulo III

Aprobación administrativa

Artículo 53.- Cláusulas generales de contratación

Las cláusulas generales de contratación se rigen por las disposiciones contenidas en el presente Código y por lo dispuesto en el Código Civil.

Artículo 54.- Aprobación de cláusulas generales de contratación

- 54.1. En el caso de los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos, sujetos o no a regulación económica², la aprobación administrativa de las cláusulas generales de contratación está a cargo del organismo regulador competente, conforme a la ley de la materia y a las disposiciones que emita para dicho efecto.

² De conformidad con el Artículo 1 del Decreto de Urgencia N° 061-2010, publicado el 05 de septiembre de 2010, el presente numeral, está referido únicamente a los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos sujetos a regulación económica. Posteriormente, el citado Decreto de Urgencia fue declarado inconstitucional por el Resolutivo N° 1 de la Sentencia del Tribunal Constitucional Expediente N° 00028-2010-PI-TC, publicada el 09 de abril de 2011.

- 54.2. En el caso de los contratos de consumo celebrados por empresas sometidas a la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, la aprobación administrativa de las cláusulas generales de contratación corresponde a dicha entidad, conforme a la ley de la materia.
- 54.3. La aprobación general de la cláusula general de contratación solo puede ser cuestionada en la vía judicial. El consumidor o usuario directamente afectado respecto de la aplicación concreta de la referida cláusula puede recurrir ante la autoridad administrativa o judicial competente para que emita pronunciamiento en el caso en concreto.
- 54.4. Si con motivo de una investigación efectuada en el ámbito de su competencia, sea en el marco del desarrollo de investigaciones preliminares o de los procedimientos a su cargo, el Indecopi detecta un mercado en el que resulta pertinente la aprobación administrativa de las cláusulas generales de contratación, informa de esa circunstancia a la Presidencia del Consejo de Ministros, a la que le corresponde decidir la necesidad de designar una autoridad encargada de ello.
- 54.5. En la aprobación de las cláusulas generales de contratación, la autoridad administrativa identifica las cláusulas abusivas y emite normas de carácter general que prohíben su inclusión en contratos futuros.

Artículo 55.- Difusión de las cláusulas generales de contratación aprobadas por la autoridad administrativa

La autoridad sectorial difunde en un lugar destacado de su portal institucional y, en su caso, a través de otros medios de difusión, las cláusulas generales de contratación aprobadas administrativamente y las cláusulas abusivas identificadas. El Indecopi mantiene enlaces en su portal institucional con las direcciones electrónicas de las autoridades sectoriales competentes en donde publiquen esa información.

TÍTULO III MÉTODOS COMERCIALES ABUSIVOS

Capítulo I Métodos comerciales coercitivos

Artículo 56.- Métodos comerciales coercitivos

- 56.1. De manera enunciativa y no limitativa, el derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales coercitivos implica que los proveedores no pueden:

- a. En los contratos de duración continuada o de tracto sucesivo, condicionar la venta de un producto o la prestación de un servicio a la adquisición de otro, salvo que, por su naturaleza o con arreglo al uso comercial, sean complementarios. La oferta de productos o servicios no complementarios debe garantizar que puedan ofrecerse por separado.
- b. Obligar al consumidor a asumir prestaciones que no ha pactado o a efectuar pagos por productos o servicios que no han sido requeridos previamente. En ningún caso puede interpretarse el silencio del consumidor como aceptación de dichas prestaciones o pagos, salvo que lo haya autorizado previamente de manera expresa.
- c. Modificar, sin el consentimiento expreso del consumidor, las condiciones y términos en los que adquirió un producto o contrató un servicio, inclusive si el proveedor considera que la modificación podría ser beneficiosa para el consumidor. No se puede presumir el silencio del consumidor como aceptación, salvo que él así lo haya autorizado expresamente y con anterioridad.
- d. Completar formularios, formatos, títulos valores y otros documentos emitidos incompletos por el consumidor, de manera distinta a la que fue expresamente acordada al momento de su suscripción.
- e. Establecer limitaciones injustificadas o no razonables al derecho del consumidor a poner fin a un contrato cuando legal o contractualmente se le haya reconocido ese derecho, o a emplear los mismos mecanismos de forma, lugar y medios utilizados en la celebración de los contratos para desvincularse de estos.
- f. Tomar ventaja indebida en las relaciones contractuales de duración continuada o de tracto sucesivo, en aquellas situaciones en las que el cambio de un proveedor resulta significativamente costoso para el consumidor.
- g. Exigir al consumidor la presentación de documentación innecesaria para la prestación del servicio que contrate o la entrega del producto adquirido, pudiendo, en todo caso, exigirse solo la documentación necesaria, razonable y pertinente de acuerdo con la etapa en la que se encuentre la prestación del producto o ejecución del servicio.

56.2. Se sujetan a estas limitaciones todas las ofertas de productos o servicios, sean estas efectuadas dentro o fuera de establecimientos comerciales o

mediante métodos de contratación a distancia, cualquiera sea el medio de comunicación empleado para ello.

Artículo 57.- Prácticas abusivas

También son métodos abusivos todas aquellas otras prácticas que, aprovechándose de la situación de desventaja del consumidor resultante de las circunstancias particulares de la relación de consumo, le impongan condiciones excesivamente onerosas o que no resulten previsibles al momento de contratar.

Capítulo II Métodos comerciales agresivos o engañosos

Artículo 58.- Definición y alcances

58.1. El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.

En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen:

- a. Crear la impresión de que el consumidor ya ha ganado, que ganará o conseguirá, si realiza un acto determinado, un premio o cualquier otra ventaja equivalente cuando, en realidad: (i) tal beneficio no existe, o (ii) la realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a efectuar un pago o incurrir en un gasto.
- b. El cambio de la información originalmente proporcionada al consumidor al momento de celebrarse la contratación, sin el consentimiento expreso e informado del consumidor.
- c. El cambio de las condiciones del producto o servicio antes de la celebración del contrato, sin el consentimiento expreso e informado del consumidor.
- d. Realizar visitas en persona al domicilio del consumidor o realizar proposiciones no solicitadas, por teléfono, fax, correo electrónico u otro medio, de manera persistente e impertinente, o ignorando la petición del consumidor para que cese este tipo de actividades.

- e. Emplear centros de llamada [call centers], sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como prestar el servicio de telemarketing, a todos aquellos números telefónicos y direcciones electrónicas que hayan sido incorporados en el registro implementado por el Indecopi para registrar a los consumidores que no deseen ser sujetos de las modalidades de promoción antes indicadas.
- f. En general, toda práctica que implique dolo, violencia o intimidación que haya sido determinante en la voluntad de contratar o en el consentimiento del consumidor.

58.2. La presente disposición comprende todo tipo de contratación de productos o servicios, sea efectuada mediante contratos dentro o fuera del establecimiento del proveedor, ventas telefónicas, a domicilio, por catálogo, mediante agentes, contratos a distancia, y comercio electrónico o modalidades similares.

Artículo 59.- Derecho a la restitución

El consumidor tiene derecho a la restitución inmediata de las prestaciones materia del contrato de consumo en aquellos casos en que el proveedor haya incurrido en alguna de las prácticas indicadas en el artículo 58, cualquiera sea la modalidad de contratación empleada.

Para tal efecto, el consumidor cuenta con un plazo de siete (7) días calendario, contados a partir del día en que se produjo la contratación del producto o servicio, o desde el día de su recepción o inicio de su ejecución, lo que ocurra con posterioridad, sin perjuicio de su derecho a ejercer las acciones administrativas pertinentes conforme a las disposiciones del presente Código o a solicitar la anulación del contrato en la vía jurisdiccional correspondiente.

El derecho a la restitución se considera válidamente ejercido cuando el consumidor comunique fehacientemente al proveedor sobre ello y proceda a la devolución de los productos recibidos o solicite la interrupción del servicio contratado. Ejercido este derecho, el consumidor no asume reducción alguna del monto a ser devuelto en caso de que haya efectuado un uso normal del producto o disfrute del servicio, salvo que se haya generado un manifiesto deterioro o pérdida de su valor.

Corresponde al consumidor probar la causal que sustenta su derecho a la restitución y el ejercicio de este derecho conforme a lo dispuesto en el presente artículo.

Artículo 60.- Irrenunciabilidad del derecho a la restitución

Es nula la renuncia anticipada al derecho a la restitución, conforme a lo señalado en el artículo 59.

Capítulo III

Métodos abusivos en el cobro

Artículo 61.- Procedimientos de cobranza

El proveedor debe utilizar los procedimientos de cobranza previstos en las leyes. Se prohíbe el uso de métodos de cobranza que afecten la reputación del consumidor, que atenten contra la privacidad de su hogar, que afecten sus actividades laborales o su imagen ante terceros.

Artículo 62.- Métodos abusivos de cobranza

A efectos de la aplicación del artículo 61, se prohíbe:

- a. Enviar al deudor, o a su garante, documentos que aparenten ser notificaciones o escritos judiciales.
- b. Realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20.00 horas y las 07.00 horas o los días sábados, domingos y feriados.
- c. Colocar o exhibir a vista del público carteles o escritos en el domicilio del deudor o del garante, o en locales diferentes de éstos, requiriéndole el pago de sus obligaciones.
- d. Ubicar a personas con carteles alusivos a la deuda, con vestimenta inusual o medios similares, en las inmediaciones del domicilio o del centro de trabajo del deudor, requiriéndole el pago de una obligación.
- e. Difundir a través de los medios de comunicación nóminas de deudores y requerimientos de pago sin mediar orden judicial. Lo anterior no comprende a la información que se proporcione a las centrales privadas de información de riesgos reguladas por ley especial, la información brindada a la Central de Riesgos de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones ni la información que por norma legal proporcione el Estado.
- f. Enviar comunicaciones o realizar llamadas a terceros ajenos a la obligación informando sobre la morosidad del consumidor.
- g. Enviar estados de cuenta, facturas por pagar y notificaciones de cobranza, sea cual fuera la naturaleza de estas últimas, al domicilio de un tercero ajeno a la relación de consumo, salvo que se trate de un domicilio contractualmente acordado o que el deudor haya señalado un nuevo domicilio válido.
- h. Cualquier otra modalidad análoga a lo señalado anteriormente.

TÍTULO IV

LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN PRODUCTOS O SERVICIOS ESPECÍFICOS

Capítulo I

Servicios públicos regulados

Artículo 63.- Regulación de los servicios públicos

La protección al usuario de los servicios públicos regulados por los organismos reguladores a que hace referencia la Ley núm. 27332, Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos, se rige por las disposiciones del presente Código en lo que resulte pertinente y por la regulación sectorial correspondiente. La regulación sectorial desarrolla en sus normas reglamentarias los principios de protección establecidos en el presente Código. El ente encargado de velar por su cumplimiento es el organismo regulador respectivo.

Para los efectos del cumplimiento de la finalidad señalada, el organismo regulador debe, entre otros, efectuar la permanente fiscalización de la medición del servicio, de las condiciones de facturación, y desarrollar sus facultades de sanción, cuando corresponda.

Artículo 64.- Principios generales aplicables a los procedimientos de reclamaciones en materia de servicios públicos regulados

64.1. En la tramitación de los procedimientos de reclamaciones interpuestas por los usuarios de los servicios públicos regulados, rigen los siguientes principios:

- a. Principio de celeridad:** Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas sin exceder el plazo fijado para las mismas. En caso de que el reclamo no sea resuelto por el proveedor dentro del plazo fijado, se aplica el silencio administrativo positivo y se da la razón al reclamante.
- b. Principio de concentración procesal:** Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas tendiendo a una reducción de los actos procesales, sin afectar el derecho al debido procedimiento.
- c. Principio de simplicidad:** Los procedimientos de reclamaciones de usuarios deben ser atendidos y solucionados con las formalidades mínimas siempre que aseguren la adecuada protección a los derechos del usuario.

- d. **Principio de transparencia:** Las reclamaciones de los usuarios deben ser atendidas y solucionadas, garantizando el acceso de estos al expediente y a la información sobre el procedimiento, en cualquier etapa de las mismas, con las restricciones que establezca la Ley.
- e. **Principio de no discriminación:** En los procedimientos de reclamaciones, no se discrimina entre los usuarios de servicios de naturaleza equivalente.
- f. **Principio de responsabilidad:** Los órganos competentes a cargo de la tramitación de las reclamaciones presentadas por los usuarios son responsables de los actos procesales que ejecuten.
- g. **Principio de gratuidad:** La interposición de reclamaciones de los usuarios de servicios públicos es gratuita.
- h. **Principio de presunción de veracidad:** Se presume que, en la interposición de sus reclamaciones, los usuarios expresan la verdad sobre su identidad y condición de usuario del servicio, sin perjuicio de las verificaciones posteriores pertinentes.
- i. **Principio de eliminación de exigencias costosas:** No se exige la presentación de documentos que contengan información que la propia entidad que los solicita posea o deba poseer por haber sido generada en cumplimiento de sus funciones.
- j. **Principio de subsanación:** En los procedimientos de reclamaciones de usuarios, los órganos establecidos para atender las mismas, que adviertan errores u omisiones en el procedimiento, deben encausarlos de oficio.
- k. **Principio de buena fe en los procedimientos:** Las partes intervinientes en un procedimiento de reclamación realizan sus respectivos actos procedimentales guiados por el respeto mutuo, la colaboración y la buena fe. Ninguna actuación en el procedimiento de reclamación puede realizarse de modo tal que ampare alguna conducta contra la buena fe procesal.

64.2. Los escritos presentados en el procedimiento de reclamaciones no requieren firma de abogado. Asimismo, en dichos procedimientos, no es obligatorio que los usuarios de servicios públicos cuenten con la asesoría de un abogado.

Artículo 65.- Atención de reclamaciones

Los usuarios tienen derecho a que sus reclamaciones vinculadas a la prestación de servicios públicos sean resueltas en última instancia administrativa por el organismo regulador respectivo.

Las instancias competentes, sus facultades y los procedimientos que rigen su actuación son los establecidos en las respectivas disposiciones emitidas por los organismos reguladores.

Sin perjuicio de ello, los prestadores de los servicios públicos deben implementar un sistema en el que deben registrarse todas las reclamaciones que presenten los usuarios de los servicios públicos. Este registro debe permitir hacer un seguimiento de estas desde su inicio hasta la emisión de la resolución correspondiente por parte de la empresa proveedora del servicio público.

Registrada una reclamación, la empresa proveedora del servicio público informa al usuario respecto del número o código de registro de la misma.

La empresa proveedora del servicio público debe remitir al organismo regulador correspondiente, periódicamente, un reporte de las reclamaciones presentadas, de acuerdo a su respectiva regulación sectorial.

Artículo 66.- Garantía de protección a los usuarios de servicios públicos regulados

- 66.1. La empresa proveedora del servicio público debe proporcionar al usuario reclamante, a su solicitud, información oportuna respecto al estado de los procedimientos de reclamación tramitados por este.
- 66.2. La empresa proveedora del servicio público no puede condicionar la atención de las reclamaciones formuladas por los usuarios al pago previo del monto reclamado.
- 66.3. La empresa proveedora del servicio público no puede suspender la prestación del servicio basándose en la falta de pago de los montos objeto de reclamación en tanto esta no haya sido resuelta ni puede efectuar gestiones de cobranza por dichos montos mientras la reclamación presentada se encuentre en trámite.
- 66.4. Los usuarios tienen derecho a recibir el servicio público de acuerdo con los parámetros de calidad y condiciones establecidos por la normativa sectorial correspondiente. Para tal fin, los usuarios deben realizar el pago oportuno

de la contraprestación respectiva y hacer uso del servicio de acuerdo con los fines para los cuales fue contratado.

- 66.5. Los usuarios de servicios públicos tienen derecho a la continuidad del servicio y los proveedores son responsables por dicho incumplimiento de acuerdo con la normativa pertinente.
- 66.6. Los usuarios tienen derecho a la acumulación del saldo de minutos o segundos no consumidos en los paquetes de minutos o segundos predeterminados en las tarjetas o en las recargas virtuales o similares de telefonía fija o celular, conforme a las normas reglamentarias que para dicho efecto emita el organismo regulador competente.
- 66.7. Los consumidores del servicio de transporte nacional en cualquier modalidad pueden endosar o transferir la titularidad del servicio adquirido a favor de otro consumidor plenamente identificado o postergar la realización del servicio en las mismas condiciones pactadas, pudiendo ser considerado como parte de pago según lo pactado, debiendo comunicar ello de manera previa y fehaciente al proveedor del servicio con una anticipación no menor a veinticuatro (24) horas de la fecha y hora prevista para la prestación del servicio, asumiendo los gastos únicamente relacionados con la emisión del nuevo boleto, los cuales no deben ser superiores al costo efectivo de dicha emisión. En caso de que el consumidor adquiera boletos de ida y vuelta o boletos para destinos o tramos múltiples y no hiciera uso de alguno de los tramos, tiene el derecho de utilizar los destinos o tramos siguientes, quedando prohibido que los proveedores dejen sin efecto este derecho, salvo que el consumidor cuente con otra reserva o boleto para la misma ruta entre las fechas comprendidas en el boleto cuyo tramo desea preservar.^{3 4}

3 De conformidad con el Artículo 2 del Decreto de Urgencia N° 061-2010, publicado el 05 de septiembre de 2010, los derechos de endoso, transferencia y postergación contemplados en el presente numeral, se ejercen siempre que sean parte de las condiciones pactadas con los consumidores. Las empresas prestadoras de servicios de transporte nacional deben cumplir con informar previamente y de manera clara las condiciones para el ejercicio de los derechos de endoso, transferencia y postergación. Posteriormente, el citado Decreto de Urgencia fue declarado inconstitucional por el Resolutivo N° 1 de la Sentencia del Tribunal Constitucional Expediente N° 00028-2010-PI-TC, publicada el 09 de abril de 2011.

4 Numeral modificado por el Artículo Único de la Ley N° 30046, publicada el 20 de junio de 2013.

Texto anterior a la modificación:

66.7 Los consumidores del servicio de transporte nacional en cualquier modalidad pueden endosar o transferir la titularidad del servicio adquirido a favor de otro consumidor plenamente identificado o postergar la realización del servicio en las mismas condiciones pactadas, pudiendo ser considerado como parte de pago según lo pactado, debiendo comunicar ello de manera previa y fehaciente al proveedor del servicio con una anticipación no menor a veinticuatro (24) horas de la fecha y hora prevista para la prestación del servicio, asumiendo los gastos únicamente relacionados con la emisión del nuevo boleto, los cuales no deben ser superiores al costo efectivo de dicha emisión.

Capítulo II

Productos o servicios de salud

Artículo 67.- Protección de la salud

- 67.1. El proveedor de productos o servicios de salud está en la obligación de proteger la salud del consumidor, conforme a la normativa sobre la materia.
- 67.2. La prestación de servicios y la comercialización de productos de salud a los consumidores se rigen por las disposiciones establecidas en la Ley núm. 26842, Ley General de Salud, normas complementarias, modificatorias o las que la sustituyan y en lo que no se oponga por las disposiciones del presente Código.
- 67.3. Los establecimientos de salud y los servicios médicos de apoyo tienen el deber de informar al consumidor, a sus familiares o allegados sobre las características del servicio, las condiciones económicas de la prestación y demás términos y condiciones, así como los aspectos esenciales vinculados al acto médico.
- 67.4. El derecho a la protección de la salud del consumidor es irrenunciable. Sin perjuicio del pleno reconocimiento de estos derechos conforme a la normativa de la materia, los consumidores tienen, de acuerdo al presente Código, entre otros, los siguientes derechos:
- a. A que se les brinde información veraz, oportuna y completa sobre las características, condiciones económicas y demás términos y condiciones del producto o servicio brindado.
 - b. A que se les dé, en términos comprensibles y dentro de las consideraciones de ley, la información completa y continua sobre su proceso, diagnóstico, pronóstico y alternativas de tratamiento, así como sobre los riesgos, contraindicaciones, precauciones y advertencias sobre los productos o servicios brindados.
 - c. A que se les comunique de forma suficiente, clara, oportuna, veraz y fácilmente accesible, todo lo necesario para que puedan dar su consentimiento informado, previo a la entrega de un producto o la provisión de un servicio.
- 67.5. Lo previsto en el Código no afecta las normas que en materia de salud otorguen condiciones más favorables al usuario.

Artículo 68.- Responsabilidad por la prestación de servicios de salud

- 68.1. El establecimiento de salud es responsable por las infracciones al presente Código generadas por el ejercicio negligente, imprudente o imperito de las actividades de los profesionales, de los técnicos o de los auxiliares que se desempeñen en el referido establecimiento, sin perjuicio de las responsabilidades que les correspondan a estos.
- 68.2. El establecimiento de salud también es responsable por los actos de los profesionales que de manera independiente desarrollen sus actividades empleando la infraestructura o equipos del primero, salvo que el servicio haya sido ofrecido sin utilizar la imagen, reputación o marca del referido establecimiento y esa independencia haya sido informada previa y expresamente al consumidor; sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 68.1. La responsabilidad del establecimiento de salud conforme a esta norma es solidaria.

Artículo 69.- Seguros de salud

- 69.1. Las empresas de seguros están en la obligación de informar clara y destacadamente al consumidor el tipo de póliza y la cobertura de los seguros de salud.
- 69.2. La prestación de servicios de seguros de salud y el contenido de sus contratos se sujetan a lo dispuesto por la regulación especial emitida por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

Artículo 70.- Planes y programas ofrecidos por los proveedores de servicios de salud

Los proveedores de servicios de salud que ofrezcan programas o planes que otorguen beneficios similares o equivalentes a los seguros de salud, deben incluir en sus contratos las siguientes condiciones mínimas:

- a. Información clara y destacada sobre lo que es materia del servicio. Particularmente debe informarse al consumidor sobre las restricciones en lenguaje de fácil comprensión para una persona no versada en la materia.
- b. Entrega bajo cargo del documento escrito en el que consten las condiciones del contrato.
- c. Entrega bajo cargo de una hoja resumen en la que consten las exclusiones, coberturas y condiciones relevantes de la póliza en términos comprensibles.

- d. Información sobre el monto de los beneficios y el precio del programa o plan de salud. La posibilidad de cualquier modificación del precio debe ser advertida de manera destacada al consumidor.
- e. Información sobre las consecuencias de falta de pago del precio para acceder a los servicios y beneficios contratados.
- f. Información sobre el alcance, riesgos o circunstancias excluidas de la cobertura del programa o plan de salud, las fechas y modalidades de pago del producto o servicio.
- g. Información sobre los establecimientos en los cuales puede hacerse valer el servicio contratado y sobre el representante del proveedor encargado de atender los eventos.
- h. Información sobre la vigencia del producto o servicio y las condiciones para la renovación del contrato.

Artículo 71.- Financiamiento de los programas de salud por un tercero

Cuando el precio por un programa o plan ofrecido por los proveedores de servicios de salud sea financiado por un tercero distinto a dichos proveedores, se genera una relación de crédito que es independiente del servicio contratado. En estos casos, la prestación de beneficios no está vinculada a la condición del cumplimiento de la obligación crediticia.

Cuando el pago de la cuota de financiamiento sea condición para continuar bajo la cobertura del plan ofrecido, ello debe ser informado expresamente y por escrito a los consumidores de manera previa a la contratación.

Artículo 72.- Condiciones aplicables a los seguros de salud y planes y programas de salud

Las empresas de seguros y los proveedores de servicios de salud no pueden, mediante la variación unilateral de las condiciones referidas a preexistencias, eliminar las coberturas inicialmente pactadas. Esta disposición también se aplica para las renovaciones de los planes o seguros de salud.

Capítulo III Productos o servicios educativos

Artículo 73.- Idoneidad en productos y servicios educativos

El proveedor de servicios educativos debe tener en consideración los lineamientos generales del proceso educativo en la educación básica, técnico-productiva y

educación superior, asegurando la calidad de los servicios dentro de la normativa sobre la materia.

Artículo 74.- Derechos esenciales del consumidor en los productos y servicios educativos

74.1. Atendiendo a la especialidad de los productos y servicios educativos, el consumidor tiene derecho esencialmente a lo siguiente:

- a. Que se le brinde por escrito información veraz, oportuna, completa, objetiva y de buena fe sobre las características, condiciones económicas, ventajas y demás términos y condiciones del producto o servicio.
- b. Que se le cobre la contraprestación económica correspondiente a la prestación de un servicio efectivamente prestado por el proveedor de servicios educativos.
- c. Que se le informe antes de que se inicie el proceso de contratación sobre los documentos, certificaciones, licencias o autorizaciones con que cuenta el proveedor para desarrollar lícitamente la actividad.
- d. Que se le informe de manera clara y destacada sobre la naturaleza y condiciones de la certificación que será otorgada a la conclusión del programa y servicio contratado.
- e. Que no se condicione la entrega del documento que acredite, certifique o deje constancia del uso o desarrollo del producto o servicio a pago distinto del derecho de trámite, salvo en el caso de que el usuario registre deuda pendiente con la institución educativa, en concordancia con la legislación sobre la materia.
- f. Que se tomen medidas inmediatas de protección cuando el servicio afecta el proceso formativo de los niños, niñas y adolescentes.
- g. Que la institución educativa difunda y promueva objetivamente las ventajas y cualidades que ofrecen a los usuarios.

74.2. La enumeración de los derechos establecidos en esta norma no excluye los demás que la Constitución Política del Perú o normas especiales garantizan ni otros de naturaleza análoga o que se fundan en el respeto de los derechos reconocidos en el presente Código.

Artículo 75.- Deber de informar de los centros y programas educativos

Los centros y programas educativos antes de finalizar cada período educativo y durante el proceso de matrícula están obligados a brindar en forma veraz, suficiente, apropiada y por escrito al consumidor información sobre el monto, número y oportunidad de pago de las cuotas o pensiones del siguiente período educativo, así como la posibilidad de que se incremente el monto de las mismas.

Capítulo IV

Productos o servicios inmobiliarios

Artículo 76.- Protección del consumidor en contratos inmobiliarios

- 76.1. En toda la publicidad escrita de bien inmueble futuro de primer uso, las promotoras inmobiliarias y las empresas constructoras de unidades inmobiliarias deben consignar la información establecida en el artículo 77 del presente Código.
- 76.2. El derecho del consumidor a la información obliga al proveedor de productos y servicios inmobiliarios a informar sobre las características sobre el inmueble que está adquiriendo así como a proporcionar toda aquella información que acredite la existencia de autorizaciones municipales, el área del inmueble, el proceso de titulación, habilitación urbana, saneamiento, materiales empleados en la construcción y en los acabados, inscripciones registrales del terreno y declaratoria de fábrica o de edificación, reglamento interno, independización y toda aquella documentación relevante⁵.

Artículo 77.- Información mínima en el proceso de compra

- 77.1. Los proveedores deben establecer e implementar medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz sobre:
- a. La identificación del proveedor inmobiliario, del representante legal, en el caso de que se trate de personas jurídicas, la dirección completa del

⁵ Artículo modificado por el Artículo Único de la Ley N° 30534, publicada el 10 de enero de 2017.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 76.- Protección del consumidor en contratos inmobiliarios**

El derecho del consumidor a la información obliga al proveedor de productos y servicios inmobiliarios a informar sobre las características del inmueble que está adquiriendo así como a proporcionar toda aquella documentación que acredite la existencia de autorizaciones municipales, el área del inmueble, el proceso de titulación, habilitación urbana, saneamiento, materiales empleados en la construcción y en los acabados, inscripciones registrales del terreno y Declaratoria de Fábrica o de Edificación, reglamento interno, independización y toda aquella documentación relevante.

inmueble, los teléfonos de contacto y la dirección de correo electrónico o página web.

- b. La descripción del inmueble, cantidad de unidades inmobiliarias y características relevantes tales como el área exclusiva y común, de ser el caso, medidas perimétricas y acabados del inmueble⁶.
- c. Los antecedentes del proveedor y su comportamiento en el mercado de productos y servicios inmobiliarios.
- d. La condición sismorresistente del inmueble que se oferta, presentándose la documentación que lo acredite, de ser solicitado por el consumidor.
- e. La existencia de la Central de Información de Promotores Inmobiliarios y/o Empresas Constructoras de Unidades Inmobiliarias, creada mediante la Ley 29203; el registro de infracciones y sanciones por el incumplimiento de las disposiciones del presente Código a cargo del Indecopi, conforme lo establece el artículo 119 del presente Código; y, la existencia del portal Mira a Quién le Compras, a cargo, también, del Indecopi.
- f. Los canales para la atención de quejas, reclamos o denuncias ante las autoridades competentes, sea que se trate de página web, correo electrónico o un medio físico, debiendo exhibir tal información, en este último caso, mediante un aviso colocado en un lugar visible y fácilmente accesible al público, con las mismas dimensiones establecidas para el aviso del Libro de Reclamaciones al que hace referencia el artículo 151 del presente Código y su reglamento.

Los proveedores deben adoptar medidas para permitir que el consumidor acceda fácilmente a la información señalada en el presente artículo.

6 Último párrafo modificado por el Artículo Único de la Ley N° 30534, publicada el 10 de enero de 2017.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 77.- Información mínima en el proceso de compra

77.1 Los proveedores deben establecer e implementar medidas para brindar, como mínimo, información clara y veraz sobre:

- a. La identificación del proveedor inmobiliario, del representante legal, en el caso de que se trate de personas jurídicas, la dirección completa del inmueble, los teléfonos de contacto y la dirección de correo electrónico o página web.
- b. La descripción del inmueble, cantidad de unidades inmobiliarias y características relevantes tales como el área exclusiva y común, de ser el caso, medidas perimétricas y acabados del inmueble.

Asimismo, deben adoptar medidas para permitir que el consumidor acceda a esta información.

- 77.2. Los proveedores deben implementar y mantener procedimientos para proporcionar la información de manera previa y gratuita a la suscripción de un contrato considerando los aspectos siguientes:
- a. Partida registral en el caso de bienes inscritos o título en el caso de bienes no inscritos, que acredite que quien suscribe el o los contratos de compraventa es propietario del inmueble ofrecido o del inmueble matriz del cual se independizará el producto ofrecido.
 - b. Situación del proceso de habilitación urbana o de licencias de edificación, según corresponda.
 - c. Plano del inmueble ofertado, precisando qué aspectos tienen carácter referencial, de ser el caso.
 - d. Identificación y características del inmueble: ambientes, área del inmueble, áreas comunes, acabados y servicios públicos domiciliarios con los que cuenta, diferenciando los servicios propios de los servicios comunes, tales como electricidad, agua potable y alcantarillado.
 - e. Precio de venta del inmueble ofertado, incluyendo la forma de pago, plazo, moneda en la que se realiza el pago, los gastos y tributos, promociones y descuentos, y cronograma de pagos debidamente desagregado.
 - f. Condiciones de la separación: vigencia, causales y efectos de la resolución [gastos administrativos y penalidades]. En la venta de inmuebles sobre planos o de bienes futuros, el proveedor debe devolver el íntegro de los pagos adelantados efectuados por todo concepto a sola solicitud del consumidor, en el caso de que la prestación no se llegue a ejecutar por causas atribuibles al proveedor.
 - g. Datos del proveedor: Partida Registral de la Persona Jurídica, nombre de los representantes legales con sus vigencias de poder debidamente inscrito, Registro Único de Contribuyentes [RUC] o Documento Nacional de Identidad [DNI], de ser el caso.
 - h. Tratándose de bienes futuros, el documento que acredite la aprobación del proyecto de habilitación urbana o el anteproyecto de arquitectura, según corresponda.
 - i. Vigencia de la oferta.

- j. Tratándose de inmuebles terminados, copia de la Hoja de Resumen [HR], Predio Urbano [PU], acreditación de no adeudo de tributos o de la situación tributaria del inmueble, y partida registral donde conste la independización del inmueble, de ser el caso.

77.3. Cuando el financiamiento del precio de venta o parte de este sea ofrecido directamente por el proveedor, debe informar previa y detalladamente e incorporar en una hoja resumen con la firma del proveedor y del cliente lo siguiente:

- a. El monto de los intereses y las tasas de interés aplicables conforme a las disposiciones del presente Código y las cláusulas penales, si las hubiera.
- b. El monto y detalle de cualquier cargo adicional, si lo hubiera.
- c. El número de cuotas o pagos a realizar, su periodicidad y la fecha de pago, asimismo, todos los beneficios pactados por el pago en el tiempo y forma de todas las cuotas.
- d. La cantidad total a pagar por el inmueble, incluyendo el precio al contado más los intereses y gastos administrativos.
- e. El derecho de efectuar el pago anticipado o prepago de los saldos, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.
- f. Los alcances y obligaciones puntuales de las garantías y avales, si los hubiera.
- g. Cualquier otra información que sea relevante.

77.4. En caso de que el financiamiento del precio de venta o parte de este sea otorgado por una entidad financiera, es esta la que detalla las condiciones de aquel de acuerdo a las disposiciones contenidas en el presente Código y de las emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

Artículo 78.- Información mínima del contrato de compraventa

- 78.1. Los proveedores deben establecer, implementar y mantener procedimientos para evidenciar que el contrato sea accesible y contenga como mínimo la siguiente información:
- a. Identificación de las partes contratantes señalando sus respectivos domicilios legales.
 - b. Identificación del inmueble materia de venta.
 - c. Identificación de la partida registral del inmueble; en los casos de bien futuro, del inmueble matriz.
 - d. Área exclusiva y común, de ser el caso, medidas perimétricas, acabados del inmueble y las características relevantes del inmueble.
 - e. Precio de venta del inmueble ofertado.
 - f. Forma de pago y plazo.
 - g. Plazo, fecha o condiciones expresas de entrega del inmueble y penalidades por incumplimiento que se hubieran pactado.
 - h. Supuestos en los cuales se aplican penalidades y el monto de las mismas.
 - i. La obligación del vendedor de firmar todos los documentos que sean necesarios para perfeccionar la transferencia del inmueble.
 - j. Mecanismos para la solución de controversias.
- 78.2. A la firma de los contratos de compraventa debe entregarse al comprador la siguiente información:
- l. Cuando se trate de bienes futuros:
 - a. Lotes:
 - Resolución emitida por la municipalidad correspondiente y plano de la aprobación del proyecto de habilitación urbana.
 - Plano de la lotización, en el que se detalle la ubicación del lote.

- Plano del lote con indicación del área y medidas perimétricas.
 - Características de la habilitación urbana.
- b. Edificaciones:
- Aprobación del anteproyecto o proyecto.
 - Plano de distribución.
 - Características de los acabados, servicios públicos domiciliarios, áreas comunes y otras características relevantes.
- II. Cuando se trate de bienes terminados -lotes o edificaciones-, copia de la partida registral, así como de los planos de las instalaciones de los servicios del inmueble y los planos de las instalaciones de servicios comunes, en el caso de propiedad común, entregándose esto último a la junta de propietarios respectiva.

Artículo 79.- Obligación de saneamiento del proveedor

Al momento de la entrega del inmueble, el consumidor tiene el derecho de expresar por escrito su aprobación respecto a las características, condiciones y estado en general del bien que se le entrega.

De igual modo, el consumidor puede expresar su desaprobación siempre que esta entrega no corresponda a características y condiciones previstas en el contrato, según las siguientes reglas:

1. En el caso de venta de terrenos dentro de un proceso de habilitación urbana, el consumidor puede expresar su desaprobación sobre cambios en el metraje que se encuentren fuera de los rangos acordados, ubicación del lote, mobiliario urbano circundante dentro del proyecto de habilitación urbana y en general aquellas que impidan o limiten su uso.
2. En el caso de venta de bienes futuros, el consumidor puede expresar su desaprobación sobre desperfectos, deficiencias u otras condiciones que desmejoren el valor del inmueble que se le entrega, o que impidan o limiten su uso.
3. En el caso de venta de bienes de segunda mano o que no son de estreno, el consumidor puede expresar su desaprobación si el proveedor modifica las características y condiciones del inmueble que se vende con posterioridad al contrato de compraventa.
4. De presentarse alguna de estas situaciones, el consumidor puede exigir, a

través de los mecanismos legales pertinentes, la reparación, la reducción del precio o la resolución o rescisión del contrato, según corresponda.

Artículo 80.- Servicio posventa

Los proveedores deben implementar y mantener procedimientos para ofrecer una información completa sobre lo siguiente:

- a. Los períodos de garantía, que son establecidos por el proveedor de acuerdo con los siguientes criterios: (i) si son componentes o materiales, de acuerdo con lo establecido por el proveedor de los mismos; (ii) si son aspectos estructurales, como mínimo diez [10] años desde emitido el certificado de finalización de obra y recepción de obra por parte de la municipalidad⁷.
- b. El manual de uso del propietario, que debe contener como mínimo la descripción de los componentes del inmueble, los cuidados que hay que observar para el mantenimiento adecuado y los riesgos que pueden derivarse del mal uso.
- c. Disponer de personal idóneo y ofrecer diferentes alternativas de contacto para la recepción de sugerencias, reclamos o solicitudes de servicios.
- d. Ofrecer servicio de atención: dar respuesta dentro del plazo establecido por el proveedor e informar las causas ajenas al mismo que pueden afectar su cumplimiento.
- e. Establecer un procedimiento de atención de quejas sencillo y rápido que incluya el registro y seguimiento de las mismas.

Capítulo V Productos o servicios financieros

Artículo 81.- Marco legal

La materia de protección al consumidor de los servicios financieros prestados por las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y

⁷ Literal modificado por el Artículo Único de la Ley N° 30534, publicada el 10 de enero de 2017.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 80.- Servicio posventa

Los proveedores deben implementar y mantener procedimientos para ofrecer una información completa sobre lo siguiente:

- a. Los períodos de garantía, que son establecidos por el proveedor de acuerdo con los siguientes criterios: (i) si son componentes o materiales, de acuerdo con lo establecido por el proveedor de los mismos; (ii) si son aspectos estructurales, como mínimo cinco (5) años desde emitido el certificado de finalización de obra y recepción de obra por parte de la municipalidad.

Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones se rige por las disposiciones del presente Código, así como por las normas especiales establecidas en la Ley núm. 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, y las normas reglamentarias emitidas para garantizar su cumplimiento.

La regulación y supervisión del sistema financiero así como los productos y servicios se rige en virtud del principio de especialidad normativa por la Ley núm. 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros.

Artículo 82.- Transparencia en la información de los productos o servicios financieros

Los proveedores de servicios financieros están obligados a difundir y otorgar a los consumidores o usuarios, en todos los medios empleados que tengan por finalidad ofrecer productos o servicios, incluyendo el presencial, información clara y destacada de la tasa de costo efectivo anual [TCEA] y la tasa de rendimiento efectivo anual [TREA], aplicable a las operaciones activas o pasivas, respectivamente. En caso de que el consumidor o usuario solicite o se le otorgue información de forma oral, debe indicarse las mencionadas tasas.

La TCEA es aquella tasa que permite igualar el valor actual de todas las cuotas y demás pagos que serán efectuados por el cliente con el monto que efectivamente ha recibido del préstamo y la TREA es aquella tasa que permite igualar el monto que se ha depositado con el valor actual del monto que efectivamente se recibe al vencimiento.

La TCEA y la TREA deben comprender tanto la tasa de interés como todos los costos directos e indirectos que, bajo cualquier denominación, influyan en su determinación, de conformidad con lo dispuesto por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones mediante norma de carácter general.

La TCEA, en el caso de operaciones bajo el sistema de cuotas, corresponde al costo del crédito; y, en el caso de créditos otorgados bajo el sistema revolvente, atendiendo a sus características, a un patrón estandarizado de comparación de costos del producto.

La TREA, en el caso de depósitos a plazo fijo, corresponde al rendimiento del depósito realizado; y, en el caso de depósitos distintos al previamente indicado, a un patrón estandarizado de comparación de rendimiento del producto.

La TCEA y TREA se presentan de acuerdo a los parámetros que para tal efecto fije la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones regula la información que las instituciones financieras deben proporcionar al consumidor o usuario en cualquier operación que conlleve el cobro de intereses, comisiones y gastos y la forma en que dicha información debe ser presentada a lo largo de toda la relación contractual⁸.

Artículo 83.- Publicidad en los productos o servicios financieros de crédito

En la publicidad de productos o servicios financieros de crédito que anuncien tasas de interés activa, monto o cuota, el proveedor debe consignar de manera clara y destacada la tasa de costo efectivo anual (TCEA) calculada para un año de trescientos sesenta [360] días y presentada conforme a los parámetros que para tal efecto establezca la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 82 del presente código.

No está permitido, bajo ninguna denominación, hacer referencia a tasas de interés distintas a la indicada en el cuerpo principal del anuncio, las que podrán incluirse en las notas explicativas, en caso de que corresponda⁹.

8 Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29888, publicada el 24 de junio de 2012.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 82.- Transparencia en la información de los productos o servicios financieros

Los proveedores de servicios financieros están obligados a informar a los consumidores o usuarios de manera clara y destacada la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) y la Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA), aplicable para operaciones activas en cuotas o pasivas, respectivamente.

La TCEA y la TREA deben comprender todos los costos directos e indirectos que, bajo cualquier denominación, influyan en su determinación, de conformidad con lo dispuesto por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones mediante norma de carácter general.

La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones regula la información que las instituciones financieras deben proporcionar al consumidor o usuario en cualquier operación que conlleve el cobro de intereses, comisiones y gastos.

9 Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29888, publicada el 24 de junio de 2012.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 83.- Publicidad en los productos o servicios financieros de crédito

En la publicidad de productos o servicios financieros de crédito que anuncien tasas de interés bajo el sistema de cuotas, el proveedor debe consignar de manera clara y destacada la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA), calculada para un año de trescientos sesenta (360) días.

Cuando se anuncien tasas de interés bajo la modalidad de crédito revolvente, debe consignarse en la misma forma la Tasa de Interés Efectiva Anual (TEA) con el monto y detalle de cualquier cargo aplicable o remitir expresamente esta información complementaria a una fuente de información distinta fácilmente accesible y gratuita.

No puede, bajo ninguna denominación, hacerse referencia a tasas de interés distintas a las indicadas.

Artículo 84.- Publicidad en los productos o servicios financieros pasivos

En la publicidad de productos o servicios financieros que anuncien tasas de interés pasivas, el proveedor debe anunciar la tasa de rendimiento efectivo anual (TREA) calculada para un año de trescientos sesenta (360) días.

No está permitido, bajo ninguna denominación, hacer referencia a tasas de interés distintas a la indicada en el cuerpo principal del anuncio, las que podrán incluirse en las notas explicativas, en caso de que corresponda.

Las empresas del sistema financiero no pueden denominar a un producto o servicio financiero pasivo como “libre” o “sin costo”, o presentar algún otro término que implique gratuidad si bajo algún supuesto es posible que se trasladen conceptos a los consumidores como cargos por mantenimiento, actividad u otros¹⁰.

Artículo 85.- Contratación de servicios financieros y modificaciones contractuales

Sin perjuicio de la observancia de los derechos reconocidos al consumidor en el presente Código, las entidades del sistema financiero pueden decidir la contratación con los usuarios del servicio en función a las condiciones particulares de riesgo, el comportamiento crediticio, las características de los productos que se diseñen para los mercados y la falta de transparencia debidamente reglamentada por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

Cuando las modificaciones o la resolución del contrato tengan por sustento la aplicación de normas prudenciales emitidas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, las empresas no se encuentran obligadas a cursar a sus clientes la comunicación previa que se exige en el artículo 5 de la Ley núm. 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros. Las normas prudenciales emitidas por la citada autoridad son aquellas tales como las referidas a la administración del riesgo de sobreendeudamiento de deudores minoristas o por consideraciones del perfil del cliente vinculadas al sistema de prevención del lavado de activos o del financiamiento del terrorismo¹¹.

10 Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29888, publicada el 24 de junio de 2012.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 84.- Publicidad en los productos o servicios financieros pasivos

En el caso de la publicidad de productos o servicios financieros que anuncien tasas de interés pasivas, el proveedor debe anunciar la Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA) calculada para un año de trescientos sesenta (360) días.

11 De conformidad con el Literal b del Artículo Tercero de la Resolución SBS N° 1515-2017, publicada el 13 de abril de 2017, se suspende hasta por sesenta (60) días calendario el plazo para la remisión de la comunicación de la modificación de condiciones contractuales por aplicación de normas prudenciales conforme al presente artículo. El plazo adoptado deberá ser concordante con las características de la modificación contractual.

CONCORDANCIAS:**Resolución SBS N° 3274-2017**

Aprueban Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero y modifican el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero y el Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito

Artículo 86.- Derecho a efectuar pagos anticipados

Los consumidores tienen derecho, en toda operación de crédito a plazos bajo el sistema de cuotas o similares, a efectuar el pago anticipado o prepago de los saldos, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

Artículo 87.- Imputación de pagos

Los consumidores tienen derecho a ser informados respecto a las condiciones aplicables a las distintas obligaciones que pueden ser asumidas en virtud de un mismo contrato de crédito, detallando para tal efecto las tasas de interés, demás cargos aplicables y la oportunidad de pago para cada una de dichas obligaciones, así como el orden de imputación de pagos de estas.

En los contratos de crédito por adhesión o con cláusulas generales de contratación de empresas financieras sujetas al ámbito de supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, el orden de imputación de pagos pactado no puede conllevar un agravamiento desproporcionado del monto adeudado, salvo que la empresa acredite fehacientemente la existencia efectiva de negociación e informe adecuadamente al consumidor en documento aparte sobre las consecuencias e implicaciones económicas de la regla de imputación adoptada. La carga de la prueba de la existencia de negociación y de que se informó al consumidor corresponde al proveedor.

De existir contratos de crédito por adhesión o celebrados en base a cláusulas generales de contratación con distintas obligaciones en los que no se haya pactado la aplicación de los pagos, o en caso de no ser preciso el convenio celebrado o genere dudas respecto a sus alcances, o no se haya cumplido con la obligación a cargo del proveedor a que se refiere el párrafo precedente, los pagos se aplican en primer lugar a la obligación menos garantizada, y de estar igualmente garantizadas, a la más onerosa, y de ser igualmente onerosas, a la más antigua. No se puede, sin el asentimiento del proveedor, aplicar los pagos al capital antes que a los gastos y a estos antes que a los intereses.

Artículo 88.- Reclamo de productos o servicios financieros y de seguros

- 88.1. Las entidades del sistema financiero y de seguros, en todas sus oficinas en la República, deben resolver los reclamos dentro del plazo establecido en la normativa correspondiente, sin perjuicio del derecho del consumidor de recurrir directamente ante la Autoridad de Consumo.
- 88.2. El reclamo debe presentarse y registrarse en la forma que determinan las normas de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
- 88.3. En caso de identificarse comportamientos que tengan repercusión en intereses de terceros, el Indecopi, de oficio o por denuncia, inicia el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

Artículo 89.- Informe técnico de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones

En los casos en que sea necesaria la interpretación de la Ley núm. 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, o las normas dictadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, el Indecopi debe solicitar a esta un informe técnico.

Artículo 90.- Garantías de la reclamación

- 90.1. Con periodicidad trimestral, las entidades del sistema financiero están obligadas a remitir información a la autoridad competente sobre los reclamos que hayan tramitado, las decisiones que hayan adoptado y las acciones que hayan implementado para que los hechos que afectan a un consumidor, pero trasciendan a otros, sean corregidos sin necesidad de intervención del regulador.
- 90.2. En caso de identificar comportamientos derivados de acciones individuales que tengan repercusión en los demás consumidores, la autoridad competente remite esa información al Indecopi para que inicie el procedimiento administrativo sancionador contra el proveedor responsable.

Capítulo VI

Servicios de crédito prestados por empresas no supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones

Artículo 91.- Alcance

Las disposiciones del presente capítulo son aplicables a los proveedores que brindan crédito a los consumidores bajo cualquier modalidad y no se encuentran bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

Artículo 92.- Obligación de difundir la intervención de un tercero en el financiamiento

Los proveedores que financian a los consumidores la adquisición de sus productos o servicios a través de una empresa del sistema financiero u otro proveedor de servicios de crédito, quedan obligados a difundir de manera destacada el hecho de que la empresa prestadora del servicio financiero es distinta de aquella que comercializa el producto.

Artículo 93.- Aplicación supletoria de la regulación de las empresas supervisadas

Los proveedores deben brindar a los usuarios toda la información que estos soliciten de manera previa a la celebración de cualquier contrato, tales como la referida a las condiciones que se apliquen a la relación crediticia.

En el momento de la contratación, los proveedores deben entregar una copia de los contratos suscritos, adicionándoles la hoja resumen y el cronograma de pagos en el caso de créditos bajo el sistema de cuotas. Para dichos efectos, los proveedores deben observar las disposiciones establecidas en este Código.

Las modificaciones a las estipulaciones contractuales, intereses, comisiones y gastos que se hayan acordado en los respectivos contratos deben observar lo previsto en la Ley núm. 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, respecto a los mecanismos y plazos para su modificación, garantizando que el envío de comunicación sea a través de medios idóneos que permitan al consumidor un conocimiento de la comunicación previa.

Artículo 94.- Determinación de las tasas de interés

Los proveedores, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1243 del Código Civil, deben determinar la tasa del interés convencional compensatorio o moratorio en atención a los límites establecidos por el Banco Central de Reserva del Perú.

Los proveedores deben presentar la tasa de costo efectivo anual (TCEA), de acuerdo con los parámetros que para tal efecto establezca la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 82 del presente código.

Si los proveedores emplean tasas que dependan de un factor variable, se debe especificar de manera precisa e inequívoca la forma en que se determina en cada momento, incluyendo su periodicidad de cambio, de ser aplicable.

El cobro de comisiones y gastos debe implicar la prestación de un servicio efectivo, debidamente justificado, y sustentarse en un gasto real y demostrable para el proveedor del servicio.

En caso de que los proveedores diferencien el precio del producto o servicio, o se establezcan promociones o rebajas en función del medio de pago o forma de financiamiento otorgado por una empresa supervisada o no, la TCEA debe calcularse exclusivamente sobre el precio al contado, en efectivo o cualquier otra definición similar, del producto o servicio ofertado¹².

Artículo 95.- Publicidad sobre servicios de crédito

La publicidad que efectúen los proveedores de servicios de crédito no supervisados por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones debe ceñirse a lo dispuesto en el artículo 83 del presente Código.

Artículo 96.- Información proporcionada a los usuarios de manera previa a la celebración de los contratos y documentos a entregar de forma obligatoria

En toda operación comercial en que se conceda crédito al consumidor, incluyendo la oferta, el proveedor está obligado a informar previa y detalladamente sobre las

12 Artículo modificado por el Artículo 1 de la Ley N° 29888, publicada el 24 de junio de 2012.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 94.- Determinación de las tasas de interés

Los proveedores, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1243 del Código Civil, deben determinar la tasa del interés convencional compensatorio o moratorio en atención a los límites establecidos por el Banco Central de Reserva del Perú.

Las tasas de interés compensatorio y moratorio deben ser expresadas en términos de la Tasa de Interés Efectiva Anual (TEA). Asimismo, se debe proporcionar la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) para operaciones en cuotas, conforme a lo dispuesto en el artículo 82 del presente Código. En ambos casos se debe considerar que se trata de un año de trescientos sesenta (360) días.

Si los proveedores emplean tasas que dependan de un factor variable, se debe especificar de manera precisa e inequívoca la forma en que se determina en cada momento, incluyendo su periodicidad de cambio, de ser aplicable.

El cobro de comisiones y gastos debe implicar la prestación de un servicio efectivo, tener una justificación e implicar un gasto real y demostrable para el proveedor del servicio.

condiciones del crédito y la Tasa de Costo Efectivo Anual [TCEA]. Asimismo, dicha información debe ser incorporada en forma clara, breve y de fácil entendimiento en una hoja resumen con la firma del proveedor y del consumidor, debiendo incluir lo siguiente:

- a. El precio al contado del producto o servicio, que es aquel sobre el cual se efectúan los cálculos correspondientes al crédito, sin perjuicio de que el proveedor le dé otro tipo de denominación.
- b. El monto de la cuota inicial y de las posteriores cuotas.
- c. El monto total de los intereses y la tasa de interés efectiva anual, si es fija o variable, en cuyo caso se debe especificar los criterios de modificación, el interés moratorio y compensatorio, su ámbito de aplicación y las cláusulas penales, si las hubiera.
- d. La tasa de costo efectivo anual, que incluye todas las cuotas por monto del principal e intereses, todos los cargos por comisiones, los gastos por servicios provistos por terceros o cualquier otro gasto en los que haya incurrido el proveedor, que, de acuerdo a lo pactado, son trasladados al consumidor, incluidos los seguros, cuando corresponda. No se incluyen en este cálculo aquellos pagos por servicios provistos por terceros que directamente son pagados por el consumidor, los que deben ser incluidos en el contrato.
- e. El monto y detalle de las comisiones y gastos que se trasladan al cliente, si los hubiera. Tratándose de los seguros se debe informar el monto de la prima, el nombre de la compañía de seguros que emite la póliza y el número de la póliza en caso corresponda.
- f. La cantidad total a pagar por el producto o servicio, que está compuesta por el precio al contado más intereses, gastos y comisiones, de ser el caso.
- g. El derecho de efectuar el pago adelantado de las cuotas.
- h. El derecho de efectuar el pago anticipado o prepago de los saldos, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.
- i. Los alcances y obligaciones puntuales de las garantías y avales, si los hubiera.

- j. El cronograma de pagos, el cual incluye el número de cuotas o pagos a realizar, su periodicidad y fecha de pago, desagregados los conceptos que integran la cuota, tales como la amortización del principal, intereses, prima por seguros, si los hubiera, entre otros; así como todos los beneficios pactados por el pago a tiempo; todo lo cual se debe sujetar a las condiciones expresamente pactadas entre las partes.
- k. Cualquier otra información relevante.

En los contratos de crédito, compraventa a plazo o prestación de servicios con pago diferido, se calculan los intereses sobre el precio al contado menos la cuota inicial pagada. Los intereses se calculan exclusivamente sobre los saldos insolutos del crédito concedido y su pago no puede ser exigido por adelantado sino por períodos vencidos.

En el caso de créditos que sean objeto de un refinanciamiento, el proveedor se encuentra en la obligación de informar al consumidor sobre todos los alcances y consecuencias de dicha operación, para lo cual se debe remitir un nuevo cronograma y hoja resumen.

TÍTULO V RESPONSABILIDAD Y SANCIONES

CONCORDANCIAS:

Ley N° 30200

Ley que promueve el auxilio oportuno al público en los centros comerciales

Capítulo I Responsabilidad del proveedor y derechos del consumidor

Artículo 97.- Derechos de los consumidores

Los consumidores tienen derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o a la devolución de la contraprestación pagada en los siguientes casos:

- a. Cuando los que ostenten una certificación de calidad no cumplan con las especificaciones correspondientes.
- b. Cuando los materiales, elementos, substancias o ingredientes que constituyan o integren los productos no correspondan a las especificaciones que ostentan.

- c. Cuando el producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias o por los vicios ocultos, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado.
- d. Cuando la entrega del producto o la prestación del servicio no se efectúe en su debida oportunidad y su ejecución no resulte útil para el consumidor.
- e. Cuando la ley de los metales de los artículos de joyería u orfebrería sea inferior a la que en ellos se indique.
- f. Cuando el producto o servicio no se adecue razonablemente a los términos de la oferta, promoción o publicidad.
- g. Cuando hecha efectiva la garantía legal subsistan los defectos del producto o no permitan cumplir con su finalidad.

En caso de que se adquiriera un producto con una garantía voluntaria, se sujeta a los términos de esta, sin perjuicio de los derechos legales del consumidor.

De devolverse el monto pagado, debe tomarse como base el valor del producto o servicio en el momento de la devolución. Si el valor del producto o del servicio es menor en el momento de la devolución, se debe restituir el precio o retribución originalmente abonado. En ambos casos se pagan intereses legales o convencionales, si los hubiera.

Lo dispuesto en el presente artículo es sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios a que hubiera lugar.

Artículo 98.- Derechos del consumidor frente a los defectos en la cantidad

Los consumidores tienen derecho a la reposición del producto o a la devolución de la cantidad pagada en exceso, en los casos siguientes:

- a. Cuando, considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser o menor al indicado en el envase o empaque.
- b. Cuando el consumidor advierta que un instrumento empleado para la medición opera o ha sido utilizado en su perjuicio, fuera de los límites de tolerancia fijados por la autoridad competente para este tipo de instrumentos.

La reclamación del derecho establecido en los literales a y b debe presentarse al proveedor dentro de los diez [10] días hábiles siguientes a la fecha en que se advierta la deficiencia de la medición o del instrumento empleado para ella.

El proveedor incurre en mora si no satisface la reclamación dentro de un plazo de quince [15] días hábiles.

Artículo 99.- Pagos en exceso

Los pagos hechos en exceso del precio estipulado son recuperables por el consumidor y devengan hasta su devolución el máximo de los intereses compensatorios y moratorios que se hayan pactado, y en su defecto el interés legal. La acción para solicitar la devolución de estos pagos prescribe a los dos [2] años contados a partir de la fecha en que tuvo lugar el pago. En el caso de pagos indebidos, el plazo de prescripción es de cinco [5] años.

Capítulo II Responsabilidad civil

Artículo 100.- Responsabilidad civil

El proveedor que ocasione daños y perjuicios al consumidor está obligado a indemnizarlo de conformidad con las disposiciones del Código Civil en la vía jurisdiccional correspondiente, sin perjuicio de la responsabilidad penal, así como de las sanciones administrativas y medidas correctivas reparadoras y complementarias que se puedan imponer en aplicación de las disposiciones del presente Código y otras normas complementarias de protección al consumidor.

Artículo 101.- Responsabilidad civil por productos defectuosos

El proveedor es responsable de los daños y perjuicios causados a la integridad física de los consumidores o a sus bienes por los defectos de sus productos.

La responsabilidad civil por productos defectuosos es objetiva, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 1970 del Código Civil. La responsabilidad de los diversos proveedores de un producto conforme a este artículo es solidaria. Sin perjuicio de ello, cada proveedor tiene derecho a repetir contra el que le suministró el producto defectuoso u originó el defecto.

Artículo 102.- Definición de producto defectuoso

Es producto defectuoso el que no ofrece la seguridad a la que las personas tienen derecho, tomando en consideración las circunstancias relevantes, tales como:

- a. El diseño del producto.

- b. La manera en la cual el producto ha sido puesto en el mercado, incluyendo su apariencia, el uso de cualquier marca, la publicidad referida al mismo y el empleo de instrucciones o advertencias.
- c. El uso previsible del producto.
- d. Los materiales, el contenido y la condición del producto.

Artículo 103.- Daños indemnizables

La indemnización comprende todas las consecuencias causadas por el defecto, incluido el daño emergente, el lucro cesante, el daño a la persona y el daño moral.

Capítulo III Responsabilidad administrativa

Subcapítulo I Disposiciones generales

Artículo 104.- Responsabilidad administrativa del proveedor

El proveedor es administrativamente responsable por la falta de idoneidad o calidad, el riesgo injustificado o la omisión o defecto de información, o cualquier otra infracción a lo establecido en el presente Código y demás normas complementarias de protección al consumidor, sobre un producto o servicio determinado.

El proveedor es exonerado de responsabilidad administrativa si logra acreditar la existencia de una causa objetiva, justificada y no previsible que configure ruptura del nexo causal por caso fortuito o fuerza mayor, de hecho determinante de un tercero o de la imprudencia del propio consumidor afectado.

En la prestación de servicios, la autoridad administrativa considera, para analizar la idoneidad del servicio, si la prestación asumida por el proveedor es de medios o de resultado, conforme al artículo 18.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 011-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 14.

Artículo 105.- Autoridad competente.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi] es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el presente Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el presente capítulo, conforme al Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi. Dicha competencia solo puede ser negada cuando ella haya sido asignada o se asigne a favor de otro organismo por norma expresa con rango de ley.

Para la cobertura a nivel nacional el Indecopi, previo acuerdo de su Consejo Directivo, puede constituir órganos resolutorios de procesos sumarísimos de protección al consumidor o desconcentrar la competencia de la Comisión de Protección al Consumidor en las comisiones de las oficinas regionales que constituya para tal efecto; crear comisiones adicionales o desactivarlas conforme lo justifique el aumento o disminución de la carga procesal, o las necesidades de gestión requeridas para la mejor tramitación de los procedimientos a su cargo; o celebrar convenios con instituciones públicas o privadas debidamente reconocidas para, de acuerdo a sus capacidades, delegarle facultades o las de secretaría técnica. La delegación está sujeta a las capacidades de gestión requeridas para ello, la coparticipación en el desarrollo de las mismas, la factibilidad de la mejora en la atención y otros criterios relevantes que sobre el particular se establezca por directiva que emita el Consejo Directivo del Indecopi.

Asimismo, el Consejo Directivo emite las disposiciones para la gestión más eficiente de los procedimientos a cargo del Indecopi¹³.

13 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 105.- Autoridad competente**

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el presente Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el presente capítulo, conforme al Decreto Legislativo núm. 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi. Dicha competencia solo puede ser negada cuando ella haya sido asignada o se asigne a favor de otro organismo por norma expresa con rango de ley.

Para la cobertura a nivel nacional el Indecopi, previo acuerdo de su Consejo Directivo, puede constituir órganos resolutorios de procesos sumarísimos de protección al consumidor o desconcentrar la competencia de la Comisión de Protección al Consumidor en las comisiones de las oficinas regionales que constituya para tal efecto; crear comisiones adicionales o desactivarlas conforme lo justifique el aumento o disminución de la carga procesal; o celebrar convenios con instituciones públicas debidamente reconocidas para, de acuerdo a sus capacidades, delegarle facultades o las de secretaría técnica. La delegación está sujeta a las capacidades de gestión requeridas para ello, la coparticipación en el desarrollo de las mismas, la factibilidad de la mejora en la atención y otros criterios relevantes sobre el particular.

CONCORDANCIAS:**Resolución N° 007-2016-TSC-OSIPTEL**

Aprueban los Lineamientos Generales para la aplicación de las Normas de Represión de la Competencia Desleal en el ámbito de las Telecomunicaciones.

Resolución N° 076-2017-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva N° 006-2017-DIR-COD-INDECOPI denominada "Directiva que regula los procedimientos en materia de protección al consumidor previstos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor."

Artículo 106.- Procedimientos a cargo del Indecopi.

El Indecopi tiene a su cargo los siguientes procedimientos sancionadores:

- a. Procedimiento por infracción a las normas de protección al consumidor.
- b. Procedimiento por incumplimiento de acuerdo conciliatorio, o cualquier otro acuerdo que de forma indubitable deje constancia de la manifestación de voluntad expresa de las partes de dar por culminada la controversia o de laudo arbitral.
- c. Procedimiento por proporcionar información falsa u ocultar, destruir o alterar información o cualquier libro, registro o documento que haya sido requerido durante la tramitación de un procedimiento.
- d. Procedimiento por negativa injustificada a cumplir un requerimiento de información efectuado.
- e. Procedimiento por denuncia maliciosa.
- f. Procedimientos en vía de ejecución:
 - (i) Por incumplimiento de medidas correctivas.
 - (ii) Por incumplimiento de pago de costas y/o costos.
 - (iii) Por incumplimiento de mandato cautelar.
- g. Procedimiento de liquidación de costas y costos.

De manera supletoria, en todo lo no previsto en el presente Código y en las disposiciones especiales, es aplicable a los procedimientos administrativos

anteriormente señalados, la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. La regulación propia del Derecho Procesal Civil es aplicable solo en cuanto sea compatible con el régimen administrativo¹⁴.

Subcapítulo II

Procedimiento sancionador en materia de protección al consumidor

Artículo 107.- Postulación del procedimiento.

Los procedimientos administrativos para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el presente Código se inician de oficio, bien por propia iniciativa de la autoridad, por denuncia del consumidor afectado o del que potencialmente pudiera verse afectado, o por una asociación de consumidores en representación de sus asociados o poderdantes o en defensa de intereses colectivos o difusos de los consumidores. En este último caso, la asociación de consumidores actúa como tercero legitimado sin gozar de las facultades para disponer derechos de los consumidores afectados, salvo de sus asociados o de las personas que le hayan otorgado poder para tal efecto. Tanto el consumidor constituido como parte como el tercero legitimado pueden participar en el procedimiento e interponer los recursos contra la resolución que deniegue el inicio del procedimiento y contra cualquier otra resolución impugnada que les produzca agravio. El procedimiento

14 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 106.- Procedimientos a cargo del Indecopi

El Indecopi tiene a su cargo los siguientes procedimientos:

a. Procedimientos sancionadores:

- (i) Por infracción a las normas de protección al consumidor.
- (ii) Por incumplimiento de acuerdo conciliatorio o de laudo arbitral.
- (iii) Procedimiento administrativo sancionador por:
 1. Proporcionar información falsa u ocultar, destruir o alterar información o cualquier libro, registro o documento que haya sido requerido durante la tramitación de un procedimiento.
 2. Negativa injustificada a cumplir un requerimiento de información efectuado.
 3. Denuncia maliciosa.

b. Procedimientos sancionadores por incumplimiento de mandatos:

- (i) Por incumplimiento de medidas correctivas.
- (ii) Por incumplimiento de pago de costas y costos del procedimiento.
- (iii) Por incumplimiento de mandato cautelar.

c. Procedimiento de liquidación de costas y costos del procedimiento

De manera supletoria, en todo lo no previsto en el presente Código y en las disposiciones especiales, es aplicable a los procedimientos administrativos anteriormente señalados, la Ley núm. 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

administrativo en materia de protección al consumidor se inicia con la notificación de la imputación de cargos al posible infractor¹⁵.

Artículo 107-A.- Formas de conclusión anticipada del procedimiento de oficio promovido por denuncia de parte.

En cualquier estado e instancia del procedimiento de oficio promovido por denuncia de parte, el órgano resolutorio puede declarar su conclusión anticipada en los siguientes supuestos:

1. Cuando el denunciante formule desistimiento del procedimiento o de la pretensión antes de la notificación de la resolución que agota la vía administrativa.
2. Cuando las partes lleguen a un acuerdo mediante conciliación, mediación, transacción o cualquier otro acuerdo que, de forma indubitable, deje constancia que se ha solucionado la controversia materia de denuncia antes de la notificación de la resolución que pone fin a la misma.

Cualquiera de las partes podrá acreditar ante el órgano resolutorio la solución de la controversia, para que la autoridad declare la conclusión anticipada del procedimiento. El procedimiento continuará respecto de aquellos denunciados o pretensiones no comprendidos en dicha conclusión anticipada.

La autoridad podrá continuar de oficio el procedimiento si del análisis de los hechos denunciados considera que podría estarse afectando intereses de terceros o la acción suscitada por la iniciación del procedimiento entrañase interés general¹⁶.

Artículo 108.- Infracciones administrativas.

Constituye infracción administrativa la conducta del proveedor que transgrede las disposiciones del presente Código, tanto si ello implica violar los derechos

15 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 107.- Postulación del proceso

Los procedimientos sancionadores se inician de oficio, bien por propia iniciativa de la autoridad, por denuncia del consumidor afectado o del que potencialmente pudiera verse afectado, o de una asociación de consumidores en representación de sus asociados o apoderados o en defensa de intereses colectivos o difusos de los consumidores. En este último caso, la asociación de consumidores actúa como tercero legitimado sin gozar de las facultades para disponer derechos de los consumidores afectados, salvo de sus asociados o de las personas que le hayan otorgado poder para tal efecto. Tanto el consumidor constituido como parte como el tercero legitimado pueden participar en el procedimiento e interponer los recursos contra la resolución que deniegue el inicio del procedimiento y contra cualquier otra resolución impugnada que les produzca agravio.

16 Artículo incorporado por el Artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

reconocidos a los consumidores como incumplir las obligaciones que estas normas imponen a los proveedores. También son supuestos de infracción administrativa el incumplimiento de acuerdos conciliatorios o cualquier otro acuerdo que de forma indubitable deje constancia de la manifestación de voluntad expresa de las partes de dar por culminada la controversia, de laudos arbitrales, y aquellos previstos en el Decreto Legislativo N° 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, y en las normas que lo complementen o sustituyan.

Sin que la presente enumeración sea taxativa, pondrán fin al procedimiento administrativo la resolución de la autoridad administrativa que declara la improcedencia de la denuncia de parte en los siguientes supuestos:

- a) Si el denunciante no ostenta la calidad de consumidor final, conforme al presente Código.
- b) Si el denunciado no califica como proveedor, conforme al presente Código.
- c) Si no existe una relación de consumo, conforme al presente Código.
- d) Si ha prescrito la facultad de la autoridad administrativa para determinar la existencia de infracción administrativa.
- e) Si existe falta de legitimidad o interés para obrar.
- f) Si el proveedor subsana o corrige la conducta constitutiva de infracción administrativa con anterioridad a la notificación de la imputación de cargos¹⁷.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 011-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
Artículo 14.

17 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 108.- Infracciones administrativas

Constituye infracción administrativa la conducta del proveedor que transgrede las disposiciones del presente Código, tanto si ello implica violar los derechos reconocidos a los consumidores como incumplir las obligaciones que estas normas imponen a los proveedores. También son supuestos de infracción administrativa el incumplimiento de acuerdos conciliatorios o de laudos arbitrales y aquellos previstos en el Decreto Legislativo núm. 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, y en las normas que lo complementen o sustituyan.

Artículo 109.- Medidas cautelares.

En cualquier etapa del procedimiento, de oficio o a pedido de parte, el órgano resolutorio puede, dentro del ámbito de su correspondiente competencia, dictar una o varias de las siguientes medidas cautelares destinadas a asegurar el cumplimiento de la decisión definitiva:

- a. La cesación de los actos materia de denuncia.
- b. El comiso, el depósito o la inmovilización de los productos, etiquetas, envases y de cualquier otro bien que sea materia de denuncia.
- c. La adopción de las medidas necesarias para que las autoridades aduaneras impidan el ingreso al país de los productos materia de denuncia.
- d. El cierre temporal del establecimiento del denunciado.
- e. Cualquier otra medida necesaria y adecuada a fin de salvaguardar la eficacia de la decisión final de la autoridad competente, considerando para tales efectos el peligro que podría conllevar la continuación de la conducta denunciada o la prolongación de sus efectos.

El órgano resolutorio puede, de considerarlo pertinente, ordenar una medida cautelar distinta a la solicitada por la parte interesada. En caso de existir peligro actual o inminente si es que no se adoptan las medidas cautelares correspondientes, el secretario técnico puede imponerlas, con cargo a dar cuenta inmediatamente a la comisión. La comisión ratifica o levanta la medida cautelar impuesta. El Órgano Resolutorio de Procedimientos Sumarísimos en materia de protección al consumidor goza también de la facultad de ordenar medidas cautelares¹⁸.

18 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 109.- Medidas cautelares**

En cualquier etapa del procedimiento, de oficio o a pedido de parte, el Indecopi puede, dentro del ámbito de su correspondiente competencia, dictar una o varias de las siguientes medidas cautelares destinadas a asegurar el cumplimiento de la decisión definitiva:

- a. La cesación de los actos materia de denuncia.
- b. El comiso, el depósito o la inmovilización de los productos, etiquetas, envases y de cualquier otro bien que sea materia de denuncia.
- c. La adopción de las medidas necesarias para que las autoridades aduaneras impidan el ingreso al país de los productos materia de denuncia.
- d. El cierre temporal del establecimiento del denunciado.
- e. Cualquier otra medida que tenga por objeto evitar que se produzca algún perjuicio derivado del acto denunciado o que tenga como finalidad la cesación de este.

El Indecopi puede, de considerarlo pertinente, ordenar una medida cautelar distinta a la solicitada por la parte interesada. En caso de existir peligro actual o inminente si es que no se adoptan las medidas cautelares correspondientes, el secretario técnico puede imponerlas, con cargo a dar cuenta inmediatamente a la comisión. La comisión ratifica o levanta la medida cautelar impuesta. El Órgano Resolutorio de Procedimientos Sumarísimos en materia de protección al consumidor goza también de la facultad de ordenar medidas cautelares.

CONCORDANCIAS:**Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 159-2010-INDECOPI-COD**

Aprueban Directiva N° 004-2010/DIR-COD-INDECOPI que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor

Lit. a) del Num. 6.1 de la Directiva

Artículo 110.- Sanciones administrativas.

El órgano resolutorio puede sancionar las infracciones administrativas a que se refiere el artículo 108 con amonestación y multas de hasta cuatrocientos cincuenta [450] Unidades Impositivas Tributarias [UIT], las cuales son calificadas de la siguiente manera:

- a. Infracciones leves, con una amonestación o con una multa de hasta cincuenta [50] UIT.
- b. Infracciones graves, con una multa de hasta ciento cincuenta [150] UIT.
- c. Infracciones muy graves, con una multa de hasta cuatrocientos cincuenta [450] UIT.

En el caso de las microempresas, la multa no puede superar el diez por ciento [10%] de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de primera instancia, siempre que se haya acreditado dichos ingresos, no se encuentre en una situación de reincidencia y el caso no verse sobre la vida, salud o integridad de los consumidores. Para el caso de las pequeñas empresas, la multa no puede superar el veinte por ciento [20%] de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, conforme a los requisitos señalados anteriormente. La cuantía de las multas por las infracciones previstas en el Decreto Legislativo N° 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, se rige por lo establecido en dicha norma, salvo disposición distinta del presente Código.

En caso que el proveedor incumpla un acuerdo conciliatorio o cualquier otro acuerdo que de forma indubitable deje constancia de la manifestación de voluntad expresa de las partes de dar por culminada la controversia, o un laudo arbitral, el órgano resolutorio puede sancionar con una multa entre una [1] Unidad Impositiva Tributaria y doscientos [200] Unidades Impositivas Tributarias. Para la graduación

se observan los criterios establecidos en el presente Código y supletoriamente, los criterios que establece la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General o la norma que la sustituya o complementa.

Las sanciones administrativas son impuestas sin perjuicio de las medidas correctivas que ordene el órgano resolutorio y de la responsabilidad civil o penal que correspondan¹⁹.

Artículo 111.- Responsabilidad de los administradores

Excepcionalmente, y atendiendo a la gravedad y naturaleza de la infracción, las personas que ejerzan la dirección, administración o representación del proveedor son responsables solidarios en cuanto participen con dolo o culpa inexcusable en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción administrativa.

En los casos referidos en el primer párrafo, además de la sanción que, a criterio del Indecopi, corresponde imponer a los infractores, se puede imponer una multa de hasta cinco (5) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) a cada uno de sus representantes legales o a las personas que integran los órganos de dirección o administración según se determine su responsabilidad en las infracciones cometidas.

19 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 110.- Sanciones administrativas

El Indecopi puede sancionar las infracciones administrativas a que se refiere el artículo 108 con amonestación y multas de hasta cuatrocientos cincuenta (450) Unidades Impositivas Tributarias (UIT), las cuales son calificadas de la siguiente manera:

- a. Infracciones leves, con una amonestación o con una multa de hasta cincuenta (50) UIT.
- b. Infracciones graves, con una multa de hasta ciento cincuenta (150) UIT.
- c. Infracciones muy graves, con una multa de hasta cuatrocientos cincuenta (450) UIT.

En el caso de las microempresas, la multa no puede superar el diez por ciento (10%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de primera instancia, siempre que se haya acreditado dichos ingresos, no se encuentre en una situación de reincidencia y el caso no verse sobre la vida, salud o integridad de los consumidores. Para el caso de las pequeñas empresas, la multa no puede superar el veinte por ciento (20%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, conforme a los requisitos señalados anteriormente.

La cuantía de las multas por las infracciones previstas en el Decreto Legislativo núm. 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, se rige por lo establecido en dicha norma, salvo disposición distinta del presente Código.

Las sanciones administrativas son impuestas sin perjuicio de las medidas correctivas que ordene el Indecopi y de la responsabilidad civil o penal que pueda corresponder.

Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas.

Al graduar la sanción, el órgano resolutorio puede tener en consideración los siguientes criterios:

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
2. La probabilidad de detección de la infracción.
3. El daño resultante de la infracción.
4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar.

Se consideran circunstancias agravantes especiales, las siguientes:

1. La reincidencia o incumplimiento reiterado, según sea el caso.
2. La conducta del infractor a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental.
3. Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad del consumidor.
4. Cuando el proveedor, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias.
5. Cuando la conducta infractora haya afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores.
6. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas, dependiendo de cada caso particular.

Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes:

1. La presentación por el proveedor de una propuesta conciliatoria dentro del procedimiento administrativo que coincida con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutorio.

2. Cuando el proveedor acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de la misma y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma.
3. En los procedimientos de oficio promovidos por una denuncia de parte, cuando el proveedor se allana a la denuncia presentada o reconoce las pretensiones en ella contenidas, se da por concluido el procedimiento liminarmente, pudiendo imponerse una amonestación si el allanamiento o reconocimiento se realiza con la presentación de los descargos; caso contrario la sanción a imponer será pecuniaria. En aquellos casos en que el allanamiento o reconocimiento verse sobre controversias referidas a actos de discriminación, actos contrarios a la vida y a la salud y sustancias peligrosas, se considera como un atenuante pero la sanción a imponer será pecuniaria. En todos los supuestos de allanamiento y reconocimiento formulados con la presentación de los descargos, se exonera al denunciado del pago de los costos del procedimiento, pero no de las costas.
4. Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código, para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:
 - a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa a dicho programa.
 - b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
 - c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.
 - d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.
 - e. Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.
 - f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.

5. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas dependiendo de cada caso particular²⁰.

²⁰ Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas

Al graduar la sanción, el Indecopi puede tener en consideración los siguientes criterios:

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
2. La probabilidad de detección de la infracción.
3. El daño resultante de la infracción.
4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar.

Se consideran circunstancias agravantes especiales, las siguientes:

1. La reincidencia o incumplimiento reiterado, según sea el caso.
2. La conducta del infractor a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental.
3. Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad del consumidor.
4. Cuando el proveedor, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias.
5. Cuando la conducta infractora haya afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores.
6. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas, dependiendo de cada caso particular.

Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes:

1. La subsanación voluntaria por parte del proveedor del acto u omisión imputado como presunta infracción administrativa, con anterioridad a la notificación de la imputación de cargos.
2. La presentación por el proveedor de una propuesta conciliatoria que coincida con la medida correctiva ordenada por el Indecopi.
3. Cuando el proveedor acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de la misma y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma.
4. Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código, para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:
 - a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa a dicho programa.
 - b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
 - c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.
 - d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.
 - e. Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.
 - f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.
5. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas dependiendo de cada caso particular.

Artículo 113.- Cálculo y rebaja del monto de la multa

Para calcularse el monto de las multas a aplicarse, se utiliza el valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente a la fecha de pago efectivo o en la fecha que se haga efectiva la cobranza coactiva. Las multas constituyen en su integridad recursos propios del Indecopi, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 156.

La multa aplicable es rebajada en un veinticinco por ciento [25%] cuando el infractor cancele el monto de la misma con anterioridad a la culminación del término para impugnar la resolución que puso fin a la instancia y en tanto no interponga recurso alguno contra dicha resolución.

Artículo 114.- Medidas correctivas

Sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda al proveedor por una infracción al presente Código, el Indecopi puede dictar, en calidad de mandatos, medidas correctivas reparadoras y complementarias.

Las medidas correctivas reparadoras pueden dictarse a pedido de parte o de oficio, siempre y cuando sean expresamente informadas sobre esa posibilidad en la notificación de cargo al proveedor por la autoridad encargada del procedimiento.

Las medidas correctivas complementarias pueden dictarse de oficio o a pedido de parte.

Artículo 115.- Medidas correctivas reparadoras.

115.1. Las medidas correctivas reparadoras tienen el objeto de resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior. En caso el órgano resolutorio dicte una o varias medidas correctivas, debe considerar lo acordado por las partes durante la relación de consumo. Las medidas correctivas reparadoras pueden consistir en ordenar al proveedor infractor lo siguiente:

- a. Reparar productos.
- b. Cambiar productos por otros de idénticas o similares características, cuando la reparación no sea posible o no resulte razonable según las circunstancias.
- c. Entregar un producto de idénticas características o, cuando esto no resulte posible, de similares características, en los supuestos de pérdida o deterioro atribuible al proveedor y siempre que exista interés del consumidor.

- d. Cumplir con ejecutar la prestación u obligación asumida; y si esto no resulte posible o no sea razonable, otra de efectos equivalentes, incluyendo prestaciones dinerarias.
- e. Cumplir con ejecutar otras prestaciones u obligaciones legales o convencionales a su cargo.
- f. Devolver la contraprestación pagada por el consumidor, más los intereses legales correspondientes, cuando la reparación, reposición, o cumplimiento de la prestación u obligación, según sea el caso, no resulte posible o no sea razonable según las circunstancias.
- g. En los supuestos de pagos indebidos o en exceso, devolver estos montos, más los intereses correspondientes.
- h. Pagar los gastos incurridos por el consumidor para mitigar las consecuencias de la infracción administrativa.
- i. Otras medidas reparadoras análogas de efectos equivalentes a las anteriores.

115.2. Las medidas correctivas reparadoras no pueden ser solicitadas de manera acumulativa conjunta, pudiendo plantearse de manera alternativa o subsidiaria, con excepción de la medida correctiva señalada en el literal h) que puede solicitarse conjuntamente con otra medida correctiva. Cuando los órganos competentes del Indecopi se pronuncian respecto de una medida correctiva reparadora, aplican el principio de congruencia procesal.

115.3. Las medidas correctivas reparadoras pueden solicitarse en cualquier momento hasta antes de la notificación de cargo al proveedor, sin perjuicio de la facultad de secretaría técnica de la comisión de requerir al consumidor que precise la medida correctiva materia de solicitud. El consumidor puede variar su solicitud de medida correctiva hasta antes de la decisión de primera instancia, en cuyo caso se confiere traslado al proveedor para que formule su descargo.

115.4. Corresponde al consumidor que solicita el dictado de la medida correctiva reparadora probar las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas causadas por la comisión de la infracción administrativa.

115.5. Los bienes o montos objeto de medidas correctivas reparadoras son entregados por el proveedor directamente al consumidor que los reclama,

salvo mandato distinto contenido en la resolución. Aquellos bienes o montos materia de una medida correctiva reparadora, que por algún motivo se encuentran en posesión del Indecopi y deban ser entregados a los consumidores beneficiados, son puestos a disposición de estos.

- 115.6. El extremo de la resolución final que ordena el cumplimiento de una medida correctiva reparadora a favor del consumidor constituye título ejecutivo conforme con lo dispuesto en el artículo 688 del Código Procesal Civil, una vez que quedan consentidas o causan estado en la vía administrativa. La legitimidad para obrar en los procesos civiles de ejecución corresponde a los consumidores beneficiados con la medida correctiva reparadora.
- 115.7. Las medidas correctivas reparadoras como mandatos dirigidos a resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas originadas por la infracción buscan corregir la conducta infractora y no tienen naturaleza indemnizatoria; son dictadas sin perjuicio de la indemnización por los daños y perjuicios que el consumidor puede solicitar en la vía judicial o arbitral correspondiente. No obstante se descuenta de la indemnización patrimonial aquella satisfacción patrimonial deducible que el consumidor haya recibido a consecuencia del dictado de una medida correctiva reparadora en sede administrativa²¹.

21 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 115.- Medidas correctivas reparadoras

- 115.1 Las medidas correctivas reparadoras tienen el objeto de resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior y pueden consistir en ordenar al proveedor infractor lo siguiente:
- a. Reparar productos.
 - b. Cambiar productos por otros de idénticas o similares características, cuando la reparación no sea posible o no resulte razonable según las circunstancias.
 - c. Entregar un producto de idénticas características o, cuando esto no resulte posible, de similares características, en los supuestos de pérdida o deterioro atribuible al proveedor y siempre que exista interés del consumidor.
 - d. Cumplir con ejecutar la prestación u obligación asumida; y si esto no resulte posible o no sea razonable, otra de efectos equivalentes, incluyendo prestaciones dinerarias.
 - e. Cumplir con ejecutar otras prestaciones u obligaciones legales o convencionales a su cargo.
 - f. Devolver la contraprestación pagada por el consumidor, más los intereses legales correspondientes, cuando la reparación, reposición, o cumplimiento de la prestación u obligación, según sea el caso, no resulte posible o no sea razonable según las circunstancias.
 - g. En los supuestos de pagos indebidos o en exceso, devolver estos montos, más los intereses correspondientes.
 - h. Pagar los gastos incurridos por el consumidor para mitigar las consecuencias de la infracción administrativa.
 - i. Otras medidas reparadoras análogas de efectos equivalentes a las anteriores.

Artículo 116.- Medidas correctivas complementarias

Las medidas correctivas complementarias tienen el objeto de revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente en el futuro y pueden ser, entre otras, las siguientes:

- a. Que el proveedor cumpla con atender la solicitud de información requerida por el consumidor, siempre que dicho requerimiento guarde relación con el producto adquirido o servicio contratado.
- b. Declarar inexigibles las cláusulas que han sido identificadas como abusivas en el procedimiento.
- c. El decomiso y destrucción de la mercadería, envases, envolturas o etiquetas.
- d. En caso de infracciones muy graves y de reincidencia o reiterancia:

-
- 115.2 Las medidas correctivas reparadoras no pueden ser solicitadas de manera acumulativa conjunta, pudiendo plantearse de manera alternativa o subsidiaria, con excepción de la medida correctiva señalada en el literal h) que puede solicitarse conjuntamente con otra medida correctiva. Cuando los órganos competentes del Indecopi se pronuncian respecto de una medida correctiva reparadora, aplican el principio de congruencia procesal.
 - 115.3 Las medidas correctivas reparadoras pueden solicitarse en cualquier momento hasta antes de la notificación de cargo al proveedor, sin perjuicio de la facultad de secretaría técnica de la comisión de requerir al consumidor que precise la medida correctiva materia de solicitud. El consumidor puede variar su solicitud de medida correctiva hasta antes de la decisión de primera instancia, en cuyo caso se confiere traslado al proveedor para que formule su descargo.
 - 115.4 Corresponde al consumidor que solicita el dictado de la medida correctiva reparadora probar las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas causadas por la comisión de la infracción administrativa.
 - 115.5 Los bienes o montos objeto de medidas correctivas reparadoras son entregados por el proveedor directamente al consumidor que los reclama, salvo mandato distinto contenido en la resolución. Aquellos bienes o montos materia de una medida correctiva reparadora, que por algún motivo se encuentran en posesión del Indecopi y deban ser entregados a los consumidores beneficiados, son puestos a disposición de estos.
 - 115.6 El extremo de la resolución final que ordena el cumplimiento de una medida correctiva reparadora a favor del consumidor constituye título ejecutivo conforme con lo dispuesto en el artículo 688 del Código Procesal Civil, una vez que quedan consentidas o causan estado en la vía administrativa. La legitimidad para obrar en los procesos civiles de ejecución corresponde a los consumidores beneficiados con la medida correctiva reparadora.
 - 115.7 Las medidas correctivas reparadoras como mandatos dirigidos a resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas originadas por la infracción buscan corregir la conducta infractora y no tienen naturaleza indemnizatoria; son dictadas sin perjuicio de la indemnización por los daños y perjuicios que el consumidor puede solicitar en la vía judicial o arbitral correspondiente. No obstante se descuenta de la indemnización patrimonial aquella satisfacción patrimonial deducible que el consumidor haya recibido a consecuencia del dictado de una medida correctiva reparadora en sede administrativa.

- (i) Solicitar a la autoridad correspondiente la clausura temporal del establecimiento industrial, comercial o de servicios por un plazo máximo de seis (6) meses.
 - (ii) Solicitar a la autoridad competente la inhabilitación, temporal o permanente, del proveedor en función de los alcances de la infracción sancionada.
- e. Publicación de avisos rectificatorios o informativos en la forma que determine el Indecopi, tomando en consideración los medios que resulten idóneos para revertir los efectos que el acto objeto de sanción ha ocasionado.
- f. Cualquier otra medida correctiva que tenga el objeto de revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente en el futuro.

El Indecopi está facultado para solicitar a la autoridad municipal y policial el apoyo respectivo para la ejecución de las medidas correctivas complementarias correspondientes.

Artículo 117.- Multas coercitivas por incumplimiento de mandatos.

Si el obligado a cumplir con un mandato del Indecopi respecto a una medida correctiva o a una medida cautelar no lo hace, se le impone una multa coercitiva no menor de una (1) Unidad Impositiva Tributaria, tratándose de una microempresa; en todos los otros supuestos se impone una multa no menor de tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

En caso de persistir el incumplimiento de cualquiera de los mandatos a que se refiere el primer párrafo, el órgano resolutivo puede imponer una nueva multa, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de doscientas (200) Unidades Impositivas Tributarias (UIT). La multa que corresponda debe ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días hábiles, vencido el cual se ordena su cobranza coactiva.

No cabe la impugnación de las multas coercitivas previstas en el presente artículo²².

²² Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 117.- Multas coercitivas por incumplimiento de mandatos

Si el obligado a cumplir con un mandato del Indecopi respecto a una medida correctiva o a una medida cautelar no lo hace, se le impone una multa no menor de tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

En caso de persistir el incumplimiento de cualquiera de los mandatos a que se refiere el primer párrafo, el Indecopi puede imponer una nueva multa, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de doscientas (200) Unidades Impositivas Tributarias (UIT). La multa que corresponda debe ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días hábiles, vencido el cual se ordena su cobranza coactiva.

Artículo 118.- Multas coercitivas por incumplimiento del pago de costas y costos

Si el obligado a cumplir la orden de pago de costas y costos no lo hace, se le impone una multa no menor de una [1] Unidad Impositiva Tributaria [UIT].

En caso de persistir el incumplimiento de lo ordenado, el órgano resolutorio puede imponer una nueva multa, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de cincuenta [50] Unidades Impositivas Tributarias [UIT]. La multa que corresponda debe ser pagada dentro del plazo de cinco [5] días hábiles, vencidos los cuales se ordena su cobranza coactiva.

No cabe la impugnación de las multas coercitivas previstas en el presente artículo²³.

Artículo 119.- Registro de infracciones y sanciones

El Indecopi lleva un registro de infracciones y sanciones a las disposiciones del presente Código con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro [4] años contados a partir de la fecha de dicha resolución.

La información del registro es de acceso público y gratuito.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 029-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor

Artículo 120.- Comiso de productos y destino de los mismos

En el caso de que se ordene el comiso de productos, sea de manera provisional o definitiva, estos son depositados en el lugar que, para el efecto, señale el Indecopi,

23 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 118.- Multas coercitivas por incumplimiento del pago de costas y costos

Si el obligado a cumplir la orden de pago de costas y costos no lo hace, se le impone una multa no menor de una (1) Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

En caso de persistir el incumplimiento de lo ordenado, el Indecopi puede imponer una nueva multa, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias (UIT). La multa que corresponda debe ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales se ordena su cobranza coactiva.

por cuenta, costo y riesgo del infractor, debiendo designarse al depositario en el propio acto de la diligencia. El depositario, al aceptar el cargo, es instruido de sus obligaciones y responsabilidades. Los gastos incurridos por el accionante para el comiso de productos son considerados costas del procedimiento.

Consentida la resolución de primera o segunda instancia, o confirmada esta por el Poder Judicial, los productos comisados son adjudicados por el Consejo Directivo del Indecopi a entidades estatales que desarrollan labores o programas de apoyo social, Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, sus unidades ejecutoras, el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad o a instituciones privadas sin fines de lucro o a actividades benéficas, las que deben garantizar que dichos productos no sean comercializados. En caso de atentar contra la salud o el orden público, los productos deben ser destruidos.

Artículo 121.- Plazo de prescripción de la infracción administrativa

Las infracciones al presente Código prescriben a los dos (2) años contados a partir del día en que la infracción se hubiera cometido o desde que cesó, si fuera una infracción continuada.

Para el cómputo del plazo de prescripción o su suspensión se aplica lo dispuesto en el artículo 233 de la Ley núm. 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Artículo 122.- Prescripción de la sanción

La acción para que la autoridad administrativa pueda exigir el cumplimiento de las sanciones impuestas por infracciones al presente Código prescribe a los tres (3) años contados desde el día siguiente a aquel en que la resolución por la que se impone la sanción queda firme.

Interrumpe la prescripción de la sanción, la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución coactiva. El cómputo del plazo se vuelve a iniciar si el procedimiento de ejecución coactiva permanece paralizado durante más de treinta (30) días hábiles por causa no imputable al infractor.

La prescripción se suspende cuando se haya dictado una medida cautelar o concurra cualquier otra situación equivalente que impida el inicio o suspenda el procedimiento de ejecución coactiva.

Artículo 123.- Recopilación de información por la autoridad

El secretario técnico y la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi están facultados para reunir información relativa a las características y condiciones de los productos o servicios que se expenden en el mercado, con el objeto de informar al consumidor para permitirle tomar una adecuada decisión de consumo.

Los procedimientos seguidos ante el Indecopi tienen carácter público. En esa medida, el secretario técnico y la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi se encuentran facultados para disponer la difusión de información vinculada a los mismos, siempre que lo consideren pertinente en atención a los intereses de los consumidores afectados y no constituya violación de secretos comerciales o industriales.

Subcapítulo III

Procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor²⁴

CONCORDANCIAS:

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 159-2010-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva N° 004-2010/DIR-COD-INDECOPI que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor.

Artículo 124.- Órganos resolutivos de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor

A efectos de establecer un procedimiento especial de protección al consumidor de carácter célere o ágil para los casos en que ello se requiera por la cuantía o la materia discutida, el Consejo Directivo del Indecopi crea órganos resolutivos de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor, que se encuentran adscritos a las sedes de la institución a nivel nacional u oficinas regionales en las que exista una Comisión de Protección al Consumidor o una comisión con facultades desconcentradas en esta materia.

Artículo 125.- Competencia de los órganos resolutivos de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor.

Cada órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al Consumidor es competente para conocer, en primera instancia administrativa, denuncias cuya cuantía, determinada por el valor del producto o servicio materia de controversia, no supere tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT); así como aquellas denuncias que versen exclusivamente sobre falta de atención a reclamos y requerimientos de información, métodos abusivos de cobranza, falta de entrega del producto, con independencia de su cuantía.

²⁴ Ver Texto Unico Ordenado de la Directiva que aprueba el procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor aprobado por el Artículo Único de la Resolución N° 298-2013-INDECOPI-COD, publicada el 06 de diciembre de 2013, el mismo que entra en vigencia el 01 de enero de 2014.

Asimismo, es competente para conocer, en primera instancia, denuncias por incumplimiento de medida correctiva, incumplimiento de acuerdo conciliatorio e incumplimiento y liquidación de costas y costos. No puede conocer denuncias que involucren reclamos por productos o sustancias peligrosas, actos de discriminación o trato diferenciado, servicios médicos, actos que afecten intereses colectivos o difusos y los que versen sobre productos o servicios cuya estimación patrimonial supera tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o son inapreciables en dinero.

La Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi o la comisión con facultades desconcentradas en esta materia, según corresponda, constituye la segunda instancia administrativa en este procedimiento sumarísimo, que se tramita bajo las reglas establecidas por el presente subcapítulo y por la directiva que para tal efecto debe aprobar y publicar el Consejo Directivo del Indecopi.

La resolución que emita la correspondiente Comisión agota la vía administrativa y puede ser cuestionada mediante el proceso contencioso administrativo²⁵.

25 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 125.- Competencia de los órganos resolutivos de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor

Cada órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al Consumidor es competente para conocer, en primera instancia administrativa, denuncias cuya cuantía, determinada por el valor del producto o servicio materia de controversia, no supere tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT); así como aquellas denuncias que versen exclusivamente sobre requerimientos de información, métodos abusivos de cobranza y demora en la entrega del producto, con independencia de su cuantía. Asimismo, es competente para conocer, en primera instancia, denuncias por incumplimiento de medida correctiva, incumplimiento de acuerdo conciliatorio e incumplimiento y liquidación de costas y costos. No puede conocer denuncias que involucren reclamos por productos o sustancias peligrosas, actos de discriminación o trato diferenciado, servicios médicos, actos que afecten intereses colectivos o difusos y los que versen sobre productos o servicios cuya estimación patrimonial supera tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o son inapreciables en dinero.

La Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi o la comisión con facultades desconcentradas en esta materia, según corresponda, constituye la segunda instancia administrativa en este procedimiento sumarísimo, que se tramita bajo las reglas establecidas por el presente subcapítulo y por la directiva que para tal efecto debe aprobar y publicar el Consejo Directivo del Indecopi.

Excepcionalmente, hay lugar a recurso de revisión ante la Sala competente en materia de protección al consumidor del Tribunal del Indecopi, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 210 de la Ley núm. 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. Su finalidad es revisar si se han dejado de aplicar o aplicado erróneamente las normas del presente Código, o no se han respetado los precedentes de observancia obligatoria por ella aprobados. El plazo para formular este recurso es de cinco (5) días hábiles y su interposición no suspende la ejecución del acto impugnado, salvo que la Sala en resolución debidamente fundamentada disponga lo contrario.

CONCORDANCIAS:**Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 159-2010-INDECOPI-COD**

Aprueban Directiva N° 004-2010/DIR-COD-INDECOPI que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor

Num. 3.2 y 5.1 de la Directiva R.N° 075-2017-INDECOPI-COD

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 075-2017-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva que regula el procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 126.- Reglas para la tramitación del procedimiento sumarísimo de protección al consumidor.

El procedimiento sumarísimo que establece el presente subcapítulo desarrolla su trámite de conformidad con las siguientes reglas:

- a. Debe tramitarse y resolverse en un plazo máximo de treinta (30) días hábiles por instancia en observancia de las normas que establece el presente Código, incluyendo las que prevén infracciones y habilitan la imposición de sanciones, multas y medidas correctivas siendo de aplicación supletoria las disposiciones del Procedimiento Único previsto en el Título V del Decreto Legislativo N° 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi en todo aquello que no contradiga su naturaleza y celeridad.
- b. Se ofrecen únicamente medios probatorios documentales con la presentación de la denuncia, el escrito de descargos, el recurso de apelación o en su absolución, según corresponda, sin perjuicio de la facultad de la autoridad para requerir, de oficio, la actuación de algún medio probatorio de naturaleza distinta²⁶.

26 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 126.- Reglas para la tramitación del procedimiento sumarísimo de protección al consumidor**

El procedimiento sumarísimo que establece el presente subcapítulo desarrolla su trámite de conformidad con las siguientes reglas:

- a. Debe tramitarse y resolverse en un plazo máximo de treinta (30) días hábiles por instancia, en observancia de las normas que establece el presente Código, incluyendo las que prevén

CONCORDANCIAS:**Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 159-2010-INDECOPI-COD**

Aprueban Directiva N° 004-2010/DIR-COD-INDECOPI que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor

Num. 4.4.2 de la Directiva

Artículo 127.- Designación del jefe de los órganos resolutores de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor

El Órgano Resolutor de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor se encuentra a cargo de un jefe, que cuenta con autonomía técnica y funcional, que es designado por el Consejo Directivo del Indecopi y que resuelve en primera instancia administrativa los procedimientos sumarísimos iniciados a pedido de parte, de conformidad con la presente disposición. Para su designación y remoción son de aplicación las normas del Decreto Legislativo núm. 1033, que regulan la designación y vacancia de los comisionados.

Las demás disposiciones procedimentales que resulten necesarias son aprobadas por el Consejo Directivo del Indecopi, quedando su presidente facultado para adoptar las acciones administrativas y de personal que se requieran para la implementación y funcionamiento de los órganos resolutores de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor, a nivel nacional.

TÍTULO VI DEFENSA COLECTIVA DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 128.- Defensa colectiva de los consumidores

El ejercicio de las acciones en defensa de los derechos del consumidor puede ser efectuado a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores. Para estos efectos se entiende por:

-
- infracciones y habilitan la imposición de sanciones, multas y medidas correctivas siendo de aplicación supletoria las disposiciones del Procedimiento Único previsto en el Título V del Decreto Legislativo núm. 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi en todo aquello que no contradiga su naturaleza y celeridad.
- b. Las partes únicamente pueden ofrecer medios probatorios documentales, sin perjuicio de la facultad de la autoridad para requerir, de oficio, la actuación de algún medio probatorio de naturaleza distinta.
 - c. La resolución de la correspondiente comisión o, de ser el caso, del Tribunal da por agotada la vía administrativa.

- a. Interés colectivo de los consumidores.- Son acciones que se promueven en defensa de derechos comunes a un conjunto determinado o determinable de consumidores que se encuentren ligados con un proveedor y que pueden ser agrupados dentro de un mismo grupo o clase.
- b. Interés difuso de los consumidores.- Son acciones que se promueven en defensa de un conjunto indeterminado de consumidores afectados.

Artículo 129.- Procedimientos administrativos en defensa colectiva de los consumidores

Las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas por el Indecopi están legitimadas para formular denuncias ante la Comisión de Protección al Consumidor y ante los demás órganos funcionales competentes del Indecopi, en defensa de intereses colectivos o difusos de los consumidores o de los potencialmente afectados.

El órgano funcional competente del Indecopi califica la denuncia y otros elementos y decide el inicio del procedimiento administrativo en defensa colectiva de los consumidores. De igual manera, por propia iniciativa, puede iniciar este tipo de procedimiento o continuar de oficio cualquier otro cuando considera que puede estar afectándose el interés colectivo de los consumidores.

Las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas están también legitimadas para formular denuncias en defensa de intereses difusos o colectivos ante los organismos reguladores de los servicios públicos.

Artículo 130.- Procesos judiciales para la defensa de intereses difusos de los consumidores

El Indecopi, previo acuerdo de su Consejo Directivo, se encuentra legitimado para promover de oficio procesos judiciales relacionados a los temas de su competencia en defensa de los intereses difusos de los consumidores, conforme al artículo 82 del Código Procesal Civil. Las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas pueden promover tales procesos, sujetándose a lo dispuesto en el artículo 82 del Código Procesal Civil.

Artículo 131.- Procesos judiciales para la defensa de intereses colectivos de los consumidores

131.1. El Indecopi, previo acuerdo de su Consejo Directivo, está facultado para promover procesos en defensa de intereses colectivos de los consumidores, los cuales se tramitan en la vía sumarísima, siendo de aplicación, en cuanto fuera pertinente, lo establecido en el artículo 82 del Código Procesal Civil.

Asimismo, el Indecopi, previo acuerdo de su Consejo Directivo, puede delegar la facultad señalada en el presente párrafo a las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas, siempre que cuenten con la adecuada representatividad y reconocida trayectoria.

- 131.2. En estos procesos se pueden acumular las pretensiones de indemnización por daños y perjuicios, reparación o sustitución de productos, reembolso de cantidades indebidamente pagadas y, en general, cualquier otra pretensión necesaria para proteger el interés y los derechos de los consumidores afectados, que guarde conexidad con aquellas.
- 131.3. El juez confiere traslado de la demanda el mismo día que se efectúan las publicaciones a las que se hace referencia en el artículo 82 del Código Procesal Civil. El Indecopi representa a todos los consumidores afectados por los hechos en que se funda el petitorio si aquellos no manifiestan expresamente y por escrito su voluntad de no hacer valer su derecho o de hacerlo por separado, dentro del plazo de treinta (30) días de realizadas dichas publicaciones.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 030-2011-PCM**

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores
Artículo 3

- 131.4. Una vez consentida o ejecutoriada la sentencia que ordena el cumplimiento de la obligación demandada, ésta es cobrada por el Indecopi, el cual luego prorratea su monto o vela por su ejecución entre los consumidores que se apersonen ante dicho organismo, acreditando ser titulares del derecho discutido en el proceso.
- 131.5. Transcurrido un (1) año desde la fecha en que el Indecopi cobra efectivamente la indemnización, el saldo no reclamado se destina a un fondo especial para el financiamiento y la difusión de los derechos de los consumidores, de información relevante para los mismos y del sistema de patrocinio de intereses de los consumidores.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 030-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores
Artículo 5

- 131.6. Mediante decreto supremo se establece los alcances y mecanismos para llevar a cabo el adecuado uso del fondo mencionado en el párrafo 131.5 y para la promoción del patrocinio de intereses de los consumidores. Asimismo, se regula los procedimientos de distribución del monto obtenido o de ejecución de las obligaciones en favor de los consumidores afectados.
- 131.7. Sin perjuicio de lo establecido en los párrafos anteriores, el Indecopi puede representar los intereses individuales de los consumidores ante cualquier autoridad pública o cualquier otra persona o entidad privada, bastando para ello la existencia de una simple carta poder suscrita por el consumidor afectado. Tal poder faculta al Indecopi a exigir y ejecutar cualquier derecho del consumidor en cuestión.
- 131.8. Las asociaciones de consumidores facultadas por el Indecopi que promueven estos procesos los efectúan mediante el mismo procedimiento, en lo que les fuera aplicable y conforme al decreto supremo que reglamenta los procesos judiciales por intereses colectivos de los consumidores y el fondo a que se refiere el párrafo 131.5.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 030-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores

TÍTULO VII

SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Capítulo I

Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

Artículo 132.- Creación del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

Créase el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor como el conjunto de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos destinados a armonizar las políticas públicas con el fin de optimizar las actuaciones de la administración del Estado para garantizar el cumplimiento de las normas de protección y defensa del consumidor en todo el país, en el marco de las atribuciones y autonomía de cada uno de sus integrantes.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 030-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores

Artículo 133.- Consejo Nacional de Protección del Consumidor

El Consejo Nacional de Protección del Consumidor constituye un órgano de coordinación en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros y es presidido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi] en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y de ente rector del sistema. Está integrado además por:

- a. Un [1] representante del Ministerio de la Producción.
- b. Un [1] representante del Ministerio de Salud.
- c. Un [1] representante del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- d. Un [1] representante del Ministerio de Educación.
- e. Un [1] representante del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- f. Un [1] representante del Ministerio de Economía y Finanzas.

- g. Un [1] representante de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
- h. Un [1] representante de los gobiernos regionales.
- i. Un [1] representante de los gobiernos locales.
- j. Un [1] representante de los organismos reguladores de los servicios públicos.
- k. Tres [3] representantes de las asociaciones de consumidores.
- l. Un [1] representante de los gremios empresariales.
- m. Un [1] representante de la Defensoría del Pueblo, que actúa como observador.

Para la aplicación de lo señalado en el presente artículo, se dictan las medidas reglamentarias por las cuales se establecen los mecanismos para la propuesta y designación de los representantes de las entidades y gremios.

La participación en el Consejo Nacional de Protección del Consumidor es ad honórem, no genera pago alguno, ni de dieta, honorario o remuneración por parte del Estado a favor de sus integrantes.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 031-2011-PCM**

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento que establece los mecanismos para la propuesta y designación de los representantes de las entidades y gremios al Consejo Nacional de Protección al Consumidor

Artículo 134.- Funciones del Consejo Nacional de Protección del Consumidor

Son funciones del Consejo Nacional de Protección del Consumidor ejecutadas en coordinación con la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor las siguientes:

- a. Proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que deben ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros.
- b. Formular recomendaciones sobre la priorización de acciones en determinados sectores de consumo y sobre la generación de normas sobre protección de los consumidores.

- c. Emitir opinión sobre programas y proyectos en materia de protección del consumidor que se sometan a su consideración.
- d. Promover la creación del sistema de información y orientación a los consumidores, con alcance nacional, en coordinación con los demás sectores público y privado.
- e. Promover la creación del sistema de información sobre legislación, jurisprudencia y demás acciones y decisiones relevantes en materia de relaciones de consumo.
- f. Promover el sistema de alerta y actuación oportuna frente a los productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado.
- g. Evaluar la eficacia de los mecanismos de prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, con la progresiva participación de los gobiernos locales y regionales que hayan sido acreditados por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor para tal función.
- h. Canalizar la comunicación entre el sector público y privado a fin de promover una cultura de protección de los derechos de los consumidores y lograr una visión conjunta sobre las acciones necesarias para ello.
- i. Promover y apoyar la participación ciudadana, a través de asociaciones de consumidores, quienes pueden gestionar ante los demás órganos del Estado y entes de cooperación el financiamiento para sus actividades y funcionamiento.

Artículo 135.- Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, ejerce las atribuciones y funciones que le confieren las leyes para velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el presente Código, sin perjuicio de las atribuciones y autonomía de los demás integrantes del sistema.

Artículo 136.- Funciones de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

Sin perjuicio de las facultades y funciones establecidas en el ordenamiento legal vigente, son funciones del Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, las siguientes:

- a. Ejecutar la política nacional de protección del consumidor y el Plan Nacional de Protección de los Consumidores.

- b. Proponer la normativa en materia de consumo, con la opinión de los sectores productivos y de consumo.
- c. Formular y ejecutar las acciones necesarias para fortalecer la protección del consumidor y los mecanismos para la defensa de sus derechos.
- d. Implementar los mecanismos de prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, de acuerdo con el ámbito de su competencia.
- e. Implementar el sistema de información y orientación a los consumidores con alcance nacional.
- f. Coordinar la implementación del sistema de información sobre legislación, jurisprudencia y demás acciones y decisiones relevantes en materia de relaciones de consumo.
- g. Coordinar la implementación del sistema de alerta y actuación oportuna frente a los productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado.
- h. Elaborar y presentar el informe anual del estado de la protección de los consumidores en el país así como sus indicadores.
- i. Coordinar y presidir el funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.
- j. En su calidad de ente rector del sistema, emitir directivas para la operatividad del mismo, respetando la autonomía técnico-normativa, funcional, administrativa, económica y constitucional, según corresponda, de los integrantes del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.

Capítulo II Justicia de consumo

Subcapítulo I Sistema de Arbitraje de Consumo

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 046-2011-PCM

Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo

Decreto Supremo N° 049-2016-PCM

Precisan alcances del Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo aprobado por Decreto Supremo N° 046-2011-PCM

Artículo 137.- Creación del Sistema de Arbitraje de Consumo

Créase el Sistema de Arbitraje de Consumo con el objetivo de resolver de manera sencilla, gratuita, rápida y con carácter vinculante, los conflictos entre consumidores y proveedores.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 046-2011-PCM**

Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
Artículo 1

Artículo 138.- Las juntas arbitrales

La Autoridad Nacional de Protección del Consumidor constituye las juntas arbitrales en cada localidad, en coordinación con los gobiernos regionales y locales, a fin de que éstas organicen el sistema y lo promuevan entre los agentes del mercado y los consumidores.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 046-2011-PCM**

Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
Artículos 3, 4, 5, 6, 7 y 8

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 100-2015-INDECOPI-COD

Aprueban creación de la oficina de carácter temporal denominada "Junta Arbitral de Consumo Piloto", adscrita a la Sede Central del INDECOPI

Artículo 139.- Órganos arbitrales

Los órganos arbitrales son los encargados de resolver los conflictos de consumo. Están integrados por árbitros nominados por los representantes de los sectores empresariales interesados, las organizaciones de consumidores y usuarios, y la administración.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 046-2011-PCM**

Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
Artículos 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16

Artículo 140.- Carácter voluntario

La sumisión de las partes al Sistema Arbitral de Consumo es voluntaria y debe constar por escrito o en cualquier otro medio fehaciente.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 046-2011-PCM**

Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
Artículos 14 y 18

Artículo 141.- Distintivo del Sistema de Arbitraje de Consumo

Los proveedores que se adhieran al Sistema de Arbitraje de Consumo quedan autorizados para ostentar en su publicidad, vitrinas, papel membretado y otros medios de difusión un distintivo especialmente creado, para que el público pueda identificarlos como parte del sistema de solución de conflictos.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 046-2011-PCM**

Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
Artículos 17

Artículo 142.- Lineamientos generales para la armonización de criterios

La Autoridad Nacional de Protección del Consumidor se encarga de establecer los lineamientos generales de interpretación de las normas para establecer un sistema de información oportuna y eficiente que permita armonizar criterios legales en todas las juntas arbitrales de consumo a nivel nacional.

Artículo 143.- Intereses colectivos

El sometimiento de una controversia a arbitraje, conciliación o mediación no impide a la autoridad competente basarse en los mismos hechos como indicios de una infracción a las normas del presente Código para iniciar investigaciones y procedimientos de oficio por propia iniciativa que tengan por objeto la protección del interés colectivo de los consumidores.

La existencia de un arbitraje en trámite en el que se discute la posible afectación del interés particular de un consumidor, por hechos similares a los que son objeto de un procedimiento por afectación a intereses colectivos, no impide ni obstaculiza el trámite de este último.

En cualquier caso y aun cuando en la mediación o conciliación las partes arriben a un acuerdo, la autoridad competente puede iniciar por propia iniciativa o continuar

de oficio el procedimiento, si del análisis de los hechos denunciados considera que pueden estar afectándose intereses colectivos.

Artículo 144.- Exigibilidad de los laudos arbitrales y acuerdos

El laudo arbitral firme y el acta suscrita por las partes que contiene un acuerdo conciliatorio celebrado entre consumidor y proveedor, conforme a los mecanismos señalados en el presente capítulo, constituyen título ejecutivo, conforme a lo dispuesto en el artículo 688 del Código Procesal Civil.

El incumplimiento de un acuerdo conciliatorio o laudo celebrado entre consumidor y proveedor constituye una infracción al presente Código. En estos casos, si el obligado a cumplir con un acuerdo o laudo no lo hace, se le impone automáticamente una sanción de hasta el máximo de la multa permitida, para cuya graduación se toman en cuenta los criterios establecidos en el artículo 112 de este Código. Dicha multa debe ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días de notificada, vencido el cual se ordena su cobranza coactiva. Si el obligado persiste en el incumplimiento, el Indecopi puede imponer una nueva multa duplicando sucesiva e ilimitadamente el monto de la última multa impuesta hasta que se cumpla con lo acordado. Las multas impuestas no impiden al Indecopi imponer una multa o sanción distinta al final de un procedimiento, de ser el caso. Asimismo, el Indecopi es competente para ordenar las medidas correctivas enunciadas en el presente Código. Este artículo es de aplicación para todos los acuerdos conciliatorios válidos celebrados entre consumidor y proveedor, incluidos aquellos obtenidos ante instituciones sin convenio con el Indecopi.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 046-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo
Artículos 25 y 27

Subcapítulo II

Mecanismos alternativos de solución de conflictos

Artículo 145.- Arbitraje

El sometimiento voluntario del consumidor al arbitraje de consumo excluye la posibilidad de que éste inicie un procedimiento administrativo por infracción a las normas del presente Código o que pretenda beneficiarse con una medida correctiva dictada por la autoridad de consumo en los procedimientos que ésta pueda seguir para la protección del interés público de los consumidores.

Artículo 146.- Laudo arbitral

El laudo arbitral que se emite en un arbitraje de consumo no es vinculante para la autoridad administrativa para que inicie o continúe de oficio un procedimiento administrativo en defensa del interés público de los consumidores.

Artículo 147.- Conciliación

Los consumidores pueden conciliar la controversia surgida con el proveedor con anterioridad e incluso durante la tramitación de los procedimientos administrativos por infracción a las disposiciones de protección al consumidor a que se refiere el presente Código.

Los representantes de la autoridad de consumo autorizados para tal efecto pueden promover la conclusión del procedimiento administrativo mediante conciliación.

En la conciliación, el funcionario encargado de dirigir la audiencia, previo análisis del caso, puede intentar acercar las posiciones de las partes para propiciar un arreglo entre ellas o, alternativamente, propone una fórmula de conciliación de acuerdo con los hechos que son materia de controversia en el procedimiento, la que es evaluada por las partes en ese acto a fin de manifestar su posición o alternativas al respecto. La propuesta conciliatoria no genera responsabilidad de la persona encargada de la diligencia ni de la autoridad administrativa, debiendo constar ello en el acta correspondiente así como la fórmula propuesta.

Artículo 148.- Mediación

Los consumidores pueden someter a mediación la controversia surgida con el proveedor con anterioridad a la tramitación de un procedimiento administrativo por infracción a las disposiciones de este Código.

Artículo 149.- Acta de mediación

La propuesta que puede plantear el denunciado no constituye reconocimiento de los hechos denunciados, salvo que así lo señale de manera expresa.

Subcapítulo III **El libro de reclamaciones**

Artículo 150.- Libro de reclamaciones

Los establecimientos comerciales deben contar con un libro de reclamaciones, en forma física o virtual. El reglamento establece las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones para el cumplimiento de la obligación señalada en el presente artículo.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 011-2011-PCM**

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor

Resolución Ministerial N° 061-2017-PCM

Disponen la publicación del proyecto de Decreto Supremo que modifica el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el portal institucional del INDECOPI

Artículo 151.- Exhibición del libro de reclamaciones

A efectos del artículo 150, los establecimientos comerciales deben exhibir, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, un aviso que indique la existencia del libro de reclamaciones y el derecho que tienen los consumidores de solicitarlo cuando lo estimen conveniente.

Artículo 152.- Entrega del libro de reclamaciones

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

Capítulo III **Asociaciones de consumidores**

Artículo 153.- Rol de las asociaciones de consumidores

- 153.1. Las asociaciones de consumidores son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios.
- 153.2. Las asociaciones de consumidores reconocidas por el Indecopi están legitimadas para interponer reclamos y denuncias ante la Comisión de Protección al Consumidor y los demás órganos funcionales competentes del Indecopi a nombre de sus asociados y de las personas que les hayan otorgado poder para tal efecto, así como en defensa de los intereses colectivos o difusos de los consumidores.

153.3. En la vía judicial pueden promover procesos en defensa de los intereses difusos o colectivos de los consumidores, sujetándose a lo previsto en los artículos 130 y 131.

153.4. La legitimidad de las asociaciones de consumidores se extiende también para actuar a nombre de sus asociados y de las personas que les hayan otorgado poder ante los organismos reguladores de los servicios públicos en los procesos en materia de protección al consumidor, así como en defensa de los intereses difusos o colectivos de los consumidores.

153.5. Mediante resolución de Consejo Directivo el Indecopi establece los órganos funcionales competentes a que se refiere el párrafo 153.2.

Artículo 154.- Prohibiciones para las asociaciones de consumidores

Para efectos de la independencia y transparencia de las asociaciones de consumidores, estas no pueden:

- a. Incluir como asociadas a personas jurídicas con fines de lucro.
- b. Percibir financiamiento de los proveedores que comercializan productos y servicios.
- c. Dedicarse a actividades distintas a su finalidad o incompatibles con ella.
- d. Destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para una finalidad distinta a la asignada.
- e. Actuar con manifiesta temeridad presentando denuncias maliciosas debidamente sancionadas en la vía administrativa o judicial.
- f. Incumplir las disposiciones establecidas por el presente Código o las resoluciones emitidas por el Consejo Directivo del Indecopi sobre la materia.

El incumplimiento de cualquiera de estas disposiciones es sancionado por el Indecopi con la suspensión o la cancelación del registro especial hasta por un período de dos (2) años, previo procedimiento, teniendo en cuenta la gravedad o el reiterado incumplimiento de las disposiciones establecidas para estos efectos.

Artículo 155.- Reconocimiento y registro de las asociaciones de consumidores

Para el reconocimiento de las asociaciones de consumidores, deben encontrarse inscritas en el registro especial a cargo del Indecopi, y cumplir los siguientes requisitos:

- a. Encontrarse inscritas en los registros públicos.
- b. Tener las finalidades señaladas en el artículo 153, bien sea de carácter general, bien en relación con productos o servicios determinados.
- c. Cualquier otra obligación que establezca el Indecopi sobre el particular o en coordinación con los organismos reguladores de los servicios públicos.

El Indecopi establece mediante resolución de Consejo Directivo los mecanismos para la inscripción de las asociaciones de consumidores en el registro especial.

Artículo 156.- Convenios de cooperación institucional

- 156.1. El Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos pueden celebrar convenios de cooperación institucional con asociaciones de consumidores reconocidas y debidamente inscritas en el registro especial. La firma del convenio de cooperación institucional otorga la posibilidad de que el Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos puedan disponer que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos promovidos por estas asociaciones de consumidores les sea entregado. En cada caso, dicho porcentaje no puede exceder el cincuenta por ciento [50%] de la multa impuesta y constituye fondos públicos.
- 156.2. Los porcentajes entregables a las asociaciones de consumidores deben ser utilizados a efectos de implementar acciones específicas de promoción y defensa de los intereses de los consumidores y un monto no mayor del cinco por ciento [5%] del porcentaje que se les entrega puede ser utilizado para su funcionamiento a efectos del desarrollo de su finalidad, en las condiciones que establece el reglamento.
- 156.3. Corresponde a la Contraloría General de la República supervisar que las asociaciones de consumidores destinen los recursos recaudados por concepto de multa para los fines señalados en el párrafo 156.2. El incumplimiento de dicha finalidad conlleva a resolver el Convenio de Cooperación Institucional e iniciar las acciones administrativas y penales que correspondan.
- 156.4. Los requisitos para la celebración de los convenios y para que la entrega de los fondos cumpla con la finalidad asignada son establecidos por el Indecopi y los organismos reguladores, respectivamente, mediante resolución de Consejo Directivo.

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 032-2011-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores

Artículo 157.- Criterios para la graduación del porcentaje entregable de la multa impuesta

Al momento de determinar el porcentaje de las multas administrativas entregable a las asociaciones de consumidores en los procedimientos promovidos por éstas, la autoridad competente debe evaluar, como mínimo, los siguientes criterios:

- a. Labor de investigación desarrollada por la asociación de consumidores de forma previa a la presentación de la denuncia.
- b. Participación de la asociación de consumidores durante el procedimiento iniciado.
- c. Trascendencia en el mercado de la presunta conducta infractora denunciada, impacto económico de la misma y perjuicios causados en forma previa o que puedan ser causados de forma potencial a los consumidores con relación a la misma.
- d. Otros que se determinen en el análisis específico de cada procedimiento.

Artículo 158.- Responsabilidad de la asociación y sus representantes legales

En caso de producirse daño al proveedor por denuncia maliciosa, son responsables solidarios del daño causado tanto la asociación como los representantes legales de esta que participaron con dolo en el planeamiento o realización de la denuncia.

En caso de producirse daño a los consumidores por el mal accionar de la asociación, son responsables tanto la asociación como los representantes de ésta que participaron con dolo o culpa en ello, de acuerdo con las normas del Código Civil.

Artículo 159.- Aplicación supletoria para los servicios públicos

Las reglas incluidas en el presente capítulo se aplican, de manera supletoria, a las disposiciones de los organismos reguladores de los servicios públicos.

Capítulo IV

Calidad y normalización en la producción de productos y servicios

Artículo 160.- Promoción de normas técnicas peruanas

El Estado promueve la calidad de los productos y servicios fomentando la estandarización a través de las Normas Técnicas Peruanas.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA.- Implementación y ejecución del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor y del Sistema de Arbitraje de Consumo

La implementación y la ejecución del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor y del Sistema de Arbitraje de Consumo se sujetan al presupuesto institucional de las entidades involucradas sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

SEGUNDA.- Competencia en servicios de administración de fondos de pensiones

De acuerdo con lo establecido en su ley y las normas reglamentarias que emita sobre el particular, la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones resuelve en forma exclusiva las controversias de los consumidores afiliados a una administradora privada de fondos de pensiones o empresa de seguros en productos o mercados relacionados al Sistema Privado de Pensiones y vinculadas a los temas detallados en los títulos IV, V y VII del Compendio de Normas de Superintendencia Reglamentarias del Sistema Privado de Administración de Fondos de Pensiones y normas complementarias, que puedan constituir infracciones a las disposiciones del presente Código o a las normas complementarias en materia de protección al consumidor.

A dichos efectos, la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones puede imponer medidas cautelares y disponer la aplicación de las medidas correctivas reparadoras y complementarias detalladas en el presente Código.

El Indecopi es competente para conocer los demás casos de controversias de los consumidores afiliados a una administradora privada de fondos de pensiones o empresa de seguros en productos o mercados relacionados al Sistema Privado de Pensiones que puedan constituir infracciones a las disposiciones del presente Código o a las normas complementarias en materia de protección al consumidor, conforme a lo dispuesto en el capítulo III del título V. Para estos efectos, en los procedimientos administrativos sancionadores iniciados ante el Indecopi, para

cuya resolución se requiera interpretar los alcances de las normas que rigen el Sistema Privado de Pensiones o pronunciarse sobre materias que versan sobre la operatividad del Sistema Privado de Pensiones, el órgano funcional competente del Indecopi a cargo del procedimiento en primera instancia debe contar con la opinión escrita de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones antes de emitir su decisión final.

TERCERA.- Reglamentación posterior

En el plazo de ciento ochenta (180) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, el Poder Ejecutivo expide las disposiciones reglamentarias de lo dispuesto en el artículo 37; del Sistema de Arbitraje de Consumo creado en los artículos del 137 al 144; del Registro de Infracciones y Sanciones establecido en el artículo 119; del fondo para el financiamiento y la difusión de los derechos de los consumidores a que se refieren los párrafos 131.5 y 131.6 del artículo 131; de la reglamentación de los procedimientos judiciales por intereses colectivos de los consumidores a que se refiere el párrafo 131.8 del referido artículo; del artículo 150 sobre el libro de reclamaciones; y de las condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores a que se refiere el párrafo 156.2 del artículo 156.

CUARTA.- Vigencia del Código

El presente Código entra en vigencia a los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, con excepción de lo señalado en los párrafos siguientes.

Los artículos 36 y 37 entran en vigencia a los ciento ochenta (180) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia del presente Código.

El subcapítulo III del capítulo III del título V sobre el procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor entra en vigencia a los sesenta (60) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia del presente Código, y es de aplicación a los procedimientos que se inicien a partir de dicha fecha.

QUINTA.- Acciones necesarias para garantizar la protección de los derechos del consumidor a nivel nacional

A efectos de adecuar la estructura organizativa del Indecopi para ejecutar las acciones requeridas para fortalecer la protección del consumidor, a nivel nacional, en cumplimiento de las normas dispuestas por este Código, facúltase al Indecopi a ejecutar las acciones de personal y la contratación de bienes y servicios que resulten necesarias, quedando para ello exceptuado de las normas sobre medidas de austeridad, racionalidad y disciplina en el gasto público contenidas en la Ley núm. 29465, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2010, así como

de las limitaciones establecidas en la Ley núm. 28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto.

Para los mismos efectos, facúltase al Indecopi a ejecutar la contratación de bienes y servicios necesarios, así como a realizar las inversiones correspondientes, para viabilizar la adecuación prevista en el párrafo anterior, quedando exceptuado de las limitaciones previstas en el Decreto de Urgencia núm. 037-2010, que establece medidas en materia económica y financiera en los pliegos del Gobierno Nacional para el cumplimiento de las metas fiscales del año fiscal 2010.

Las acciones que se realicen al amparo de la presente disposición no generan, en ningún caso, egresos al Tesoro Público, debiendo financiarse con cargo a recursos directamente recaudados. El Indecopi queda obligado a informar trimestralmente a la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República del Congreso de la República y a la Contraloría General de la República acerca de las acciones ejecutadas en el marco de la presente disposición.

La presente disposición entra en vigencia el día siguiente de la publicación del presente Código en el Diario Oficial El Peruano.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS

PRIMERA.- Modificación del artículo 38 del Decreto Legislativo núm. 807

Modifícase el artículo 38 del Decreto Legislativo núm. 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, con el siguiente texto:

“Artículo 38.- El único recurso impugnativo que puede interponerse durante la tramitación del procedimiento es el de apelación, que procede únicamente contra la resolución que pone fin a la instancia, contra la resolución que impone multas y contra la resolución que dicta una medida cautelar. El plazo para interponer dicho recurso es de cinco (5) días hábiles. La apelación de resoluciones que pone fin a la instancia se concede con efecto suspensivo. La apelación de multas se concede con efecto suspensivo, pero es tramitada en cuaderno separado. La apelación de medidas cautelares se concede sin efecto suspensivo, tramitándose también en cuaderno separado.”

SEGUNDA.- Adición del párrafo 19.4 al artículo 19 de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)

Adiciónase el párrafo 19.4 al artículo 19 de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad

Intelectual [Indecopi], aprobado por el Decreto Legislativo núm. 1033, con el siguiente texto:

“19.4 En aquellos casos en los que se someta a revisión del órgano judicial competente la legalidad y el cumplimiento de las normas previstas para el inicio y trámite del procedimiento de ejecución coactiva mediante demanda de revisión judicial, la ejecución coactiva sólo será suspendida si el cumplimiento de la obligación es garantizado mediante carta fianza, la que debe cumplir iguales requisitos a los señalados en el artículo 35 del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por Decreto Supremo núm. 009-2009-PCM.”

TERCERA.- Modificación del artículo 7 del Decreto Legislativo núm. 807

Modifícase el artículo 7 del Decreto Legislativo núm. 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, con el siguiente texto:

“Artículo 7.- En cualquier procedimiento contencioso seguido ante el Indecopi, la comisión o dirección competente, además de imponer la sanción que corresponda, puede ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y costos del proceso en que haya incurrido el denunciante o el Indecopi. En caso de incumplimiento de la orden de pago de costas y costos del proceso, cualquier comisión o dirección del Indecopi puede aplicar las multas de acuerdo a los criterios previstos en el artículo 118 del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Quien a sabiendas de la falsedad de la imputación o de la ausencia de motivo razonable denuncie a alguna persona natural o jurídica, atribuyéndole una infracción sancionable por cualquier órgano funcional del Indecopi, será sancionado con una multa de hasta cincuenta [50] Unidades Impositivas Tributarias (UIT) mediante resolución debidamente motivada. La sanción administrativa se aplica sin perjuicio de la sanción penal o de la indemnización por daños y perjuicios que corresponda”²⁷.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

ÚNICA.- Procedimientos en trámite

Las infracciones y los procedimientos administrativos iniciados antes de la entrada en vigencia del presente Código, se rigen por la normativa anterior hasta su conclusión.

²⁷ Confrontar con el Artículo 3 de la Ley N° 30056, publicada el 02 de julio de 2013.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS DEROGATORIAS

PRIMERA.- Derogación expresa

Quedan derogadas expresamente a partir de la vigencia de la presente Ley las siguientes normas:

- Decreto Legislativo núm. 716, Sobre Protección al Consumidor.
- Ley núm. 27311, Ley de Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor.
- Octava Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo núm. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- Decreto Legislativo núm. 1045, Ley Complementaria del Sistema de Protección al Consumidor.
- Decreto Supremo núm. 039-2000-ITINCI, Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor.
- Decreto Supremo núm. 006-2009-PCM, Texto Único Ordenado de la Ley del Sistema de Protección al Consumidor.
- Ley núm. 27917, Ley que Modifica y Precisa los Alcances del Artículo 42 del Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor, aprobado por Decreto Supremo núm. 039-2000-ITINCI.
- Ley núm. 28300, Ley que Modifica el Artículo 7-A del Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo núm. 716, Ley de Protección al Consumidor.
- Ley núm. 27846, Ley que Precisa Alcances del artículo 40 del Decreto Supremo núm. 039-2000-ITINCI, Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor.
- Decreto Supremo núm. 077-2010-PCM, que dispone la obligación de contar con un libro de reclamaciones en los establecimientos abiertos al público que provean bienes y servicios a los consumidores finales.

Toda referencia al Decreto Legislativo núm. 716 o al Decreto Supremo núm. 006-2009-PCM se entenderá efectuada al presente Código a partir de su entrada en vigencia.

SEGUNDA.- Derogación genérica

Deróganse todas las disposiciones legales o administrativas, de igual o inferior rango, que se opongan o contradigan lo dispuesto en el presente Código.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los catorce días del mes de agosto de dos mil diez.

CÉSAR ZUMAETA FLORES
Presidente del Congreso de la República

ALDA LAZO RÍOS DE HORNUNG
Segunda Vicepresidenta del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, el primer día del mes de setiembre del año dos mil diez.

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

JAVIER VELASQUEZ QUESQUÉN
Presidente del Consejo de Ministros



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos



NORMAS COMPLEMENTARIAS

- LEY
- DECRETOS SUPREMOS
- DIRECTIVAS
- SENTENCIA DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

NORMAS COMPLEMENTARIAS

➔ LEY

Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares

LEY N° 29694

[Publicada el 03 de junio de 2011]

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 15-2012-ED

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares

Resolución Suprema N° 172-2011-PCM

Crean Comisión Multisectorial encargada de elaborar el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares

Resolución Ministerial N° 0304-2012-ED

Aprueban criterios pedagógicos e indicadores de calidad de textos escolares

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República

Ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE PROTEGE A LOS CONSUMIDORES DE LAS PRÁCTICAS ABUSIVAS EN LA SELECCIÓN O ADQUISICIÓN DE TEXTOS ESCOLARES

Artículo 1.- Objeto de la Ley

Es objeto de la presente Ley establecer las normas de protección a los consumidores en la adquisición de textos escolares, frente a las prácticas abusivas de direccionar

su selección o adquisición por criterios no pedagógicos, a fin de garantizar el derecho de los padres de familia de adquirir dichos productos en las mejores condiciones de calidad y precio.

CONCORDANCIAS:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículo 1

Artículo 2. Textos escolares

- 2.1. Las instituciones educativas públicas y privadas de todos los niveles están prohibidas de obligar a los alumnos o a los padres de familia a adquirir textos escolares nuevos o de primer uso o que estén diseñados para un solo uso.
- 2.2. Los alumnos y los padres de familia tienen derecho de adquirir y utilizar textos de segundo uso como fuente de consulta o material de estudio y de trabajo. Las instituciones educativas públicas y privadas promueven el intercambio de materiales educativos y la implementación de bancos de libros a fin de proteger la economía de los padres de familia.
- 2.3. El Ministerio de Educación es responsable de establecer los criterios pedagógicos e indicadores de calidad de los textos escolares de la educación básica²⁸.”

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Capítulo II

28 Artículo modificado por el Artículo 2 de la Ley N° 29839, publicada el 03 de marzo de 2012.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 2.- Acreditación y certificación**

- 2.1. Establécese dentro del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (Sineace) el de la calidad de los textos escolares de la educación básica para que cumplan con los lineamientos generales del proceso educativo y con los currículos básicos comunes para todo el país, adaptados de acuerdo con las particularidades de cada región.
- 2.2. La certificación de la calidad de los textos escolares se realiza dentro del ámbito del órgano competente del Sineace, en coordinación con las direcciones regionales de educación y las unidades de gestión educativa local.
- 2.3. El proceso de certificación de la calidad de los textos escolares incluye que estos satisfagan una vocación de permanencia que permita cumplir con los lineamientos generales del proceso educativo y que haga posible su uso por varios años. Para estos fines, deben diferenciarse los libros de consulta de aquellos que tengan un contenido práctico o de actividades.

Artículo 3. Proceso de adquisición

- 3.1. El Ministerio de Educación establece los criterios pedagógicos e indicadores de calidad de los textos escolares que utilizan las instituciones de gestión privada en los procesos de selección y adquisición de materiales educativos en pluralidad de ofertas. Las unidades de gestión educativa local supervisan su cumplimiento.
- 3.2. El Ministerio de Educación y las instancias de gestión educativa descentralizadas aplican los criterios pedagógicos e indicadores de calidad en la adquisición de textos escolares para las instituciones educativas públicas, en pluralidad de ofertas²⁹.

CONCORDANCIA:

Resolución Ministerial N° 0304-2012-ED

Aprueban criterios pedagógicos e indicadores de calidad de textos escolares

Artículo 4. Observatorio Nacional de Textos Escolares

- 4.1. Créase el Observatorio Nacional de Textos Escolares a cargo del Ministerio de Educación para que el órgano de línea encargado publique en su portal los criterios pedagógicos e indicadores de calidad que todo texto escolar debe contener y la información actualizada sobre el precio final de estos, fijados libremente por el proveedor.

CONCORDANCIA:

Decreto Supremo N° 15-2012-ED

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículo 12

²⁹ Artículo modificado por el Artículo 2 de la Ley N° 29839, publicada el 03 de marzo de 2012.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 3.- Proceso de adquisición

- 3.1. El Ministerio de Educación y las direcciones regionales de educación adquieren textos escolares certificados para que sean entregados a los estudiantes de las instituciones educativas públicas.
- 3.2. En las instituciones educativas privadas y en las instituciones educativas públicas, cuando se recomiende la adquisición de textos escolares, la selección de los mismos se realiza con la participación conjunta de los profesores, la institución educativa y los padres de familia. La unidad de gestión educativa local puede intervenir en calidad de observador y con fines de orientación cuando su presencia sea requerida por cualquiera de las partes.
- 3.3. En los casos referidos en el párrafo 3.2, el Ministerio de Educación promueve la adquisición de textos escolares certificados y a bajos precios, para lo cual celebra convenios de cooperación institucional con las instituciones educativas que lo soliciten, brinda información de la certificación de la calidad de los textos escolares y del Observatorio Nacional de Textos Escolares, y realiza otras actividades para cumplir con el propósito de la presente Ley.

- 4.2. Las editoriales que se dedican a la venta de textos escolares están obligadas a registrarse en el Observatorio Nacional de Textos Escolares y a señalar directamente el precio final de los textos escolares y la variación de estos mediante un sistema aplicativo implementado por el Ministerio de Educación, que es responsable de la confiabilidad, veracidad y vigencia de la información registrada.

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículos 13 y 15

- 4.3. La información del Observatorio Nacional de Textos Escolares debe estar ordenada de acuerdo con la localidad y clasificada según el grado, materia, niveles de precio y otros criterios que faciliten su búsqueda y elección. Las editoriales obligadas a facilitar la información, las características, especificaciones y demás detalles para el funcionamiento del Observatorio Nacional de Textos Escolares son establecidos en el reglamento.
- 4.4. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) coordina con el Observatorio Nacional de Textos Escolares del Ministerio de Educación para facilitar la información a los consumidores³⁰.

30 Artículo modificado por el Artículo 2 de la Ley N° 29839, publicada el 03 de marzo de 2012.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 4.- Observatorio Nacional de Textos Escolares**

- 4.1. Créase el Observatorio Nacional de Textos Escolares a cargo del Ministerio de Educación para que se publique en su portal información permanente sobre el precio de los textos escolares y sobre la certificación de los mismos.
- 4.2. Las editoriales y los establecimientos que se dedican a la venta de textos escolares están obligados a registrarse ante el Observatorio Nacional de Textos Escolares y a registrar directamente el precio de los textos escolares y la variación de los mismos mediante un sistema aplicativo implementado por el Ministerio de Educación, siendo responsables de la confiabilidad, veracidad y vigencia de la información registrada. En caso de que el precio de los textos difiera de los publicados en el Observatorio Nacional de Textos Escolares, los proveedores deben devolver la diferencia a favor de los consumidores, sin perjuicio de las responsabilidades que les pudiera corresponder.
- 4.3. La información del Observatorio Nacional de Textos Escolares debe estar ordenada de acuerdo a la localidad y clasificada según el grado, materia, niveles de precio y otros criterios que faciliten su búsqueda y elección. Las características, especificaciones y demás detalles para el funcionamiento del Observatorio Nacional de Textos Escolares son establecidos vía reglamento.
- 4.4. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) coordina con el Observatorio Nacional de Textos Escolares del Ministerio de Educación para facilitar la información a los consumidores.
- 4.5. El Indecopi puede dictar medidas cautelares previas o durante el procedimiento por infracciones a lo previsto en la presente Ley, dentro de su respectivo ámbito de competencia.

CONCORDANCIA:**Resolución Ministerial N° 0304-2012-ED**

Aprueban criterios pedagógicos e indicadores de calidad de textos escolares

Artículo 5.- Infracciones y sanciones

- 5.1. Los directores, los profesores y el personal administrativo de las instituciones educativas públicas que participen en las prácticas de direccionamiento en la adquisición de textos escolares y en otras infracciones a la presente Ley son sancionados conforme a lo previsto en el artículo 27 de la Ley 24029, Ley del Profesorado, y en el artículo 26 del Decreto Legislativo 276, Ley de Bases de la Carrera Administrativa y de Remuneraciones del Sector Público, o en las normas que las sustituyan. Para ello, se tiene en cuenta los criterios de gravedad establecidos en el inciso 3 del artículo 230 de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículo 17

- 5.2. Las instituciones educativas privadas y los directores o profesores de estas que incurran en infracciones a lo previsto en la presente Ley son sancionados conforme a las normas de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, y a la Ley 24029, Ley del Profesorado, respectivamente.

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículo 18

- 5.3. Las editoriales y los establecimientos que incurran en infracciones a lo previsto en la presente Ley son sancionados conforme a las normas de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículo 19

- 5.4. Las sanciones y las medidas correctivas por infracciones a la presente Ley se aplican sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar.

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Artículo 20

Artículo 6. Condición de proveedor de las editoriales y de las instituciones educativas privadas

Las editoriales y las instituciones educativas privadas son consideradas proveedoras, en el marco de lo establecido por el Código de Protección y Defensa del Consumidor y, por ende, son responsables solidarias por sus prácticas comerciales ilegales que produzcan una afectación económica a los padres de familia o a los alumnos en la adquisición de textos escolares³¹.

Artículo 7. Proceso de selección de textos escolares

En las instituciones educativas, cuando se recomiende la adquisición de textos escolares, la selección de estos se realiza sin que medie beneficio económico directo o indirecto para la institución educativa, sus promotores, directivos o docentes.

Para este efecto, la institución educativa convoca a los comités de aula o a las asociaciones de padres de familia y, además, puede solicitar la presencia de un representante de la unidad de gestión educativa local en calidad de observador.

Los docentes, en coordinación con el director, presentan a los padres de familia, de ser posible, por lo menos tres propuestas del texto de cada área curricular que cumplan con los criterios pedagógicos e indicadores de calidad establecidos en la presente norma. Se elaboran actas de reunión y acuerdos adoptados³².

CONCORDANCIA:**Decreto Supremo N° 15-2012-ED**

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares
Capítulo III

31 Artículo incorporado por el Artículo 3 de la Ley N° 29839, publicada el 03 de marzo de 2012.

32 Artículo incorporado por el Artículo 3 de la Ley N° 29839, publicada el 03 de marzo de 2012.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA.- Reglamentación

En un plazo de sesenta días calendario, contado a partir del día siguiente de la publicación de la presente Ley, el Poder Ejecutivo dicta el reglamento vía decreto supremo refrendado por el Ministro de Educación.

SEGUNDA.- Obligación de informar a las Comisiones del Congreso de la República

El Ministro de Educación y el Presidente del Consejo Directivo del Indecopi informan semestralmente ante las Comisiones de Educación, Ciencia, Tecnología, Cultura, Patrimonio Cultural, Juventud y Deporte, y de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, del Congreso de la República, los resultados de la aplicación de la presente Ley.

TERCERA.- Vigencia

La presente Ley entra en vigencia a los noventa días a partir del día siguiente de su publicación en el diario oficial El Peruano, salvo lo dispuesto en la Primera Disposición Complementaria Final.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciocho días del mes de mayo de dos mil once.

CÉSAR ZUMAETA FLORES

Presidente del Congreso de la República

ALDA LAZO RÍOS DE HORNUNG

Segunda Vicepresidenta del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dos días del mes de junio del año dos mil once.

ALAN GARCÍA PÉREZ

Presidente Constitucional de la República

ROSARIO DEL PILAR FERNÁNDEZ FIGUEROA

Presidenta del Consejo de Ministros y Ministra de Justicia



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

NORMAS COMPLEMENTARIAS

➔ DECRETOS LEGISLATIVOS

Decreto Legislativo que aprueba la ley de organización y funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI

DECRETO LEGISLATIVO N° 1033

[Publicada el 25 de junio de 2008]

CONCORDANCIA:

Decreto Supremo N° 009-2009-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del INDECOPI

Resolución Suprema N° 421-2013-PCM

Aprueban el Cuadro para Asignación de Personal - CAP del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI

Decreto Supremo N° 085-2010-PCM

Aprueban Texto Único de Procedimientos Administrativos del INDECOPI

Resolución Suprema N° 397-2012-PCM

Aprueban el Cuadro para Asignación de Personal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI

Decreto Legislativo N° 1092

Decreto Legislativo que aprueba medidas en frontera para la protección de los Derechos de Autor o Derechos Conexos y los Derechos de Marcas

Decreto Legislativo N° 1063

Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Adquisiciones Estatales a través de las bolsas de productos
Artículo 4

Decreto Legislativo N° 1075

Decreto Legislativo que aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 468 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial

Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 042-2009-INDECOPI-COD

Establecen competencia funcional de las Salas de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual

Decreto Supremo N° 005-2009-TR

Reglamento de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo de los Estibadores Terrestres y Transportistas Manuales
Capítulo III

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 030-2010-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva sobre Funciones y Competencia Desconcentrada de las Comisiones de Protección al Consumidor y de Procedimientos Concursales de Lima Norte
Capítulo III

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 0174-2010-INDECOPI-COD

Crean Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor adscritos a las Oficinas Regionales del INDECOPI en las que existe una Comisión con facultades desconcentradas en materia de Protección al Consumidor y se crea el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor adscrito a la Oficina Desconcentrada de Lima Norte

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 0175-2010-INDECOPI-COD

Crean Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor adscritos a la sede central del INDECOPI y determinan la competencia administrativa por materia que les corresponde

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 0178-2010-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva N° 005-2010/DIR- COD- INDECOPI que establece reglas sobre la competencia desconcentrada en las Comisiones adscritas a las Oficinas Regionales y demás sedes del INDECOPI

Decreto Supremo N° 110-2010-PCM

Aprueban incorporación del Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el TUPA del INDECOPI

Resolución del Servicio Nacional de Metrología N° 002-2012-SNM-INDECOPI

Aprueban Reglamento para la Elaboración de Normas Metrológicas Peruanas

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 026-2013-INDECOPI-COD

Aprueban división temática de la competencia resolutoria de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de la Sede Central

Directiva N° 001-2013-TRI-INDECOPI

Régimen de notificación de actos administrativos y otras comunicaciones emitidas en los procedimientos administrativos a cargo de los órganos resolutivos del INDECOPI

Directiva N° 001-2015-TRI-INDECOPI

Aprueban Directiva que establece reglas aplicables a los procedimientos para la liquidación de costas y costos ante los órganos resolutivos del INDECOPI

Decreto Supremo N° 081-2015-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Contratación de Terceros Supervisores del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI

Decreto Legislativo N° 1256

Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Prevención y Eliminación de Barreras Burocráticas

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 30-2017-INDECOPI-COD

Proyecto de Directiva que regula la delegación de facultades de difusión y educación en materia de protección al consumidor

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 039-2017-INDECOPI-COD

Aprueban el Reglamento de Infracciones y Sanciones aplicable a los Prestadores de Servicios de Certificación Digital

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA:

POR CUANTO:

Que, de conformidad con lo establecido en el Artículo 104 de la Constitución Política del Perú, mediante Ley N° 29157, Ley que delega en el Poder Ejecutivo la facultad de legislar sobre diversas materias relacionadas con la implementación del Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos de América, y con el apoyo a la competitividad económica para su aprovechamiento, publicada el 20 de diciembre de 2007, el Congreso de la República ha delegado en el Poder Ejecutivo la facultad de legislar, entre otras materias, sobre fortalecimiento institucional y modernización del Estado;

Que, es necesario sustituir el Decreto Ley N° 25868, Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, a efectos de consolidar su fortalecimiento institucional, así como su modernización como entidad pública;

Que, el fortalecimiento institucional del INDECOPI pasa por proteger y afianzar su autonomía, generar una mayor predictibilidad en su actuación, consolidar líneas de carrera en sus funcionarios y servidores públicos, diseñar procedimientos administrativos más “garantistas” en lo que se refiere a la protección del derecho de defensa y el respeto al principio del debido procedimiento, diseñar órganos que permitan absorber una mayor carga procesal y extender los servicios administrativos a una mayor población;

Que, las acciones antes mencionadas permitirán una mejor protección de los consumidores, de la competencia y los derechos de la propiedad intelectual; una mayor confianza en la observancia y aplicación de las leyes de competencia y propiedad intelectual; que los agentes económicos tengan más incentivos para cumplir con la ley; y, en general, disminuirán los costos asociados a los conflictos vinculados a la defensa de la competencia y la protección de la propiedad intelectual, lo que fomentará la competitividad económica del país y con ello un mejor aprovechamiento de los beneficios propios de la apertura comercial y la expansión de los mercados a través de acuerdos de libre comercio;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros y con cargo a dar cuenta al Congreso de la República;

Ha dado el Decreto Legislativo siguiente:

DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE ORGANIZACION Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - INDECOPI

TÍTULO I

DE LA NATURALEZA, FUNCIONES, POTESTADES Y DOMICILIO DEL INDECOPI

Artículo 1.- Naturaleza del INDECOPI.-

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI - es un organismo público especializado con personería jurídica de derecho público interno, que goza de autonomía funcional, técnica, económica, presupuestal y administrativa. Se encuentra adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros y rige su funcionamiento de acuerdo con las disposiciones contenidas en la presente Ley y en sus normas complementarias y reglamentarias.

Artículo 2.- Funciones del INDECOPI.-

2.1 El INDECOPI es el organismo autónomo encargado de:

- a) Vigilar la libre iniciativa privada y la libertad de empresa mediante el control posterior y eliminación de las barreras burocráticas ilegales e irracionales que afectan a los ciudadanos y empresas, así como velar por el cumplimiento de las normas y principios de simplificación administrativa;
- b) Defender la libre y leal competencia, sancionando las conductas anticompetitivas y desleales y procurando que en los mercados exista una competencia efectiva;
- c) Corregir las distorsiones en el mercado provocadas por el daño derivado de prácticas de dumping y subsidios;
- d) Proteger los derechos de los consumidores, vigilando que la información en los mercados sea correcta, asegurando la idoneidad de los bienes y servicios en función de la información brindada y evitando la discriminación en las relaciones de consumo;
- e) Vigilar el proceso de facilitación del comercio exterior mediante la

eliminación de barreras comerciales no arancelarias conforme a la legislación de la materia;

- f) Proteger el crédito mediante la conducción de un sistema concursal que reduzca costos de transacción y promueva la asignación eficiente de los recursos;
- g) DEROGADO³³
- h) Administrar el sistema de otorgamiento y protección de los derechos de propiedad intelectual en todas sus manifestaciones, en sede administrativa, conforme a lo previsto en la presente Ley; y,
- i) Garantizar otros derechos y principios rectores cuya vigilancia se le asigne, de conformidad con la legislación vigente.

2.2 Para el cumplimiento de sus funciones, el INDECOPI se encuentra facultado para emitir directivas con efectos generales, supervisar y fiscalizar actividades económicas, imponer sanciones, ordenar medidas preventivas y cautelares, dictar mandatos y medidas correctivas, resolver controversias, así como las demás potestades previstas en la presente Ley.

CONCORDANCIA:

Decreto Legislativo N° 1063

Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Adquisiciones Estatales a través de las bolsas de productos
Artículo 4

Artículo 3.- Domicilio del INDECOPI.-

- 3.1 El INDECOPI tiene su sede institucional en la ciudad de Lima, pudiendo establecer Oficinas Regionales en el territorio de la República.
- 3.2 El establecimiento de Oficinas Regionales no altera la determinación de su domicilio real en la ciudad de Lima para los fines de su emplazamiento en procesos judiciales.

33 Inciso derogado por el inciso 4 de la Única Disposición Complementaria Derogatoria de la Ley N° 30224, publicada el 11 de julio de 2014, con vigencia luego de concluido el plazo de doscientos setenta días calendario de la vigencia de citada Ley.

Texto anterior a la derogación:

Artículo 2.- Funciones del INDECOPI.-

2.1 El INDECOPI es el organismo autónomo encargado de:

(...)

“g) Establecer las políticas de normalización, acreditación y metrología;”

TÍTULO II DEL CONSEJO DIRECTIVO

Artículo 4.- Los miembros del Consejo Directivo.-

El Consejo Directivo es el órgano máximo del INDECOPI. Está integrado por cinco (5) miembros, dos en representación de la Presidencia del Consejo de Ministros, uno en representación del Ministerio de Economía y Finanzas, uno en representación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y uno en representación del Ministerio de la Producción, los que serán designados mediante Resolución Suprema refrendada por la Presidencia del Consejo de Ministros.

Artículo 5.- Funciones del Consejo Directivo.-

Son funciones del Consejo Directivo:

- a) Designar a los miembros del Órgano Consultivo y disponer la conformación de Órganos Consultivos Regionales, los que se regirán por las disposiciones del Título III de la presente Ley en cuanto les sea aplicable;
- b) Establecer el número, materia de competencia y denominación de las Salas del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, pudiendo crear adicionales o desactivarlas, según áreas temáticas y conforme lo justifique el aumento o disminución de la carga procesal;
- c) Proponer a la Presidencia del Consejo de Ministros la designación de los Vocales de las Salas del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, tomando en cuenta la opinión del Órgano Consultivo.
- d) Designar a los miembros de las Comisiones de las áreas de competencia y de propiedad intelectual, a los Directores de la Propiedad Intelectual y a los Secretarios Técnicos. Para la designación o remoción de los miembros de las Comisiones de las áreas de competencia y de propiedad intelectual tomará en cuenta la opinión del Órgano Consultivo ³⁴.

34 Literal modificado por la Tercera Disposición Complementaria Modificatoria de la Ley N° 30224, publicada el 11 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 5.- Funciones del Consejo Directivo.-

Son funciones del Consejo Directivo:

- d) Designar a los miembros de las Comisiones de las áreas de competencia y de propiedad intelectual, a los Directores de la Propiedad Intelectual, a los Secretarios Técnicos y a los Jefes del Servicio Nacional de Metrología y del Servicio Nacional de Acreditación. Para la designación o remoción de los miembros de las Comisiones de las áreas de competencia y de propiedad intelectual tomará en cuenta la opinión del Órgano Consultivo;

- e) Designar o remover al Secretario General del INDECOPI;
- f) Planificar y aprobar las políticas institucionales en las materias de competencia del INDECOPI y en los asuntos de administración interna;
- g) Aprobar la desconcentración de las competencias administrativas y resolutivas de los órganos del INDECOPI, determinando la competencia territorial de los órganos desconcentrados;

CONCORDANCIA:**Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 0178-2010-INDECOPI-COD**

Aprueban Directiva N° 005-2010/DIR- COD- INDECOPI que establece reglas sobre la competencia desconcentrada en las Comisiones adscritas a las Oficinas Regionales y demás sedes del INDECOPI

- h) Aprobar la instalación y funcionamiento de Oficinas Regionales y otras sedes a nivel nacional, así como disponer su desactivación;
- i) Crear Secretarías Técnicas adicionales o desactivarlas según la estructura funcional del INDECOPI y conforme lo justifique el aumento o disminución de la carga procesal;
- j) Crear Oficinas o desactivarlas, así como modificar su régimen, según la estructura del INDECOPI;
- k) Expedir directivas normando el funcionamiento administrativo del INDECOPI, en el marco de las normas contenidas en la presente Ley y su Reglamento; y,
- l) Otras que se le encomienden.

Artículo 6.- Designación, remoción y vacancia de los miembros del Consejo Directivo.-

- 6.1. La designación de los miembros del Consejo Directivo es por un período de cinco (5) años, pudiendo ser designados por un período adicional, conforme a lo dispuesto en la presente Ley y su Reglamento.
- 6.2. Los miembros del Consejo Directivo sólo podrán ser removidos en caso de falta grave debidamente comprobada y fundamentada, previa investigación en la que se les otorgue un plazo de quince (15) días hábiles para presentar sus descargos, de conformidad con lo que se señale en el Reglamento de

la presente Ley. La remoción se realizará mediante Resolución Suprema refrendada por el Presidente del Consejo de Ministros y los Ministros de Economía y Finanzas, de Comercio Exterior y Turismo y de la Producción.

6.3. Son causales de vacancia del cargo de miembro del Consejo Directivo:

- a) Fallecimiento;
- b) Incapacidad permanente;
- c) Renuncia aceptada;
- d) Impedimento legal sobreviniente a la designación;
- e) Remoción por falta grave;
- f) Inasistencia injustificada a tres [3] sesiones consecutivas o cinco [5] no consecutivas del Consejo Directivo, en el período de un [1] año.

En caso de vacancia, el sector al que corresponda designará un reemplazante para completar el período correspondiente.

Artículo 7.- Del Presidente del Consejo Directivo.-

- 7.1. El Presidente del Consejo Directivo del INDECOPI será designado por el Presidente de la República, entre uno de los propuestos por la Presidencia del Consejo de Ministros. En ausencia o impedimento temporal será reemplazado por otro Director del Consejo Directivo, conforme lo establezca el Reglamento de la presente Ley.
- 7.2. El Presidente del Consejo Directivo es la autoridad interna de mayor nivel jerárquico del INDECOPI y como tal, el representante institucional.
- 7.3. Son funciones del Presidente del Consejo Directivo:
 - a) Convocar y presidir las sesiones del Consejo Directivo y representar al INDECOPI en los actos públicos y privados de la institución;
 - b) Convocar y presidir las sesiones del Órgano Consultivo;
 - c) Proponer a las autoridades políticas, legislativas y administrativas la adopción de las medidas legales o reglamentarias que juzgue

necesarias para garantizar la protección de los derechos y principios rectores a que se refiere el Artículo 2 de la presente Ley;

- d) Representar al INDECOPI ante cualquier autoridad nacional e internacional, incluidos los organismos de cooperación técnica, pudiendo delegar dicha representación;
- e) Suscribir convenios de cooperación interinstitucional con entidades nacionales o extranjeras;
- f) Supervisar la marcha institucional;
- g) Coordinar acciones administrativas con los Presidentes de las Salas del Tribunal y de las Comisiones y con los Directores de la Propiedad Intelectual, salvaguardándose la autonomía funcional de los órganos resolutivos; y,
- h) Otras que se le encomiende.

TÍTULO III DEL ÓRGANO CONSULTIVO

Artículo 8.- Sobre los integrantes del Órgano Consultivo.-

- 8.1. El Órgano Consultivo es el órgano de consulta del INDECOPI. Está integrado por siete (7) miembros de reconocido prestigio, incluido aquel designado conforme a la Ley N° 27843.
- 8.2. La designación de los miembros del Órgano Consultivo corresponde al Consejo Directivo del INDECOPI.
- 8.3. Los miembros de Órgano Consultivo serán designados por un período de tres (3) años, pudiendo ser ratificados por un (1) período adicional.
- 8.4. En la designación de los miembros del Órgano Consultivo deberá procurarse que sus integrantes representen distintos sectores de la actividad pública y privada que guarden relación con el rol y funciones del INDECOPI y que reflejen pluralidad de perspectivas.

Artículo 9.- De las funciones del Órgano Consultivo.-

Son funciones del Órgano Consultivo:

- a) Emitir opinión en los asuntos que el Presidente del Consejo Directivo del INDECOPI someta a su consideración; y,
- b) Emitir opinión, a solicitud del Consejo Directivo, en la propuesta de designación de los vocales de las Salas del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual y en la designación o remoción de los miembros de las Comisiones.

Artículo 10.- Sobre el funcionamiento del Órgano Consultivo.-

El Presidente del Consejo Directivo o el miembro del Consejo que lo reemplace presidirá el Órgano Consultivo. Para que sesione válidamente, el Órgano Consultivo requiere la asistencia de más de la mitad del número legal de integrantes designados.

**TÍTULO IV
DEL ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL**

Artículo 11.- El Órgano de Control Institucional.-

El INDECOPI cuenta con un Órgano de Control Institucional encargado de supervisar la gestión económica y financiera de la Institución, así como la conducta funcional de sus funcionarios y servidores públicos.

**TÍTULO V
DE LOS ÓRGANOS RESOLUTIVOS**

CONCORDANCIA:

Directiva N° 006-2015- TRI-INDECOPI

Directiva que establece reglas aplicables para la recepción de documentos por medios de transmisión a distancia dirigidos a los órganos resolutiveos del INDECOPI

Directiva N° 001-2016-TRI-INDECOPI

Establecen el Procedimiento de Abstención y Recusación de los funcionarios de los órganos resolutiveos del Indecopi

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 020-2017-INDECOPI-COD

Aprueban la Directiva para la implementación de los Rankings de entidades de la Administración Pública en materia de Barreras Burocráticas

CAPÍTULO I

DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Artículo 12.- De las Salas del Tribunal.-

- 12.1. El Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual es un órgano con autonomía técnica y funcional constituido por Salas especializadas en los asuntos de competencia resolutive del INDECOPI. El número y materia de las Salas será determinada por el Consejo Directivo, considerando la especialización y la carga procesal, según lo dispuesto en el artículo 5, literal b) de la presente Ley.
- 12.2. Cada Sala estará integrada por cinco (5) vocales, en cuya conformación deberá procurarse un colegiado multidisciplinario. Cada Sala contará con el apoyo de una Secretaría Técnica.

Artículo 13.- De los vocales de las Salas del Tribunal.-

- 13.1. Los vocales de las Salas del Tribunal serán designados por Resolución Suprema, refrendada por el Presidente del Consejo de Ministros, a propuesta del Consejo Directivo del INDECOPI, previa opinión del Órgano Consultivo.
- 13.2. Son requisitos para ser designado vocal de una Sala del Tribunal contar con reconocida solvencia e idoneidad profesional y cinco (5) años de experiencia en temas afines a la materia de competencia de la respectiva Sala.
- 13.3. La designación de los vocales de las Salas del Tribunal es por un período de cinco (5) años, pudiendo ser designados por un período adicional. Dicho período no resulta aplicable cuando opere la desactivación de una Sala conforme a lo establecido en el literal b) del Artículo 5 de la presente Ley.
- 13.4. El cargo de vocal de una Sala del Tribunal podrá ser desempeñado a tiempo completo o parcial, según lo establezca el Consejo Directivo.
- 13.5. Los vocales de las Salas del Tribunal podrán ser removidos por falta grave conforme al procedimiento previsto para la remoción de los miembros del Consejo Directivo a que se refiere el numeral 6.2 del Artículo 6 de la presente Ley. Si la remoción se funda en otra causa, deberá contarse previamente con la opinión favorable del Órgano Consultivo del INDECOPI.
- 13.6. Son causales de vacancia del cargo de vocal del Tribunal, las siguientes:

- a) Fallecimiento;
- b) Incapacidad permanente;
- c) Renuncia aceptada;
- d) Impedimento legal sobreviniente a la designación;
- e) Remoción por falta grave o por causa aprobada por el Órgano Consultivo;
- f) Inasistencia injustificada a tres [3] sesiones consecutivas o cinco [5] no consecutivas, en el período de un [1] año.

Artículo 14.- Funciones de las Salas del Tribunal.-

14.1. Las Salas del Tribunal tienen las siguientes funciones:

- a) Conocer y resolver en segunda y última instancia administrativa las apelaciones interpuestas contra los actos que ponen fin a la instancia, causen indefensión o determinen la imposibilidad de continuar el procedimiento, emitidos por Comisiones, Secretarías Técnicas o Directores de la Propiedad Intelectual, según corresponda. En tal sentido, podrán conocer y resolver sobre la imposición de multas por la realización de infracciones administrativas o multas coercitivas por el incumplimiento de resoluciones finales, de medidas cautelares, preventivas o correctivas, de acuerdos conciliatorios y de pagos de costas y costos, salvo que las mismas no resulten apelables de acuerdo a la ley de la materia; así como sobre el dictado de mandatos o la adopción de medidas cautelares, correctivas o complementarias,³⁵
- b) Conocer y resolver las quejas por defectos de tramitación en los procedimientos que se presenten contra los órganos de primera instancia u otra Sala, conforme a Directiva expedida por Sala Plena;

35 Literal modificado por la Primera Disposición Complementaria Modificatoria del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:

Artículo 14.- Funciones de las Salas del Tribunal.-

14.1 Las Salas del Tribunal tienen las siguientes funciones:

(...)

“a) Conocer y resolver en segunda y última instancia administrativa las apelaciones interpuestas contra los actos que ponen fin a la instancia, causen indefensión o determinen la imposibilidad de continuar el procedimiento, emitidos por Comisiones, Secretarías Técnicas o Directores de la Propiedad Intelectual, según corresponda. En tal sentido, podrán conocer y resolver sobre la imposición de multas por la realización de infracciones administrativas o multas coercitivas por el incumplimiento de resoluciones finales, de medidas cautelares, preventivas o correctivas, de acuerdos conciliatorios y de pagos de costas y costos; así como sobre el dictado de mandatos o la adopción de medidas cautelares, correctivas o complementarias;”

- c) Conocer y resolver las recusaciones contra vocales de Salas del Tribunal, miembros de Comisión, Directores o Secretarios Técnicos, conforme a Directiva expedida por Sala Plena; y,
- d) Expedir precedentes de observancia obligatoria que interpreten de modo expreso y con carácter general el sentido de la legislación bajo su competencia, así como conocer en consulta los precedentes de observancia obligatoria emitidos por las Comisiones³⁶.

14.2. De verificarse algún supuesto de nulidad contemplado en el Artículo 10 de la Ley del Procedimiento Administrativo General, las Salas del Tribunal podrán declarar de oficio la nulidad de los actos administrativos que hayan emitido, aun cuando hayan quedado firmes, si es que dichos actos agravan el interés público o lesionan derechos fundamentales. La facultad para declarar la nulidad de oficio prescribe al año contado a partir de la fecha en que dichos actos hayan quedado consentidos.

CONCORDANCIA:**Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 042-2009-INDECOPI-COD**

Establecen competencia funcional de las Salas de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual

Artículo 15.- De la organización de las Salas del Tribunal.-

- 15.1. Cada Sala del Tribunal elegirá a un Presidente y Vicepresidente por el período de un año, siendo posible su reelección. Los Vicepresidentes sustituirán a los Presidentes en caso de ausencia, recusación o abstención y, en dicha circunstancia, suscribirán las resoluciones, correspondencia y documentos correspondientes.
- 15.2. Cada Sala requiere la concurrencia de cuatro [4] vocales para sesionar. Aprueba sus resoluciones con tres [3] votos conformes. El Presidente de Sala tiene voto dirimente en caso de empate.
- 15.3. En caso de ausencia o impedimento de algún vocal de una Sala, dicho cargo podrá ser reemplazado por un vocal de otra Sala para completar el quórum necesario, a solicitud de la primera y por acuerdo de la segunda.

³⁶ Literal modificado por la Primera Disposición Complementaria Modificatoria del Decreto Legislativo N° 1308, publicado el 30 de diciembre de 2016.

Texto anterior a la modificación:**Artículo 14.- Funciones de las Salas del Tribunal.-**

14.1 Las Salas del Tribunal tienen las siguientes funciones:

“d) Expedir precedentes de observancia obligatoria que interpreten de modo expreso y con carácter general el sentido de la legislación bajo su competencia.”

CONCORDANCIA:**Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 042-2009-INDECOPI-COD**

Establecen competencia funcional de las Salas de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual

Artículo 16.- Audiencia de informe oral ante las Salas del Tribunal.-

- 16.1. Las Salas del Tribunal podrán convocar a audiencia de informe oral, de oficio o a pedido de parte. En este segundo caso, podrán denegar la solicitud mediante decisión debidamente fundamentada.
- 16.2. Las audiencias son públicas, salvo que la Sala considere necesario su reserva con el fin de resguardar la confidencialidad que corresponde a un secreto industrial o comercial, o al derecho a la intimidad personal o familiar, de cualquiera de las partes involucradas en el procedimiento administrativo.
- 16.3. Las disposiciones del presente artículo serán aplicables a las solicitudes de informe oral presentadas ante las Comisiones.

CONCORDANCIA:**Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 042-2009-INDECOPI-COD**

Establecen competencia funcional de las Salas de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual

Artículo 17.- La Sala Plena del Tribunal.-

- 17.1. Los vocales de las Salas se reunirán para conformar la Sala Plena del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
- 17.2. Los vocales reunidos en Sala Plena elegirán a su Presidente y Vicepresidente por un período de un (1) año, siendo posible su reelección. El Presidente de la Sala Plena, o Presidente del Tribunal, tiene voto dirimente.
- 17.3. La Sala Plena contará con una Secretaría Técnica que será ejercida por el Secretario Técnico de la Sala a la cual pertenezca el Presidente del Tribunal del INDECOPI.
- 17.4. Para que haya quórum de Sala Plena deben reunirse al menos más de la mitad del número total de vocales designados de todas las Salas del Tribunal.

- 17.5. El Presidente del Tribunal del INDECOPI convocará a la Sala Plena con la periodicidad que demanden las necesidades funcionales, o cuando lo solicite el Consejo Directivo o tres (3) o más vocales de una Sala.
- 17.6. La Sala Plena del Tribunal se reunirá para:
- a) Dictar directivas que orienten la solución de conflictos de competencia entre los distintos órganos resolutivos;
 - b) Resolver las contiendas de competencia que surjan entre los órganos resolutivos;
 - c) Expedir directivas para reglamentar temáticas de orden procesal;
 - d) Elegir al Presidente del Tribunal;
 - e) Adoptar los acuerdos que sean necesarios para su mejor desarrollo y funcionamiento;
 - f) Proponer al Presidente del Consejo Directivo el gestionar ante las autoridades políticas, legislativas o administrativas la implementación de medidas legales o reglamentarias destinadas a garantizar la protección de los derechos y principios rectores a que se refiere la presente Ley.

CONCORDANCIA:**Directiva N° 001-2014-TRI-INDECOPI**

Aprueban Directiva "Delimitación de la competencia funcional de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal y los órganos resolutivos en materia de protección al consumidor, en los que la publicidad comercial confluye en el análisis de sus procedimientos

Artículo 18.- Agotamiento de la vía administrativa e impugnación judicial de pronunciamientos del INDECOPI.-

- 18.1. En los asuntos de competencia de cualquiera de los órganos resolutivos del INDECOPI, no podrá recurrirse al Poder Judicial en tanto no se haya agotado previamente la vía administrativa. Para lo dispuesto en la presente Ley, se entiende que queda agotada la vía administrativa solamente cuando se obtiene la resolución final de la respectiva Sala del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
- 18.2. La competencia territorial en los casos en que el INDECOPI, sus funcionarios o servidores públicos o alguno de sus órganos funcionales sea demandado

o denunciado, se determinará en función al domicilio de la sede institucional ubicado en la ciudad de Lima.

Artículo 19.- Ejecutividad y ejecutoriedad de las resoluciones del Tribunal.-

- 19.1. La impugnación de las resoluciones de primera instancia suspende la ejecución de éstas, salvo en los casos de imposición de medidas de defensa comercial o cuando el órgano que expidió el acto que se impugna haya determinado lo contrario.
- 19.2. Las resoluciones emitidas por las Salas del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual se ejecutarán inmediatamente, sin perjuicio de que el interesado presente la demanda judicial correspondiente. La ejecución forzosa se realiza a través de la Ejecutoría Coactiva del INDECOPI con sujeción a las normas vigentes.
- 19.3. Cuando una Sala del Tribunal emita una resolución que imponga, o confirme parcial o totalmente la determinación de una obligación susceptible de ejecución coactiva, la impugnación de dicha resolución ante el Poder Judicial a través del proceso contencioso administrativo suspenderá el correspondiente procedimiento de ejecución coactiva solamente si el cumplimiento de dicha obligación es garantizado mediante carta fianza, conforme a lo establecido en el Reglamento de la presente Ley.
- 19.4. En aquellos casos en los que se someta a revisión del órgano judicial competente la legalidad y el cumplimiento de las normas previstas para el inicio y trámite del procedimiento de ejecución coactiva mediante demanda de revisión judicial, la ejecución coactiva sólo será suspendida si el cumplimiento de la obligación es garantizado mediante carta fianza, la que debe cumplir iguales requisitos a los señalados en el artículo 35 del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por Decreto Supremo núm. 009-2009-PCM^{37 38}.

37 Párrafo adicionado por la Segunda Disposición Complementaria Modificatoria de la Ley N° 29571, publicada el 02 de septiembre de 2010, vigente a los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

38 De conformidad con el Artículo 35 del Decreto Supremo N° 009-2009-PCM, publicado el 17 de febrero de 2009, la impugnación en sede judicial de las resoluciones del INDECOPI o la revisión judicial del procedimiento de ejecución coactiva, sólo suspenden la ejecución coactiva, cuando el interesado lo solicite por escrito ante el Ejecutor Coactivo del INDECOPI, adjuntando el cargo de presentación de la demanda interpuesta en el plazo legal y el ejemplar original de la carta fianza a la que se refiere el artículo 19 de la Ley de Organización y Funciones del INDECOPI aprobada por Decreto Legislativo N° 1033. La vigencia de la carta fianza es condición indispensable para mantener suspendido el procedimiento coactivo.

CAPÍTULO II DE LAS COMISIONES DEL ÁREA DE COMPETENCIA

Artículo 20.- De las Comisiones del Área de Competencia.-

El Área de Competencia está compuesta por las siguientes Comisiones:

- a) Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas.
- b) Comisión de Defensa de la Libre Competencia.
- c) Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.
- d) Comisión de Dumping, Subsidios y Eliminación de Barreras Comerciales No Arancelarias.
- e) Comisión de Protección al Consumidor.
- f) Comisión de Procedimientos Concursales^{39 40}.

Artículo 21.- Régimen de las Comisiones.-

Las Comisiones mencionadas en el artículo anterior tienen las siguientes características:

- a) Cuentan con autonomía técnica y funcional y son las encargadas de aplicar las normas legales que regulan el ámbito de su competencia;

39 Artículo modificado por la Única Disposición Complementaria Modificatoria del Decreto Legislativo N° 1212, publicado el 24 de septiembre de 2015, el mismo que entró en vigencia a los treinta (30) días calendario de su publicación en el diario oficial El Peruano

Texto anterior a la modificación:

Artículo 20.- De las Comisiones del Área de Competencia.-

El Área de Competencia está compuesta por las siguientes Comisiones:

- a) Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas.
- b) Comisión de Defensa de la Libre Competencia.
- c) Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.
- d) Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios.
- e) Comisión de Protección al Consumidor.
- f) DEROGADO (*)
- g) Comisión de Procedimientos Concursales.

40 El inciso f) quedó derogado por el inciso 4 de la Única Disposición Complementaria Derogatoria de la Ley N° 30224, publicada el 11 de julio de 2014, con vigencia luego de concluido el plazo de doscientos setenta días calendario de la vigencia de citada Ley.

Texto anterior a la derogación:

Artículo 20.- De las Comisiones del Área de Competencia.-

El Área de Competencia está compuesta por las siguientes Comisiones:

- f) Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias.”

- b) Resuelven en primera instancia administrativa los procesos de su competencia, la adopción de medidas cautelares y correctivas, la imposición de las sanciones correspondientes y la determinación de costas y costos;
- c) Están integradas por cuatro [4] miembros, los que eligen a su Presidente y Vicepresidente. El cargo de Presidente y Vicepresidente es ejercido por el período de un año, pudiendo ser reelegidos;
- d) El cargo de miembro de Comisión podrá ser desempeñado a tiempo completo o parcial, según lo establezca el Consejo Directivo;
- e) Sesionan válidamente con la presencia de tres de sus miembros hábiles para votar;
- f) En caso de ausencia, recusación o abstención de un miembro de la Comisión y a falta de quórum, ésta solicitará a la Sala correspondiente que designe un reemplazante, el que será miembro de otra Comisión.
- g) Aprueban sus resoluciones por mayoría de votos, teniendo el Presidente voto dirimente;
- h) Cuentan con una o más Secretarías Técnicas, a través de las cuales reciben el apoyo de los órganos de administración interna del INDECOPI; y,
- i) Están facultadas para solicitar al auxilio de la fuerza pública con el fin de ejecutar sus resoluciones de ser necesario.
- j) Expedir precedentes de observancia obligatoria que interpreten de modo expreso y con carácter general el sentido de la legislación bajo su competencia. En caso las Comisiones de Protección al Consumidor emitan una decisión en la que establezcan un precedente de observancia obligatoria y la resolución final que lo contenga sea apelada, la Sala Especializada se pronunciará sobre el mismo al emitir su decisión final. De no interponerse recurso de apelación, las Comisiones de Protección al Consumidor remitirán de oficio el expediente concluido a la Sala Especializada de Protección al Consumidor para que se pronuncie al respecto⁴¹.

41 LITERAL INCORPORADO POR LA PRIMERA DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA MODIFICATORIA DEL DECRETO LEGISLATIVO N° 1308, PUBLICADO EL 30 DE DICIEMBRE DE 2016.

Artículo 22.- Designación de Comisionados.-

Los miembros de las Comisiones a que se refiere el presente capítulo están sujetos a las siguientes disposiciones:

- a) Son designados por el Consejo Directivo, previa opinión del Órgano Consultivo, por cinco [5] años, pudiendo ser designados por un período adicional, aplicándoseles las causales de vacancia previstas para los vocales de las Salas; y,
- b) Deben contar con reconocida solvencia e idoneidad profesional y cinco [5] años de experiencia en temas afines a la materia de competencia de la respectiva Comisión.

Artículo 23.- De la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas.-

Corresponde a la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas aplicar las leyes que regulan el control posterior y eliminación de las barreras burocráticas ilegales o carentes de razonabilidad que afectan a los ciudadanos y empresas, y velar por el cumplimiento de las normas y principios que garantizan la simplificación administrativa, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores.

Artículo 24.- De la Comisión de Defensa de la Libre Competencia.-

Corresponde a la Comisión de Defensa de la Libre Competencia velar por el cumplimiento de la Ley contra las Prácticas Monopólicas, Controlistas y Restrictivas de la Libre Competencia, la Ley Antimonopolio y Antioligopolio del Sector Eléctrico y de las otras leyes que prohíben y sancionan las conductas anticompetitivas o promueven una competencia efectiva en los mercados, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores.

Artículo 25.- De la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.-

Corresponde a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal velar por el cumplimiento de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y de las leyes que, en general, prohíben y sancionan las prácticas contra la buena fe comercial, incluyendo las normas de la publicidad, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores.

Artículo 26.- De la Comisión de Dumping, Subsidios y Eliminación de Barreras Comerciales No Arancelarias.-

- 26.1. Corresponde a la Comisión de Dumping, Subsidios y Eliminación de Barreras Comerciales No Arancelarias velar por el cumplimiento de las normas que

persiguen evitar y corregir el daño en el mercado provocado por prácticas de dumping o subsidios, a través de la imposición de derechos antidumping o compensatorios; actuar como autoridad investigadora en procedimientos conducentes a la imposición de medidas de salvaguardia; y, efectuar el control posterior y eliminación de barreras comerciales no arancelarias, de conformidad con lo dispuesto en los acuerdos internacionales suscritos por el Perú, los compromisos contraídos en el marco de la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de libre comercio, y las normas supranacionales y nacionales vigentes correspondientes.

26.2. Para el ejercicio de su función de identificación, evaluación y eliminación de las barreras comerciales no arancelarias, la Comisión de Dumping, Subsidios y Eliminación de Barreras Comerciales No Arancelarias del INDECOPI podrá realizar las siguientes acciones:

- a) Luego de iniciado un procedimiento administrativo destinado a la evaluación de la existencia de una posible barrera comercial no arancelaria, la Comisión publicará semanalmente un aviso sobre los procedimientos iniciados sobre esta materia, incluyendo la información respecto a la barrera que es objeto de análisis [acto o disposición denunciada, entidad que aplica la barrera, posibles actores afectados, entre otros], así como el plazo perentorio que tienen los terceros interesados para presentarse al procedimiento y solicitar su incorporación al mismo, a fin de beneficiarse con la decisión de la Comisión, en caso la misma disponga la inaplicación de una medida de este tipo.
- b) Si la denuncia es presentada por una asociación o gremio de agentes económicos o empresas, la inaplicación ordenada por la Comisión alcanzará a todas las personas naturales o jurídicas asociadas o agremiadas a la entidad denunciante.
- c) En la resolución que ponga fin al procedimiento, la Comisión o, en su caso, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia, podrá recomendar a la entidad que estableció esta medida la modificación del acto o disposición que contiene la misma dentro del plazo que para este efecto se establezca en la resolución respectiva, pronunciándose sobre esta recomendación, bajo responsabilidad por parte de la entidad.
- d) La Comisión, a través de su Secretaría Técnica, podrá elaborar una Guía de Buenas Prácticas de Reglamentación Técnica, a fin de que las entidades de la Administración Pública, en el ejercicio de sus

facultades normativas, no impongan restricciones injustificadas o desproporcionadas que limiten el desarrollo del comercio exterior^{42 43}.

Artículo 27.- De la Comisión de Protección al Consumidor.-

Corresponde a la Comisión de Protección al Consumidor velar por el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor y de las leyes que, en general, protegen a los consumidores de la falta de idoneidad de los bienes y servicios en función de la información brindada, de las omisiones de información y de la discriminación en el consumo, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores.

Artículo 28.- DEROGADO⁴⁴

Artículo 29.- De la Comisión de Procedimientos Concursales.-

Corresponde a la Comisión de Procedimientos Concursales la aplicación de la Ley General del Sistema Concursal y de las normas que la complementen o la sustituyan.

42 Artículo modificado por el Artículo 8 del Decreto Legislativo N° 1212, publicado el 24 de septiembre de 2015, el mismo que entró en vigencia a los treinta (30) días calendario de su publicación en el diario oficial El Peruano.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 26.- De la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios.-

Corresponde a la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios velar por el cumplimiento de las normas que persiguen evitar y corregir el daño en el mercado provocado por prácticas de dumping o subsidios, a través de la imposición de derechos antidumping o compensatorios, así como actuar como autoridad investigadora en procedimientos conducentes a la imposición de medidas de salvaguardia, conforme a lo dispuesto en los acuerdos internacionales suscritos por el Perú, las normas de la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de libre comercio y las normas supranacionales y nacionales vigentes sobre la materia.

Asimismo, corresponde a la Comisión el control posterior y eliminación de barreras comerciales no arancelarias, conforme a los compromisos contraídos en el marco de la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de libre comercio, las normas supranacionales y nacionales correspondientes.”

43 Segundo párrafo agregado por la Tercera Disposición Complementaria Modificatoria de la Ley N° 30224, publicada el 11 de julio de 2014.

44 Artículo derogado por el inciso 4 de la Única Disposición Complementaria Derogatoria de la Ley N° 30224, publicada el 11 de julio de 2014, con vigencia luego de concluido el plazo de doscientos setenta días calendario de la vigencia de citada Ley.

Texto anterior a la derogación:

“Artículo 28.- De la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias.-

Corresponde a la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias el desarrollo de las actividades de normalización nacional en todos los sectores, en su calidad de Organismo Nacional de Normalización, así como el control posterior y eliminación de barreras comerciales no arancelarias, conforme a los compromisos contraídos en el marco de la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de libre comercio, las normas supranacionales y nacionales correspondientes. Asimismo, administra la infraestructura oficial de firma electrónica, conforme a la normativa de la materia.”

Artículo 30.- Competencia primaria y exclusiva de las Comisiones.-

Las Comisiones tienen competencia primaria y exclusiva en las materias señaladas en los artículos 23 a 29 precedentes, salvo que por ley expresa se haya dispuesto o se disponga lo contrario.

Artículo 31.- Apelación de resoluciones y su sustentación ante la segunda instancia.-

- 31.1. Las resoluciones de las Comisiones que pongan fin a la instancia, determinen la imposibilidad de continuar el procedimiento o causen indefensión podrán ser apeladas ante la Sala del Tribunal que tenga competencia en la materia.
- 31.2. El Presidente de la Comisión, el Secretario Técnico o la persona designada por el primero, podrá sustentar ante la Sala respectiva las resoluciones que hubiesen sido objeto de apelación.

Artículo 32.- Sobre el inicio de los procedimientos administrativos.-

Los procedimientos que se sigan ante las Comisiones a que se refiere el presente capítulo pueden ser iniciados de oficio o a pedido de parte.

Artículo 33.- Reglas sobre conflicto de competencia.-

- 33.1. Los casos en que se genere conflicto de competencia entre dos o más Comisiones se resolverá conforme a lo prescrito en la Ley del Procedimiento Administrativo General o norma que la sustituya.
- 33.2. En caso de asuntos cuya materia no sea de competencia de la Comisión ante la cual se presenta una petición sino de otra de las Comisiones a que se refiere el presente capítulo, la Comisión referida declinará competencia sobre el asunto y lo remitirá sin más trámite a la Comisión competente.

Artículo 34.- Desconcentración de competencias.-

- 34.1. El Consejo Directivo podrá desconcentrar las competencias de las Comisiones de Eliminación de Barreras Burocráticas, de Defensa de la Libre Competencia, de Fiscalización de la Competencia Desleal, de Protección al Consumidor y de Procedimientos Concursales en las Comisiones de las Oficinas Regionales del INDECOPI que constituya para tal efecto.
- 34.2. A las Comisiones desconcentradas de las Oficinas Regionales se les aplican las mismas disposiciones legales aplicables a las Comisiones de la sede central.

Tratándose de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, la desconcentración de sus competencias abarcará a los actos, contratos y disposiciones de alcance general emanados de los órganos o entidades de la Administración Pública dependientes del Gobierno Regional o Local que se encuentren dentro de la respectiva circunscripción territorial de competencia de la Comisión desconcentrada de la Oficina Regional correspondiente.

- 34.3. En los procedimientos que se tramiten ante las Comisiones de las Oficinas Regionales, las partes o los terceros interesados deberán señalar, al momento de su apersonamiento, domicilio procesal dentro de la respectiva circunscripción de competencia territorial de la Oficina Regional; competencia ésta que será determinada por el Consejo Directivo mediante directiva.

CAPÍTULO III DE LAS DIRECCIONES DEL ÁREA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

CONCORDANCIAS:**Ley N° 29316**

Segunda Disposición Complementaria Final

Artículo 35.- De las Direcciones.-

- 35.1. El Área de Propiedad Intelectual está conformada por las siguientes Direcciones:
- a) La Dirección de Signos Distintivos.
 - b) La Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías.
 - c) La Dirección de Derecho de Autor.
- 35.2. Al interior de cada Dirección habrá una Comisión, órgano colegiado que tendrá autonomía funcional respecto del Director correspondiente.
- 35.3. El Director podrá emitir Lineamientos sobre temas funcionales, caso en el cual la Comisión podrá solicitar a la Sala de Propiedad Intelectual correspondiente que revise y, eventualmente, modifique, dichos lineamientos.
- 35.4. El Consejo Directivo podrá desconcentrar en las Oficinas Regionales del INDECOPi aquellas funciones de las Direcciones de la Propiedad Intelectual de la sede central mencionadas en el numeral 35.1 que no requieran el ejercicio de competencia a nivel nacional.

Artículo 36.- De la Dirección de Signos Distintivos.-

- 36.1. Corresponde a la Dirección de Signos Distintivos proteger los derechos otorgados sobre marcas, lemas comerciales, nombres comerciales, marcas colectivas, marcas de certificación y denominaciones de origen, así como administrar los registros correspondientes.
- 36.2. En la protección de los derechos referidos en el párrafo anterior, la Dirección de Signos Distintivos otorga, reconoce, declara, anula, cancela o limita tales derechos, luego de un debido procedimiento. Igualmente, registra, controla y protege los derechos otorgados, reconocidos o declarados, mediante procedimientos adecuados que incluyen mecanismos y procedimientos de solución de controversias.

Artículo 37.- De la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías.-

- 37.1. Corresponde a la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías proteger los derechos otorgados sobre patentes de invención, patentes de modelos de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados y certificados de obtentor de variedades vegetales, así como cualquier otro derecho que la legislación sujete a su protección. Adicionalmente, está encargada de proteger los derechos sobre los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas vinculados a los recursos biológicos, de conformidad con las normas de la materia, y de promover y difundir el uso de la información contenida en los documentos de patentes como fuente de información tecnológica.
- 37.2. En la protección de los derechos referidos en el párrafo anterior, luego de un debido procedimiento, la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías otorga, declara, anula, limita y declara la caducidad de tales derechos. Igualmente registra, controla y protege los derechos otorgados o declarados, mediante procedimientos adecuados de solución de controversias.

Artículo 38.- De la Dirección de Derecho de Autor.-

- 38.1. Corresponde a la Dirección de Derecho de Autor proteger el derecho de autor y los derechos conexos. En la protección de los referidos derechos es responsable de cautelar y proteger administrativamente el derecho de autor y los derechos conexos.
- 38.2. Adicionalmente, resuelve en primera instancia las causas contenciosas y no contenciosas que le sean sometidas a su jurisdicción, por denuncia de

parte o por acción de oficio. Administra el registro nacional de derecho de autor y derechos conexos, así como los actos constitutivos o modificatorios correspondientes a las sociedades de gestión colectiva y derechos conexos; mantiene y custodia el depósito legal intangible, entre otras funciones establecidas en la ley de la materia.

Artículo 39.- Del Registro de los Contratos de Transferencia de Tecnología Extranjera.-

Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, corresponde a las Direcciones de Signos Distintivos y de Invenciones y Nuevas Tecnologías llevar el registro o listado, según sea el caso, de los contratos de licencia de uso de tecnología, patentes, marcas u otros derechos de propiedad industrial de origen extranjero, así como de asistencia básica y de detalle, gerencia y franquicia que estipulen el pago de regalías, conforme a lo dispuesto en el Artículo 21 del Decreto Legislativo N° 662.

Artículo 40.- Atribuciones de las Direcciones de la Propiedad Intelectual.-

Cada Dirección tiene las siguientes atribuciones y características:

- a) Cuenta con autonomía técnica, funcional y administrativa;
- b) Resuelve en primera instancia administrativa, a través del Director o los órganos a los que éste delegue tales funciones, los procedimientos de otorgamiento, reconocimiento, declaración y registro de los derechos de propiedad intelectual de su competencia, a través de sus diferentes órganos;
- c) Está a cargo de un Director; y,
- d) Puede contar con Subdirecciones u otros órganos para las distintas áreas funcionales de su competencia, conforme a lo que establezca el Reglamento de la presente Ley.

Artículo 41.- Sobre los Directores de Propiedad Intelectual.-

Los Directores a que se refiere el presente capítulo están sujetos a las siguientes disposiciones:

- a) Son designados por el Consejo Directivo del INDECOPI;
- b) Ejercen sus cargos por tiempo indefinido;
- c) Deben acreditar reconocida solvencia e idoneidad profesional y técnica, así como cinco (5) años de experiencia en temas afines a la materia de competencia de la respectiva Dirección;

- d) Tienen a su cargo la gestión de la Dirección, estando facultados para informar a los órganos de administración interna, con el debido sustento, de las necesidades de su Dirección que deban ser atendidas para su adecuado funcionamiento;
- e) Resuelven en primera instancia los procedimientos administrativos que no son de competencia de la Comisión respectiva;
- f) En caso de presumir la existencia de una infracción en materia de propiedad intelectual, podrá requerir al Secretario Técnico de la Comisión respectiva para que inicie las investigaciones preliminares o las acciones de oficio correspondientes;
- g) Emiten informes técnicos en los temas de su competencia;
- h) Administran y conocen los procedimientos no contenciosos relacionados con el otorgamiento, la declaración, el reconocimiento y el registro de los derechos de propiedad intelectual respectivos;
- i) Recurren al auxilio de la fuerza pública para ejecutar las resoluciones que emita la Dirección, a través de cualquiera de sus órganos internos, tanto en los casos de procedimientos contenciosos como no contenciosos;
- j) Están facultados para delegar sus funciones en los Subdirectores u otros funcionarios cuando lo consideren pertinente, de acuerdo a la carga procesal y la estructura de cada Dirección;
- k) Ejercen la representación de la Dirección;
- l) Coordinan la aplicación de las leyes, tratados o convenciones internacionales, en la materia que es de competencia de la respectiva Dirección, y vigilan su cumplimiento;
- m) Desarrollan programas de difusión, capacitación y formación en los temas que son de competencia de la respectiva Dirección, pudiendo coordinar al efecto con organismos nacionales o internacionales afines a la materia;
- n) Conducen, ejecutan y evalúan las acciones requeridas para el funcionamiento de sus respectivos Registros; y,
- o) Ejercen las demás funciones que se les encomienden.

Artículo 42.- De las Comisiones de Propiedad Intelectual.-

42.1. Las Comisiones son:

- a) Comisión de Signos Distintivos.
- b) Comisión de Invenciones y Nuevas Tecnologías.
- c) Comisión de Derecho de Autor.

42.2. Las Comisiones mencionadas en el numeral anterior son competentes para pronunciarse respecto de:

- a) En el caso de la Dirección de Signos Distintivos, sobre oposiciones a solicitudes de registro; nulidades y cancelaciones de registro de oficio o a pedido de parte; y las acciones por infracción a los derechos de propiedad intelectual bajo su competencia;
- b) En el caso de la Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías, sobre oposiciones a solicitudes de registro; nulidades de oficio o a pedido de parte; y las acciones por infracción a los derechos de propiedad intelectual bajo su competencia; y,
- c) En el caso de la Dirección de Derecho de Autor, sobre nulidad y cancelación de partidas registrales de oficio o a pedido de parte; y las acciones por infracción a los derechos de propiedad intelectual bajo su competencia.

42.3. Las Comisiones de Propiedad Intelectual tienen las siguientes características:

- a) Cuentan con autonomía técnica y funcional;
- b) Resuelven en primera instancia administrativa los procedimientos trilaterales y sancionadores a que se refiere el numeral anterior, así como las acciones de nulidad y cancelación iniciadas de oficio;
- c) Están integradas por cuatro (4) miembros, uno de los cuales será el Director, quien la presidirá;
- d) Eligen a su Vicepresidente;
- e) Salvo su Presidente, el cargo de miembro de Comisión podrá ser

desempeñado a tiempo completo o parcial, según lo establezca el Consejo Directivo en atención a la carga procesal;

- f) Para sesionar válidamente requieren la presencia de tres de sus miembros hábiles para votar;
 - g) Aprueban sus resoluciones por mayoría de votos, teniendo el Presidente voto dirimente;
 - h) Cuentan con una Secretaría Técnica, la que se regirá por lo establecido en el numeral 44.3 del Artículo 44 de la presente Ley; y,
 - i) Se rigen por lo señalado en los Artículos 31, 32 y 33 de la presente Ley, en lo que corresponda.
- 42.4. Salvo su Presidente, los miembros de las Comisiones están sujetos a las siguientes disposiciones:
- a) Son designados por el Consejo Directivo, previa opinión del Órgano Consultivo, por cinco (5) años, pudiendo ser designados por un período adicional, aplicándoseles las causales de vacancia previstas para los vocales de las Salas; y,
 - b) Deben contar con reconocida solvencia e idoneidad profesional y cinco (5) años de experiencia en temas afines a la materia de competencia de la respectiva Dirección.

CAPÍTULO IV DE LAS SECRETARÍAS TÉCNICAS

Artículo 43.- Régimen de las Secretarías Técnicas.-

- 43.1. Cada una de las Salas y Comisiones a que se refiere la presente Ley, cuenta con una o más Secretarías Técnicas a través de las cuales reciben el apoyo de los órganos de administración interna del INDECOPI, con excepción de las Secretarías Técnicas del Área de Propiedad Intelectual que se rigen por lo dispuesto en el numeral 44.3 del Artículo 44 de la presente Ley.
- 43.2. Cada una de las Secretarías Técnicas a que se refiere el numeral anterior depende funcionalmente de su correspondiente Sala o Comisión y está a cargo de una persona designada por el Consejo Directivo del INDECOPI.

43.3. En caso de ausencia, recusación o abstención de quien se encuentra nombrado para ejercer la Secretaría Técnica, asumirá sus funciones la persona que la Sala o Comisión designe para tal efecto, quien actuará como Secretario Técnico encargado. Dicha encargatura no podrá comprender un período superior a un mes cuando se trate de ausencia. Luego de dicho plazo, corresponde al Consejo Directivo del INDECOPI designar a la persona que ejerza tal encargo, mientras dure la ausencia de quien se encuentra nombrado.

Artículo 44.- Funciones de las Secretarías Técnicas.-

44.1. Son funciones de las Secretarías Técnicas del Área de Competencia:

- a) Prestar a las Comisiones el apoyo que requieran para el normal funcionamiento de sus actividades, realizando para el efecto las coordinaciones necesarias con los demás órganos de línea y de administración interna del INDECOPI;
- b) Instruir y tramitar los procedimientos administrativos seguidos ante las Comisiones, ejerciendo facultades de investigación y de actuación de medios probatorios, a fin de proporcionar a las Comisiones elementos de juicio para la resolución de los asuntos sometidos a su competencia;
- c) Realizar acciones de prevención e investigaciones preliminares;
- d) Por delegación de su Comisión, admitir a trámite los procedimientos, imputar cargos, impulsar la tramitación de los procedimientos, declarar rebelde a una parte del procedimiento, conceder recursos administrativos y declarar firme o consentida la resolución final que expida la Comisión, salvo régimen establecido en ley especial;
- e) Emitir informes técnicos no vinculantes a la función resolutoria, cuando así lo disponga la ley de la materia, la respectiva Comisión o el Presidente del Consejo Directivo; y,
- f) Otras que se encuentren previstas en sus respectivas normas legales de creación o que se le encomienden.

44.2. Son funciones de las Secretarías Técnicas de las Salas:

- a) Prestar a las Salas el apoyo que requieran para el normal funcionamiento de sus actividades, realizando para el efecto las coordinaciones necesarias con los demás órganos de línea y de administración interna del INDECOPI;

- b) Tramitar los procedimientos de segunda instancia, según corresponda;
- c) Actuar de oficio los medios probatorios que estime necesarios para el esclarecimiento de las cuestiones materia de apelación; y,
- d) Otras que se encuentren previstas en legislación especial o que se le encomienden.

44.3. Son funciones de las Secretarías Técnicas del Área de Propiedad Intelectual:

- a) Prestar a las Comisiones el apoyo que requieran para el normal funcionamiento de sus actividades, realizando para el efecto las coordinaciones necesarias con el Director respectivo, de quien dependen administrativamente;
- b) Instruir y tramitar los procedimientos administrativos seguidos ante las Comisiones, ejerciendo facultades de investigación y de actuación de medios probatorios, a fin de proporcionar a las Comisiones elementos de juicio para la resolución de los asuntos sometidos a su competencia;
- c) Realizar acciones de prevención e investigaciones preliminares;
- d) Por delegación de su Comisión, admitir a trámite los procedimientos, imputar cargos, impulsar la tramitación de los procedimientos, declarar rebelde a una parte del procedimiento, conceder recursos administrativos y declarar firme o consentida la resolución final que expida la Comisión, salvo régimen establecido en ley especial;
- e) Emitir los informes técnicos que le requiera el Director, la respectiva Comisión o el Presidente del Consejo Directivo; y,
- f) Otras que se encuentren previstas en sus respectivas normas legales de creación o que le encomienden el Director o la respectiva Comisión, según sus atribuciones.

TÍTULO VI DEROGADO⁴⁵

45 Título VI “De los Órganos de Línea”, quedó derogado por el inciso 4 de la Única Disposición Complementaria Derogatoria de la Ley N° 30224, publicada el 11 de julio de 2014, con vigencia luego de concluido el plazo de doscientos setenta días calendario de la vigencia de citada Ley.

Texto anterior a la modificación:
“TÍTULO VI
DE LOS ÓRGANOS DE LÍNEA

CAPÍTULO I DEL SERVICIO NACIONAL DE METROLOGÍA

Artículo 45.- Del Servicio Nacional de Metrología.-

- 45.1 El Servicio Nacional de Metrología es el ente rector de la metrología nacional en el campo científico, industrial y legal conforme a las normas de la materia y, como tal, promueve la implementación y desarrollo del Sistema Legal de Unidades de Medida y la trazabilidad internacional de las mediciones efectuadas en el país conforme a lo dispuesto en las normas de la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de libre comercio y las normas supranacionales y nacionales correspondientes.
- 45.2 El Servicio Nacional de Metrología tiene las siguientes características:
- Tiene autonomía técnica, funcional y administrativa;
 - Custodia los patrones nacionales de medida;
 - Difunde el Sistema Legal de Unidades del Perú y absuelve las consultas que formulen los organismos del sector público y privado;
 - Establece las normas sobre metrología legal;
 - Emite certificaciones metrológicas;
 - Está a cargo de un Jefe; y,
 - Ejerce representación ante organismos internacionales de Metrología, sin perjuicio de las atribuciones de representación institucional propias del Presidente del Consejo Directivo.

Artículo 46.- Sobre el Jefe del Servicio Nacional de Metrología.-

El Jefe del Servicio Nacional de Metrología a que se refiere el presente Capítulo está sujeto a las siguientes disposiciones:

- Es designado por el Consejo Directivo del INDECOPI;
- Ejerce su cargo por tiempo indefinido;
- Debe contar con reconocida solvencia e idoneidad profesional y cinco (5) años de experiencia en temas afines a la materia de competencia del Servicio; y,
- Canaliza el apoyo de los órganos de administración interna del INDECOPI.

CAPÍTULO II DEL SERVICIO NACIONAL DE ACREDITACIÓN

Artículo 47.- Del Servicio Nacional de Acreditación.-

- 47.1 Corresponde al Servicio Nacional de Acreditación, en su calidad de Organismo Nacional de Acreditación, el reconocimiento de la competencia técnica de las entidades de evaluación de la conformidad en todos los sectores, conforme a las directrices y guías internacionales, las normas de la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos de libre comercio y las normas supranacionales y nacionales correspondientes.
- 47.2 El Servicio Nacional de Acreditación tiene las siguientes características:
- Tiene autonomía técnica, funcional y administrativa;
 - Establece sus procedimientos internos y los programas de acreditación atendiendo las necesidades del sector público y privado;
 - Suscribe los contratos de acreditación y los resuelve ante el incumplimiento de las condiciones acreditadas;
 - Promueve el reconocimiento internacional del Sistema Nacional de Acreditación y la suscripción de los Acuerdos de Reconocimiento Mutuo;
 - Difunde el Sistema Nacional de Acreditación y absuelve las consultas que formulen los organismos del sector público y privado;
 - Está a cargo de un Jefe;
 - Ejerce representación ante los foros internacionales de acreditación y evaluación de la conformidad, sin perjuicio de las atribuciones de representación institucional propias del Presidente del Consejo Directivo.

Artículo 48.- Sobre el Jefe del Servicio Nacional de Acreditación.-

El Jefe del Servicio Nacional de Acreditación a que se refiere el presente Capítulo está sujeto a las siguientes disposiciones:

- Es designado por el Consejo Directivo del INDECOPI;
- Ejerce su cargo por tiempo indefinido;
- Debe contar con reconocida solvencia e idoneidad profesional y cinco (5) años de experiencia en temas afines a la materia de competencia del Servicio; y,
- Canaliza el apoyo de los órganos de administración interna del INDECOPI.”

TÍTULO VII DE LA ADMINISTRACIÓN INTERNA

Artículo 49.- De la Secretaría General.-

La Secretaría General es el máximo órgano ejecutivo y administrativo de la institución, de cuya gestión responde ante el Consejo Directivo del INDECOPI.

Artículo 50.- Funciones de la Secretaría General.-

50.1. Son funciones de la Secretaría General del INDECOPI:

- a) Dirigir, coordinar, supervisar y controlar las acciones de los diferentes órganos de administración interna;
- b) Coordinar las acciones de los demás órganos del INDECOPI y prestarles el apoyo que requieran para su funcionamiento;
- c) Ejercer la representación legal de la institución;
- d) Administrar los recursos del INDECOPI;
- e) Designar, promover, suspender y remover al personal del INDECOPI, salvo disposición distinta de la presente Ley; y,
- f) Las demás que se le encargue por acuerdo del Consejo Directivo.

50.2. Para el mejor cumplimiento de sus funciones, la Secretaría General cuenta con el apoyo de las Oficinas que establece el Reglamento de la presente Ley.

Artículo 51.- Sobre la potestad organizatoria de la institución.-

51.1. El Consejo Directivo se encuentra facultado para crear nuevas Oficinas además de las referidas en el Reglamento de la presente Ley; así como para desactivarlas o modificar su régimen, de acuerdo con las necesidades de la institución, y siempre dentro del marco de lo que dispongan las normas presupuestarias.

51.2. El Consejo Directivo se encuentra igualmente facultado para aprobar la creación de una Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, cuyas actividades se orienten a la formación y especialización de profesionales en las distintas materias temáticas de competencia del INDECOPI.

TÍTULO VIII DEL RÉGIMEN ECONÓMICO Y LABORAL

Artículo 52.- De los ingresos del INDECOPI.-

Son recursos directamente recaudados del INDECOPI:

- a) Las tasas por concepto de derecho de trámite de los procedimientos administrativos de competencia de sus distintas unidades orgánicas;
- b) Los montos que recaude por concepto de multas;
- c) Los derechos antidumping y compensatorios que se establezcan, provisional o definitivamente, en los procedimientos sobre la materia;
- d) Los recursos que perciba por concepto de la prestación de servicios;
- e) Los recursos provenientes de la cooperación técnica internacional;
- f) Los legados y donaciones que reciba; y,
- g) Los recursos que se le transfieran conforme a Ley.

Artículo 53.- Sobre remuneraciones y dietas.-

53.1. Todos los cargos que desempeñan las personas que laboran en el INDECOPI son remunerados.

53.2. El pago de la remuneración a que se refiere el numeral anterior procede siempre que no se trate de funcionarios o servidores públicos que desempeñan otros empleos o cargos remunerados por el Estado. En este último caso perciben una dieta, conforme a lo que establezca el Reglamento de la presente Ley. Igual regla es aplicable a los vocales de las Salas del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual y a los miembros de las Comisiones que desempeñen su función a tiempo parcial; así como a los miembros del Órgano Consultivo.

Artículo 54.- El régimen laboral de los trabajadores del INDECOPI.-

Los trabajadores del INDECOPI están sujetos al régimen laboral de la actividad privada. En consecuencia, se rigen por lo establecido en el Decreto Legislativo N° 728 y sus normas modificatorias, ampliatorias, complementarias y conexas.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

PRIMERA.- Régimen de Ejecución Presupuestaria del INDECOPI.-

Inclúyase de modo permanente al INDECOPI en el régimen de ejecución presupuestaria al que se encuentran sujetos los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos a los que se refiere la Ley N° 27332 o a las disposiciones que la complementen o sustituyan, quedando comprendido, por ende, en los alcances de la Décima Disposición Final de la Ley de Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2008, Ley N° 29144.

SEGUNDA.- Archivo de expedientes concluidos con resolución firme.-

Después de transcurridos más de cinco años desde el vencimiento del plazo para interponer medios y/o pretensiones impugnatorias ante el Tribunal de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual o ante el Poder Judicial, los expedientes tramitados ante el INDECOPI serán transferidos al Archivo General de la Nación o a los Archivos Departamentales, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 4 de la Ley N° 19414.

TERCERA.- Representación y Defensa Judicial del INDECOPI.-

La representación y defensa judicial del INDECOPI es ejercida por sus propios representantes o por los apoderados a los que el Consejo Directivo de la institución faculte. La intervención del Procurador Público del Sector al que se encuentra adscrito el INDECOPI es de carácter facultativo.

CUARTA.- Trámite y calificación de denuncias presentadas ante el Ministerio Público vinculadas a la actuación de funcionarios del INDECOPI.-

Tratándose de denuncias formuladas contra funcionarios y/o servidores del INDECOPI, relacionadas con su actuación o intervención en los procedimientos de competencia institucional, la Fiscalía competente deberá solicitar un informe técnico al Órgano de Control Institucional del INDECOPI sobre la licitud de los hechos imputados, el cual deberá emitirse en un plazo máximo de diez [10] días. La Fiscalía tendrá en cuenta este Informe para efectos de la calificación o archivo de la denuncia.

En los casos en que la denuncia formulada contra los funcionarios o servidores del INDECOPI resulte manifiestamente maliciosa o calumniosa, la Fiscalía deberá formalizar denuncia por este hecho contra la persona natural responsable.

QUINTA.- Referencias a denominación de Comisiones del INDECOPI.-

Toda mención hecha en la legislación vigente a la Comisión de Acceso al Mercado, la Comisión de Libre Competencia y a la Comisión de Represión de la

Competencia Desleal desde la vigencia de la presente Ley, se entenderá referida a la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, a la Comisión de Defensa de la Libre Competencia y a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, respectivamente. En el caso de la Comisión de Reglamentos Técnicos y Comerciales, toda mención hecha en la legislación vigente se entenderá referida a:

1. El Servicio Nacional de Acreditación, respecto del reconocimiento de la competencia técnica de entidades de evaluación de la conformidad;
2. La Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias, respecto de la aprobación de normas técnicas peruanas, la fiscalización de restricciones paraarancelarias y la administración de la infraestructura oficial de firma electrónica; y,
3. El Servicio Nacional de Metrología, respecto de la aprobación de normas metrológicas peruanas.

SEXTA.- Vigencia del actual Reglamento de Organización y Funciones del INDECOPI.-

El actual Reglamento de Organización y Funciones del INDECOPI, aprobado por Decreto Supremo N° 077-2005-PCM, seguirá vigente hasta que se apruebe el Reglamento de la presente Ley.

SÉPTIMA.-

Las disposiciones concernientes a la eliminación de procedimientos administrativos, requisitos o a la simplificación de los mismos aplicables por los órganos resolutivos del INDECOPI se aprueban mediante Decreto Supremo, a propuesta de su Consejo Directivo. Las normas procedimentales aplicables a la fecha, se entenderán derogadas a partir de la vigencia del respectivo Decreto Supremo⁴⁶.

OCTAVA.-

El INDECOPI podrá realizar acciones de supervisión a través de terceros, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas. Mediante Decreto Supremo, a propuesta del Consejo Directivo de INDECOPI, se establecerán los criterios y procedimientos específicos para la selección, contratación, designación, ejecución, control y sanción de dichas actividades⁴⁷.

46 Disposición incorporada por la Quinta Disposición Complementaria Modificatoria de la Ley 30264, publicada el 16 de noviembre de 2014.

47 Disposición incorporada por la Quinta Disposición Complementaria Modificatoria de la Ley 30264, publicada el 16 de noviembre de 2014.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Actividad procesal de las Salas del Tribunal del INDECOPI.-

Las actuales Salas de Defensa de la Competencia y de Propiedad Intelectual del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual seguirán conociendo las apelaciones presentadas contra las resoluciones de primera instancia hasta que el Consejo Directivo determine la creación de las Salas especializadas del Tribunal del Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual que correspondan, de conformidad con lo establecido en el Artículo 12 de la presente Ley.

SEGUNDA.- Acciones necesarias para facilitar la implementación de Acuerdos de Promoción Comercial.-

A efectos de adecuar su estructura organizativa a las disposiciones de la presente Ley y garantizar el cumplimiento de los compromisos asumidos por el Perú, tanto en el Acuerdo de Promoción Comercial suscrito con los Estados Unidos de América como en los otros acuerdos de libre comercio que se suscriban, en los ámbitos de la protección de la propiedad intelectual y la defensa de la competencia, facúltase al INDECOPI a ejecutar las acciones de personal y contratación de bienes y servicios que requiera para el cabal cumplimiento de sus funciones, quedando para ello exceptuado de las normas sobre limitaciones de gasto, austeridad, racionalidad y disciplina presupuestaria contenidas en la Ley N° 29142, así como de las limitaciones establecidas en la Ley N° 28411.

Las acciones que apruebe el Consejo Directivo del INDECOPI al amparo de la presente disposición no generarán, en ningún caso, egresos al Tesoro Público, debiendo financiarse con cargo a recursos directamente recaudados.

El INDECOPI queda obligado, bajo responsabilidad de su titular, a informar trimestralmente a la Comisión de Presupuesto del Congreso de la República y a la Contraloría General de la República acerca de las acciones ejecutadas al amparo de la presente Disposición Transitoria⁴⁸.

48 De conformidad con la Primera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29316, publicada el 14 de enero de 2009, para efectos de concluir con la ejecución de las acciones necesarias para la implementación de los compromisos contenidos en el Capítulo de Propiedad Intelectual del Acuerdo de Promoción Comercial suscrito por el Perú con los Estados Unidos de América, prorrogase por el año fiscal 2009 lo dispuesto en la presente disposición transitoria, extendiéndose la excepción establecida en dicha disposición respecto de las normas previstas en la Ley N° 29289, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2009.

TERCERA.- Período de designación de funcionarios de confianza del INDECOPI.-

Los períodos de designación de los vocales de las Salas del Tribunal y de los miembros de Comisión que se indican en la presente Ley regirán para los funcionarios mencionados que sean designados o ratificados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, y se computarán a partir de la fecha de designación o ratificación correspondiente.

En el plazo de sesenta (60) días calendario contados desde la publicación de la presente Ley, el actual Directorio del INDECOPI ratificará a los miembros de Comisión actuales o designará a su reemplazo, de ser el caso. En el caso de los vocales de las Salas del Tribunal, dicha ratificación o designación podrá ser realizada, en el mismo período, por el Presidente de la República mediante Resolución Suprema refrendada por el Presidente del Consejo de Ministros, a propuesta del Consejo Directivo del INDECOPI.

Tratándose de los actuales Jefes de Oficina, en el mismo período, el actual Directorio del INDECOPI evaluará su designación como Directores de la Propiedad Intelectual, o su reasignación funcional.

CUARTA.- Designación de miembros del Consejo Directivo representantes de MINCETUR y PRODUCE.-

Una vez vigente la presente Ley, los Ministerios de Comercio Exterior y Turismo y de la Producción procederán a proponer a los dos integrantes que deberán completar el número legal de miembros del Consejo Directivo, los que serán designados mediante Resolución Suprema refrendada por la Presidencia del Consejo de Ministros conforme lo establece el Artículo 4 de la presente Ley.

A partir de la entrada en vigencia del presente Decreto Legislativo, el vencimiento del plazo de designación de los integrantes del Consejo Directivo del INDECOPI será escalonado. El Reglamento fija los criterios y plazos para lograr la renovación progresiva de los integrantes del Consejo Directivo.

Por excepción, los mandatos de los miembros integrantes del primer Consejo Directivo del INDECOPI se sujetan a los plazos siguientes:

- a) Los representantes actualmente designados a propuesta de la Presidencia del Consejo de Ministros y del Ministerio de Economía y Finanzas, que a la fecha de entrada en vigencia del presente Decreto Legislativo venían integrando el Directorio del INDECOPI, concluyen su período al cumplirse cinco (5) años desde la fecha en que fueron designados.

- b) Los representantes que sean designados a propuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y del Ministerio de la Producción, concluyen su período en un plazo de cinco [5] años, a partir de la fecha en que se haga efectiva su designación.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- Vigencia de los Artículos 26 y 26BIS del Decreto Ley N° 25868.-

Deróguese el Decreto Ley N° 25868, con excepción de sus Artículos 26 y 26BIS⁴⁹, los que permanecerán vigentes hasta que se dicten las leyes que regularán las competencias de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales No Arancelarias y del Servicio Nacional de Acreditación, siendo de aplicación todas las normas complementarias y reglamentarias de las disposiciones citadas, que se encuentren vigentes a la fecha de promulgación de la presente Ley.

SEGUNDA.- Reglamentación de la presente Ley.-

El Poder Ejecutivo, mediante Decreto Supremo refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros, expedirá el Reglamento de la presente Ley en el plazo de noventa [90] días calendario contados a partir de su publicación en el diario oficial El Peruano.

TERCERA.- Vigencia de la presente Ley.-

La presente Ley entrará en vigencia a los sesenta [60] días de la fecha de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, salvo lo dispuesto en su Primera Disposición Complementaria y en su Segunda y Tercera Disposiciones Transitorias que regirán a partir del día siguiente de su publicación.

⁴⁹ Confrontar con la Primera Disposición Complementaria Modificatoria y Derogatoria del Decreto Legislativo N° 1256, publicado el 08 de diciembre de 2016.



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

NORMAS COMPLEMENTARIAS

➔ DECRETOS SUPREMOS

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor

DECRETO SUPREMO N° 011-2011-PCM

CONCORDANCIAS:

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 119-2014-INDECOPI-COD

Aprueban “Directiva que regula la Implementación y Condiciones de Uso del Sistema de Reportes de Reclamaciones”

Circular N° G-184-2015

Circular de Atención al Usuario

Resolución Ministerial N° 061-2017-PCM

Disponen la publicación del proyecto de Decreto Supremo que modifica el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el portal institucional del INDECOPI

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 150 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, dispone que los establecimientos comerciales deben contar con un Libro de Reclamaciones, en forma física o virtual y que el Reglamento establece las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones para el cumplimiento de la obligación señalada en el mencionado artículo;

Que, la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571 establece que, en el plazo de ciento ochenta [180] días calendario contados a partir de la entrada en vigencia de dicha Ley, el Poder Ejecutivo expide, entre otras, las disposiciones reglamentarias de lo dispuesto en el artículo 150 sobre el libro de reclamaciones;

Que, en ese sentido, corresponde al Poder Ejecutivo establecer las reglas básicas sobre los siguientes puntos, entre otros: [i] ámbito de aplicación; [ii] definiciones para efectos del Reglamento; [iii] características del Libro de Reclamaciones y de la Hoja de Reclamación; [iv] responsabilidad de los proveedores; [v] mecanismos de remisión de información al INDECOPI;

Que, mediante la Resolución Ministerial N° 328-2010-PCM se constituye el Grupo de Trabajo Multisectorial que se encargará de elaborar el anteproyecto de “Reglamento del Código de Protección y Defensa del Consumidor”, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros;

Que, el mencionado Grupo de Trabajo Multisectorial elaboró un anteproyecto de Reglamento del Libro de Reclamaciones, el cual fue puesto en conocimiento de la ciudadanía para que presenten sus comentarios y observaciones, las cuales fueron debatidas en una audiencia pública llevada a cabo el 17 de diciembre de 2010;

Que, a consecuencia de lo anterior, dicho Grupo de Trabajo Multisectorial ha presentado mediante Oficio N° 03-2011/CPC/INDECOPI, un proyecto de Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor;

De conformidad con el numeral 8) del artículo 118 de la Constitución Política del Perú; y la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571;

DECRETA

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento del Libro de Reclamaciones a que hace referencia el artículo 150 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual consta de quince [15] artículos y dos [2] anexos, y forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Vigencia

El presente Decreto Supremo, entrará en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Artículo 3.- Publicación

El presente Decreto Supremo, el Reglamento y los anexos deberán ser publicados en el Diario Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en el Portal de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dieciocho días del mes de febrero del año dos mil once.

ALAN GARCÍA PÉREZ

Presidente Constitucional de la República

JOSÉ ANTONIO CHANG ESCOBEDO

Presidente del Consejo de Ministros y Ministro de Educación

REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES

Artículo 1.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones del presente Título son de obligatorio cumplimiento para los proveedores que desarrollen sus actividades económicas en establecimientos comerciales abiertos al público; tomando en consideración la definición detallada en el Artículo 3.2 del presente Reglamento.

Los consumidores deberán respetar y seguir el procedimiento establecido en la presente norma para el uso del Libro de Reclamaciones.

Artículo 2.- Proveedores que desarrollen actividades económicas supervisadas o reguladas

En el caso de los proveedores que desarrollen actividades económicas de servicios públicos regulados o se encuentren bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones el procedimiento establecido por el organismo regulador y/o supervisor para la atención de quejas y reclamos de los consumidores deberá entenderse como la implementación y puesta a disposición del Libro de Reclamaciones, siempre y cuando este procedimiento permita dejar constancia de la presentación del reclamo o la queja, de su contenido y que además regule el cómputo de los plazos de atención, así como la puesta a disposición de canales para su presentación. En estos casos los proveedores se regirán por las normas relativas al procedimiento y fiscalización de la atención de quejas y reclamos emitida por dichos organismos.

Adicionalmente, en el caso de las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondo de Pensiones, éstas deben cumplir con las siguientes obligaciones:

- a) Los sistemas de registro de quejas y reclamos deberán encontrarse a disposición inmediata y accesible al consumidor.
- b) Se habilitará un orden de atención preferente para la recepción de las quejas y reclamos.

- c) Entregarán a los consumidores una copia o constancia de la queja o reclamo presentado, con la información mínima prevista en el Anexo I del presente Reglamento.
- d) Exhibirán el Aviso del Libro de Reclamaciones conforme a lo dispuesto en el artículo 9 del presente Reglamento.
- e) Entregarán la información requerida por el INDECOPI conforme a lo establecido en el artículo 11 del presente Reglamento.

La supervisión del cumplimiento de la presente normativa se regirá por las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor⁵⁰.

Artículo 2-A.- Proveedores que desarrollen actividades de transporte de pasajeros

Los proveedores que desarrollen actividades de transporte público urbano de pasajeros, transporte terrestre interprovincial, transporte terrestre internacional, transporte fluvial deberán habilitar un número telefónico y cualquier otro medio alternativo que permita el ingreso y registro de quejas y reclamos a distancia [correo electrónico, página web, mensaje de texto, etc.], sin perjuicio de la obligación de implementar un Libro de Reclamaciones en sus establecimientos comerciales abiertos al público.

Para tales efectos los proveedores de los servicios antes señalados difundirán de manera visible dentro de cada unidad de transporte el número telefónico y el medio alternativo elegido para la recepción de quejas y reclamos.

50 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 2.- Proveedores que desarrollen actividades económicas supervisadas o reguladas

En el caso de los proveedores que desarrollen actividades económicas de servicios públicos regulados o que se encuentren bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, el procedimiento previamente establecido por el organismo supervisor para la atención de quejas y reclamos de los consumidores deberá entenderse como la implementación y puesta a disposición del Libro de Reclamaciones, siempre y cuando este procedimiento permita dejar constancia de la presentación del reclamo o la queja, de su contenido y que además regule el cómputo de los plazos de atención, así como la puesta a disposición de canales para su presentación. En estos casos los proveedores se regirán por las normas emitidas por dichos organismos.

En el caso de las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, los sistemas de registros de quejas y reclamos deberán encontrarse a disposición inmediata y accesible al consumidor y permitir que éstos obtengan una copia o constancia de la queja o reclamo presentado, con la información mínima prevista en el Anexo 1 del presente Reglamento. Asimismo, deberán exhibir en un lugar visible, como mínimo un Aviso del Libro de Reclamaciones en cada una de sus agencias, utilizando el formato establecido en el Anexo 2 del presente Reglamento.”

Toda queja y reclamo formulado deberá ser ingresado en forma inmediata por el proveedor en el Libro de Reclamaciones, sea este de naturaleza física o virtual, según corresponda, y cumplir con lo establecido en el presente Reglamento. Durante la recepción del reclamo, el proveedor proporcionará al consumidor un código correlativo de identificación.

Los proveedores que desarrollen actividades de transporte aéreo de pasajeros deberán poner a disposición un Libro de Reclamaciones físico o virtual en las áreas previas al embarque y posteriores al desembarque en los que preste algún servicio a los usuarios, sin perjuicio de la obligación de implementar y difundir un Libro de Reclamaciones en sus establecimientos comerciales abiertos al público en donde se realiza la contratación del servicio. Adicionalmente podrá implementar cualquier otro medio alternativo que permita el ingreso y registro de quejas y reclamos a distancia⁵¹.

Artículo 2-B.- Instituciones bajo el ámbito de supervisión de SUSALUD

En el caso de las IAFAS, IPRESS y UGIPRESS, el procedimiento para la atención de reclamos y quejas de los usuarios de servicios de salud será establecido por la Superintendencia Nacional de Salud - SUSALUD, el mismo que dejará constancia de la presentación del reclamo o queja y de su contenido; estableciendo los plazos de atención y la puesta a disposición de los canales correspondientes para su presentación. Dicho procedimiento se entiende como la implementación y puesta a disposición del Libro de Reclamaciones.

SUSALUD es competente para fiscalizar el cumplimiento de dicho procedimiento, ejerciendo su potestad sancionadora⁵².

Artículo 3.- Definiciones

Para los efectos del presente Reglamento, se entiende por⁵³:

- 3.1. Libro de Reclamaciones: Documento de naturaleza física o virtual provisto por los proveedores en el cual los consumidores podrán registrar quejas o reclamos sobre los productos o servicios ofrecidos en un determinado establecimiento comercial abierto al público.

51 Artículo agregado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

52 Artículo incorporado por la Única Disposición Complementaria Modificatoria del Decreto Supremo N° 026-2015-SA, publicado el 13 de agosto de 2015.

53 Epígrafe modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

"Artículo 3.- Definiciones

Para los efectos del presente Título, se entiende por:"

- 3.2. Establecimiento comercial abierto al público: Inmueble, parte del mismo, instalación, construcción, espacio físico, o medio virtual a través del cual un proveedor debidamente identificado desarrolla sus actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios a los consumidores.

La identificación a la que se hace alusión en el presente punto se encuentra constituida por el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) que posea el proveedor, de acuerdo a lo establecido en el Decreto Legislativo N° 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes; o norma que la modifique o sustituya.

Las instalaciones que se ubiquen en el interior de un establecimiento comercial abierto al público, que se presenten o identifiquen como un establecimiento independiente y que otorguen sus propios comprobantes de pago, deberán contar con su propio Libro de Reclamaciones. Se debe entender como establecimiento independiente a aquel con diferente razón social al del establecimiento que lo alberga.

Cuando una entidad pública o empresa estatal, actuando como proveedor, venda productos o preste servicios a los consumidores, estará obligada a contar con un Libro de Reclamaciones; sin perjuicio de las obligaciones que se derivan de lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 042-2011-PCM⁵⁴.

- 3.3. Reclamo: Manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad relacionada a los bienes expendidos o

54 Numeral modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“3.2. Establecimiento comercial abierto al público: Inmueble, parte del mismo o una instalación o construcción, en el que un proveedor debidamente identificado desarrolla sus actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios a los consumidores.

La identificación a la que se hace alusión en el presente punto se encuentra constituida por el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) que posea el proveedor, de acuerdo a lo establecido en el Decreto Legislativo N° 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes; o en la norma que lo modifique o sustituya.

Las instalaciones que se ubiquen en el interior de un establecimiento comercial abierto al público, que se presenten o identifiquen como un establecimiento independiente del que los alberga y que otorguen sus propios comprobantes de pago, deberán contar con su propio Libro de Reclamaciones.

Cuando una entidad pública o empresa estatal, actuando como proveedor, venda productos o preste servicios a los consumidores, estará obligada a contar con un Libro de Reclamaciones.”

suministrados o a los servicios prestados. La reclamación no constituye una denuncia y en consecuencia, no inicia un procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa sobre protección al consumidor.

- 3.4. Queja: Manifestación que un consumidor realiza al proveedor a través de una Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones, mediante la cual expresa una disconformidad que no se encuentra relacionada a los bienes expendidos o suministrados o a los servicios prestados; o, expresa el malestar o descontento del consumidor respecto a la atención al público, sin que tenga por finalidad la obtención de un pronunciamiento por parte del proveedor. La queja tampoco constituye una denuncia y, en consecuencia, no inicia un procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa de protección al consumidor.
- 3.5. Aviso del Libro de Reclamaciones: Letrero físico o aviso virtual que los proveedores deberán colocar en sus establecimientos comerciales y/o, cuando corresponda, en medios virtuales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, para registrar su queja y/o reclamo en el formato estandarizado del Anexo 2 del presente Reglamento.
- 3.6. Proveedor virtual: Es el proveedor con RUC que establece sus relaciones de consumo a través de portales web⁵⁵.

Artículo 4.- Libro de Reclamaciones

El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, sea de naturaleza física o virtual, el mismo que deberá ser puesto inmediatamente a disposición del consumidor cuando lo solicite. Los proveedores que además del establecimiento comercial abierto al público, utilicen medios virtuales para establecer sus relaciones de consumo, deberán implementar un Libro de Reclamaciones Virtual en cada uno de sus establecimientos.

Los proveedores que cuenten con Libro de Reclamaciones Virtual, deberán brindar el apoyo necesario para que el consumidor ingrese su queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones. Esto incluye que el proveedor guíe al consumidor a fin de que toda manifestación que califique como reclamo o queja sea ingresada correctamente en el Libro de Reclamaciones.

⁵⁵ Numeral agregado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

En los establecimientos comerciales los proveedores deberán habilitar un orden de atención preferente para los consumidores que deseen presentar un reclamo o queja⁵⁶.

Artículo 4-A.- Libro de Reclamaciones de Respaldo

Los proveedores que cuenten con Libro de Reclamaciones Virtual deberán contar adicionalmente en sus establecimientos comerciales con un Libro de Reclamaciones físico al que se denominará expresamente “Libro de Reclamaciones de Respaldo”, conforme a las características del Anexo I del presente reglamento, el mismo que será puesto a disposición del público cuando no sea posible el uso del Libro de Reclamaciones Virtual. La información contenida en el Libro de Respaldo incluyendo el número de la hoja, deberá ser ingresada por el proveedor al Libro de Reclamaciones Virtual en el plazo de un (01) día calendario contado desde que dicho Libro se encuentre habilitado⁵⁷.

Artículo 4 B.- Libro de Reclamaciones para proveedores virtuales

En el caso de los proveedores virtuales, el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual, deberá estar alojado en la página de inicio del portal web diseñado para establecer las relaciones de consumo. Asimismo, al concluir el proceso de ingreso del reclamo o queja, se debe permitir la impresión de la Hoja de Reclamación y enviarse automáticamente al correo electrónico indicado por el consumidor, dejándose constancia de la fecha y hora de presentación del reclamo o queja⁵⁸.

56 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 4.- Características del Libro de Reclamaciones

El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, de naturaleza física o virtual. Los proveedores que, además del establecimiento comercial abierto al público utilicen medios virtuales para la venta de bienes y/o prestación de servicios, deberán implementar, adicionalmente, un Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual, el cual deberá ser accesible para el consumidor en el mismo medio virtual empleado.

Los proveedores que comercialicen sus productos o servicios únicamente en establecimientos comerciales abiertos al público podrán optar por tener un Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual en lugar del físico. Este Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberá estar a disposición de los consumidores en el mismo establecimiento mediante una plataforma de fácil acceso para el consumidor. En este caso, el proveedor debe brindar al consumidor el apoyo técnico necesario para que pueda registrar su queja o reclamo de manera adecuada.

Si el Libro de Reclamaciones es de naturaleza física, deberá contar con Hojas de Reclamaciones desglosables y autocopiativas, debidamente numeradas. Si el Libro de Reclamaciones es de naturaleza virtual, deberá permitir que el consumidor imprima gratuitamente una copia de su Hoja de Reclamación virtual luego de haber registrado su queja o reclamo y adicionalmente, de requerirlo, que reciba una copia de su Hoja de Reclamación virtual en el correo electrónico que para dichos efectos proporcione dicho consumidor.”

57 Artículo agregado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

58 Artículo incorporado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Artículo 5.- Características de la Hoja de Reclamación

Cada Hoja de Reclamación de naturaleza física deberá contar con tres [03] hojas desglosables, una [01] original y dos [02] autocopiativas; la original será obligatoriamente entregada al consumidor al momento de dejar constancia de su queja o reclamo, la primera copia quedará en posesión del proveedor y la segunda copia será remitida o entregada al INDECOPI cuando sea solicitada por éste.

Las Hojas de Reclamaciones, tanto de los Libros de Reclamaciones de naturaleza física como virtual, deberán contener como mínimo la información consignada en el formato del Anexo I del presente Reglamento. Dicha información incluye:

- Denominación que permita identificar claramente a la Hoja de Reclamación como tal, incluyendo la razón social del proveedor, número de Registro Único de Contribuyentes y dirección del establecimiento comercial, los cuales estarán impresos o deberán aparecer por defecto, según corresponda.
- Numeración correlativa impresa o que deberá aparecer por defecto
- Código de identificación impreso, o que deberá aparecer por defecto, de conformidad con lo establecido en el Artículo 8, según corresponda.
- Fecha del reclamo o queja.
- Nombre, domicilio, número de documento de identidad, teléfono y correo electrónico del consumidor.
- Nombre, domicilio, teléfono y correo electrónico de uno de los padres o representantes del consumidor, en caso se trate de un menor de edad.
- Identificación del producto o servicio contratado.
- Monto del producto o servicio contratado objeto del reclamo.
- Detalle de la reclamación o queja.
- Pedido concreto del consumidor respecto al hecho que motiva el reclamo o queja.
- Espacio físico para que el proveedor anote las observaciones y acciones adoptadas con respecto a la queja o reclamo.
- Firma del Consumidor en el caso del Libro de Reclamaciones físico.

- Nombre del destinatario de la hoja de reclamaciones impreso (consumidor, proveedor, INDECOPI)

En caso que el consumidor no consigne como mínimo su nombre, DNI, domicilio o correo electrónico, fecha del reclamo o queja y el detalle de los mismos, estos se consideraran como no presentados⁵⁹.

Artículo 6.- Atención del reclamo

El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario mediante comunicación escrita [vía carta y/o correo electrónico, según haya sido solicitado por el consumidor]. Dicho plazo puede ser extendido hasta por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que debe ser puesta en conocimiento del consumidor antes de la culminación del plazo inicial, de conformidad con lo establecido en el artículo 24 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

En el caso que de la lectura del detalle de la reclamación, se evidencie que se trata de un reclamo, aun cuando el consumidor haya marcado erróneamente la opción “queja” de la Hoja de Reclamaciones o no haya marcado ninguna opción, el

59 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 5.- Características de la Hoja de Reclamación

Cada Hoja de Reclamación de naturaleza física deberá contar con al menos tres (3) hojas autocopiativas, la primera de las cuales será obligatoriamente entregada al consumidor al momento de dejar constancia de su queja o reclamo, la segunda quedará en posesión del proveedor y la tercera será remitida o entregada al INDECOPI cuando sea solicitada por éste. Las Hojas de Reclamaciones, tanto de los Libros de Reclamaciones de naturaleza física como virtual, deberán contener como mínimo la información consignada en el formato del Anexo 1 del presente Reglamento. Dicha información incluye:

- Denominación que permita identificar claramente a la Hoja de Reclamación como tal.
- Numeración correlativa y código de identificación.
- Fecha del reclamo o queja.
- Nombre del proveedor y dirección del establecimiento donde se coloca el Libro de reclamaciones.
- Nombre, domicilio, número de documento de identidad, teléfono y correo electrónico del consumidor reclamante.
- Nombre, domicilio y correo electrónico de uno de los padres o representantes del consumidor, en caso se trate de un menor de edad.
- Identificación del producto o servicio contratado.
- Detalle de la reclamación.
- Espacio físico para que el proveedor anote las acciones adoptadas con respecto a la queja o reclamo.
- Firma del Consumidor. En el caso del Libro de Reclamaciones virtual el proveedor deberá implementar mecanismos que reemplacen la firma del consumidor pero que acrediten que se encuentra conforme con los términos de su reclamo o queja.

En caso que el consumidor no consigne de manera adecuada la totalidad de la información requerida como mínima en el formato del Anexo 1 del presente Reglamento, se considerará el reclamo o queja como no puesto.”

proveedor deberá darle el trámite de un reclamo, conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

No puede condicionarse la atención de los reclamos de los consumidores o usuarios al pago previo del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago⁶⁰.

Artículo 6-A.- Acciones adoptadas por el proveedor.

6-A.1. Si ante el registro de un reclamo, el proveedor ofrece una solución que satisface el pedido del consumidor, aquél debe dejar constancia expresa de lo ofrecido, y el consumidor, de estar de acuerdo, presta su conformidad declarando expresamente “ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO” u otra frase que permita dejar constancia indubitable que acepta la propuesta ofrecida por el proveedor para dar por solucionado su reclamo.

6-A.2. Para dejar constancia de la solución ofrecida por el proveedor y la aceptación del consumidor, se considera lo siguiente:

a) Para soluciones ofrecidas de manera presencial:

El proveedor deja constancia de su ofrecimiento en la sección de la Hoja de Reclamación denominada “Observaciones y acciones adoptadas por el proveedor” y el consumidor debe prestar su conformidad con la indicación “ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO” u otra frase equivalente y en esta misma sección, consignar su firma. El proveedor consigna su firma en la sección del lado derecho denominada “Firma del Proveedor”. En estos casos, un ejemplar de la Hoja de Reclamación o de su constancia impresa -tratándose de reclamos registrados a través de un Libro de Reclamación Virtual- permanece en poder del proveedor y otro ejemplar debe ser entregado al consumidor.

60 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 6.- Responsabilidad del proveedor

El reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario. Dicho plazo puede ser extendido por otro igual cuando la naturaleza del reclamo lo justifique, situación que es puesta en conocimiento ante la culminación del plazo inicial, de conformidad con lo establecido en el artículo 24 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o norma que la modifique o sustituya.

No puede condicionarse la atención de los reclamos de los consumidores o usuarios al pago previo del producto o servicio materia de dicho reclamo o del monto que hubiera motivado ello, o de cualquier otro pago.”

b) Para soluciones ofrecidas de manera no presencial:

El proveedor puede remitir su ofrecimiento vía correo electrónico o emplear cualquier otro medio que permita dejar constancia documental de su propuesta. En estos supuestos, se requiere la respuesta del consumidor mediante la cual acepte expresamente el ofrecimiento del proveedor, con la indicación "ACUERDO ACEPTADO PARA SOLUCIONAR EL RECLAMO" u otra frase equivalente. La respuesta del consumidor puede ser enviada por correo electrónico o cualquier otro medio que permita dejar constancia documental de su aceptación.

El envío del ofrecimiento del proveedor suspende el cómputo del plazo previsto en el artículo 6 de este Reglamento por el plazo máximo de diez (10) días calendario. Si el consumidor no manifiesta su aceptación expresa dentro de dicho plazo, se tiene por rechazada la propuesta y subsiste la obligación del proveedor de emitir una respuesta formal al reclamo.

6-A.3. La Hoja de Reclamación del Libro de Reclamaciones físico, constancia impresa del Libro de Reclamaciones Virtual, intercambio de correos o de cualquier otra comunicación que cumpla con las formalidades indicadas en el numeral 6-A.2, tiene los efectos de un acuerdo que pone fin a la controversia, y obliga al proveedor a cumplir las prestaciones asumidas en mérito a lo ofrecido al consumidor. En estos casos, el reclamo se entiende concluido y el proveedor queda liberado de emitir la respuesta prevista en el artículo 24.1 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

6-A.4. En cualquier caso, si el proveedor no cumple con lo ofrecido al consumidor en la Hoja de Reclamación, el consumidor puede denunciar el incumplimiento del acuerdo, lo que será sancionado de conformidad con lo dispuesto en el literal b) del artículo 106 y en el artículo 110 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, modificado por Decreto Legislativo N° 1308⁶¹.

Artículo 7.- Proveedores con varios establecimientos comerciales abiertos al público

Los proveedores que cuenten con más de un establecimiento comercial abierto al público deberán implementar un Libro de Reclamaciones de naturaleza física o virtual por cada uno de ellos.

61 Artículo incorporado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 058-2017-PCM, publicado el 29 de mayo de 2017, el mismo que entró en vigencia en un plazo de 15 días calendario, contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

Artículo 8.- Código de Identificación

Si el proveedor cuenta con varios Libros de Reclamaciones de naturaleza física, deberá contar con un código de identificación que le permita controlar y consolidar todos los Libros en un registro único a nivel nacional.

Cada proveedor es responsable de suministrar las Hojas de Reclamaciones señaladas a cada uno de sus establecimientos comerciales, así como de consolidar toda la información en un único registro de quejas o reclamos.

Artículo 9.- Exhibición del Aviso del Libro de Reclamaciones

Los proveedores que cuenten con un Libro de Reclamaciones deberán exhibir en sus establecimientos comerciales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, como mínimo, un Aviso del Libro de Reclamaciones, utilizando el formato establecido en el Anexo II del presente Reglamento.

En los casos en que el proveedor cuente con varios establecimientos comerciales, la obligación de exhibir el Aviso del Libro de Reclamaciones se extiende a cada uno de ellos. Los proveedores virtuales deberán colocar como mínimo un aviso fácilmente identificable en la página de inicio del portal web donde establecen sus relaciones de consumo, el mismo que deberá contener un vínculo que dirija al Libro de Reclamaciones Virtual, utilizando el formato establecido en el Anexo III del presente Reglamento⁶².

Artículo 10.- DEROGADO⁶³

62 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 9.- Exhibición del Aviso del Libro de Reclamaciones

Los proveedores que cuenten con un Libro de Reclamaciones deberán exhibir en sus establecimientos comerciales y/o cuando corresponda en medios virtuales, en un lugar visible y fácilmente accesible al público, como mínimo, un Aviso del Libro de Reclamaciones, utilizando el formato establecido en el Anexo 2 del presente Reglamento.

En los casos en que el proveedor cuente con varios establecimientos comerciales, la obligación de exhibir el Aviso del Libro de Reclamaciones se extiende a cada uno de ellos.”

63 Artículo derogado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 037-2011-PCM, publicado el 22 de abril de 2011.

Texto anterior a la derogación:

“Artículo 10.- Implementación del Libro de Reclamaciones

El plazo de implementación del Libro de Reclamaciones por parte de todos los proveedores a los que comprende el Código de Protección y Defensa del Consumidor y el presente Reglamento, es de ciento veinte (120) días calendario contados desde la fecha de publicación de la presente norma. (*)

(*) En la presente edición de Normas Legales del Diario Oficial “El Peruano”, de acuerdo al Anexo II del Decreto Supremo N° 118-2013-PCM, se ha consignado como derogación tácita el presente Artículo, correspondiendo a una modificación expresa.”

Artículo 11.- Entrega de información al INDECOPI

- 11.1. El INDECOPI podrá requerir al proveedor la información necesaria a efectos de supervisar y fiscalizar adecuadamente el cumplimiento del presente Reglamento.
- 11.2. Las empresas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora Privada de Fondo de Pensiones, se encuentran obligadas a poner a disposición del INDECOPI información acerca de los reclamos o quejas presentados por los consumidores que incluya al menos lo siguiente: detalle del reclamo o queja, tipo de producto o servicio, motivo del reclamo o queja, fecha de presentación de reclamo o queja, datos del consumidor [documento de identidad, nombre, dirección, teléfono, domicilio, correo electrónico, etc.], fecha de atención, sustento de la respuesta, así como cualquier otra que sea necesaria para los fines de la supervisión.

En el marco de la supervisión, el INDECOPI podrá disponer la periodicidad en que la información indicada en el párrafo anterior será entregada⁶⁴.”

64 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 11.- Remisión de información al INDECOPI

- 11.1. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (en adelante INDECOPI) podrá solicitar en cualquier momento las copias de las Hojas de Reclamaciones detalladas en el Artículo 4 y 5 del presente Reglamento. El proveedor deberá remitir la información solicitada en el plazo establecido en el requerimiento efectuado por la autoridad administrativa, el cual no puede ser menor a tres (3) días hábiles, bajo apercibimiento de ser sancionado conforme a lo previsto en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o de la norma que la modifique o sustituya.
- 11.2. En los casos en que, en ejercicio de su facultad fiscalizadora, el INDECOPI requiera las copias de las Hojas de Reclamaciones detalladas en el Artículo 4 y 5 del presente Reglamento al momento de efectuar una verificación, la documentación deberá ser entregada en ese momento sin dilación.
- 11.3. Los proveedores que cuenten con establecimientos comerciales que se encuentran en Lima deberán remitir las Hojas de Reclamaciones respectivas o el Libro de Reclamaciones al INDECOPI sede Lima Sur o al INDECOPI sede Lima Norte, de acuerdo a la determinación de competencia territorial correspondiente, conforme a las Directivas del INDECOPI vigentes en la materia.
- 11.4. Los proveedores que cuenten con establecimientos comerciales que se encuentren fuera de Lima deberán remitir las Hojas de Reclamaciones respectivas o el Libro de Reclamaciones a la Oficina Regional del INDECOPI que corresponda en función de la determinación de competencia territorial correspondiente, conforme a las Directivas del INDECOPI vigentes en la materia.
- 11.5. El proveedor tiene la posibilidad de dar cumplimiento a esta obligación remitiendo en forma virtual las Hojas de Reclamaciones o el Libro de Reclamaciones de naturaleza física, a la dirección electrónica que se informará en la página web del INDECOPI: www.indecopi.gob.pe, sin perjuicio de la facultad del INDECOPI de fiscalizar posteriormente la veracidad de la información proporcionada.
- 11.6. Los proveedores que empleen el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberán remitir al INDECOPI las Hojas de Reclamaciones de naturaleza virtual respectivas o el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual a la dirección electrónica que se informará en la página web del INDECOPI: www.indecopi.gob.pe.”

Artículo 12.- Conservación de información por parte del proveedor

El proveedor deberá conservar como mínimo por el lapso de dos [02] años desde la fecha de presentación de la queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones, la siguiente información:

- i) las Hojas de Reclamaciones de naturaleza física o virtual;
- ii) la información contenida en el Sistema de Reporte de Reclamaciones, cuando corresponda; y
- iii) la constancia de la respuesta al reclamo y de la ampliación del plazo, de corresponder.

En caso de pérdida o extravío de alguna Hoja de Reclamación o del Libro de Reclamaciones, el proveedor deberá comunicar ello a la autoridad policial competente, realizando la denuncia correspondiente en un plazo máximo de cuarenta y ocho [48] horas de ocurrido el hecho⁶⁵.

Artículo 13.- Limitación para solución de controversias.

La formulación de una queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones no supone limitación alguna para que los consumidores puedan utilizar otros mecanismos de solución de controversias ni constituye una vía previa necesaria para interponer una denuncia por infracción a las normas de protección al consumidor ante el INDECOPI.

El Libro de Reclamaciones no limita el derecho del consumidor de interponer una queja o reclamo ante el proveedor utilizando otras vías. Si las partes arriban a un acuerdo en alguno de los supuestos previstos en el artículo 6-A de este Reglamento, se aplica lo establecido en el numeral 6-A.3⁶⁶.

65 Artículo modificado por el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

Texto anterior a la modificación:

“Artículo 12.- Conservación de las Hojas de Reclamaciones por parte de los proveedores
El proveedor deberá conservar las Hojas de Reclamaciones de naturaleza física o virtual registradas por los consumidores por el lapso de dos (2) años desde la fecha de registro de la queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones.

En caso de pérdida o extravío de alguna Hoja de Reclamación o del Libro de Reclamaciones, el proveedor deberá comunicar ello a la autoridad policial competente, realizando la denuncia correspondiente en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas de ocurrido el hecho.”

66 Artículo modificado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 058-2017-PCM, publicado el 29 de mayo de 2017, el mismo que entró en vigencia en un plazo de 15 días calendario, contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial “El Peruano”.

Texto anterior a la modificación:**“Artículo 13.- Limitación para solución de controversias**

La formulación de una queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones no supone limitación alguna para que los consumidores puedan utilizar otros mecanismos de solución de controversias ni constituye una vía previa necesaria para interponer una denuncia por infracción a las normas de protección al consumidor ante el INDECOPI.

El Libro de Reclamaciones no limita el derecho del consumidor de interponer una queja o reclamo ante el proveedor utilizando otras vías.”

Artículo 14.- Responsabilidad administrativa

El proveedor tendrá responsabilidad administrativa por cualquier comportamiento que transgreda las disposiciones establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor o en el presente Reglamento, conforme a lo establecido en los Artículos 104 y 108 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o de la norma que la modifique o sustituya.

Artículo 15.- Autoridad competente y Sanciones

El INDECOPI es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor o en el presente Reglamento, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el Capítulo III del Título V de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; o de la norma que la modifique o sustituya.

Artículo 16.- Sistema de Reportes de Reclamaciones

El Sistema de Reportes de Reclamaciones [en adelante, SIREC] tiene por objetivo que los proveedores reporten los reclamos y quejas interpuestas por los consumidores en el Libro de Reclamaciones, a través de un aplicativo informático.

Los proveedores que se encuentran sujetos a la presente obligación, son aquellos cuyo ingreso anual sea igual o mayor a tres mil (3000) Unidades Impositivas Tributarias. Para efectos de la implementación del SIREC, el ingreso anual corresponderá a aquel declarado en el ejercicio fiscal anterior.

La información proporcionada por el proveedor, contenida en el SIREC, tiene carácter de declaración jurada.

La incorporación de los proveedores al SIREC será progresiva y su implementación se efectuará en las condiciones que establezca el INDECOPI mediante una Directiva que para tales efectos apruebe el Consejo Directivo de dicha entidad.

Los proveedores que cumplan con las condiciones establecidas en el artículo 2 del presente Reglamento, no estarán sujetos a lo dispuesto en el presente artículo. Sin perjuicio de ello, dichos proveedores se encuentran sujetos a lo establecido en el artículo 11 del presente Reglamento⁶⁷.

Artículo 17.- Medida Preventiva

Llevada a cabo una acción de supervisión y constatado algún incumplimiento de las obligaciones vinculadas al Libro de Reclamaciones, de naturaleza formal, el INDECOPI

67 Artículo agregado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

impondrá a través de los funcionarios a cargo de la verificación del cumplimiento, una medida preventiva mediante la cual se dejará constancia de la advertencia de la comisión de la infracción y la posibilidad de aplicársele, de persistir en ella, las sanciones que correspondan; siempre que se trate de la primera supervisión que se realice al proveedor y que sea micro empresa.

La medida preventiva debe establecer un plazo, el cual no podrá ser menor a cinco (05) días hábiles, para efectos que el proveedor corrija el incumplimiento detectado y acredite dicho hecho ante la autoridad a cargo de la supervisión.

La medida preventiva se entenderá impuesta al proveedor, obligándolo respecto del total de establecimientos comerciales con los que cuente, por lo que la acreditación del cumplimiento de la obligación deberá realizarse respecto de todos los establecimientos⁶⁸.

“Artículo 18.- Infracciones y sanciones

Los incumplimientos de las condiciones, supuestos y demás especificaciones referidas a las obligaciones vinculadas al Libro de Reclamaciones por parte de los proveedores, constituyen infracciones leves, de conformidad con lo previsto en el artículo 110 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Las sanciones por la comisión de dichas infracciones se determinan de conformidad con lo establecido en los Anexos IV y V del presente Reglamento⁶⁹.

68 Artículo incorporado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014.

69 Artículo incorporado por el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación.

ANEXOS

Anexo I¹: Formato de Hoja de reclamación del Libro de Reclamaciones

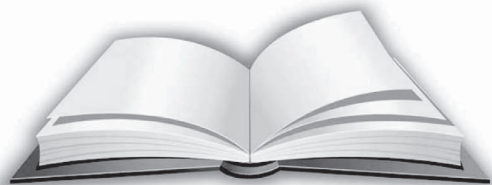
LIBRO DE RECLAMACIONES				HOJA DE RECLAMACIÓN [Nº 000000001-201X]	
FECHA:	[DÍA]	[MES]	[AÑO]		
[NOMBRE DE LA PERSONA NATURAL O RAZÓN SOCIAL DE LA PERSONA JURÍDICA/RUC DEL PROVEEDOR] [DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO DONDE SE COLOCA EL LIBRO DE RECLAMACIONES/CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN]					
1. IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR RECLAMANTE					
NOMBRE:					
DOMICILIO:					
DNI / CE:			TELÉFONO / E-MAIL:		
PADRE O MADRE: [PARA EL CASO DE MENORES DE EDAD]					
2. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN CONTRATADO					
PRODUCTO	MONTO RECLAMADO:				
SERVICIO	DESCRIPCIÓN:				
3. DETALLE DE LA RECLAMACIÓN Y PEDIDO DEL CONSUMIDOR				RECLAMO ¹	QUEJA ²
DETALLE:					
PEDIDO:					
				FIRMA DEL CONSUMIDOR	
4. OBSERVACIONES Y ACCIONES ADOPTADAS POR EL PROVEEDOR					
FECHA DE COMUNICACIÓN DE LA RESPUESTA:			[DÍA]	[MES]	[AÑO]
				FIRMA DEL PROVEEDOR	
¹ RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.			² QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o, malestar o descontento respecto a la atención al público.		
Destinatario (consumidor, proveedor o INDECOPI según corresponda)					

- * La formulación del reclamo no impide acudir a otras vías de solución de controversias ni es requisito previo para interponer una denuncia ante el INDECOPI.
- * El proveedor deberá dar respuesta al reclamo en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario, pudiendo ampliar el plazo hasta por treinta (30) días más, previa comunicación al consumidor.

1 De conformidad con el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación, se modifican los Anexos I y II del presente Reglamento, conforme a lo detallado en el citado artículo.

Anexo II²: Aviso del Libro de Reclamaciones

Libro de Reclamaciones



Conforme a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor este establecimiento cuenta con un Libro de Reclamaciones (_____*) a tu disposición. Solicítalo para registrar la queja o reclamo

En caso de negativo de entrega del libro escribir a libroreclamacionesndecopi.gob.pe

Se precisa que el Aviso del Libro de Reclamaciones deberá tener un tamaño mínimo de una hoja A4. Asimismo, cada una de las letras de la frase “Libro de Reclamaciones” deberá tener un tamaño mínimo de 1x1 centímetros y las letras de la frase “Conforme a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor este establecimiento cuenta con un Libro de Reclamaciones **físico o virtual** a tu disposición. Solicítalo para registrar una queja o reclamo.” deberá tener un tamaño mínimo de 0.5x0.5 centímetros.

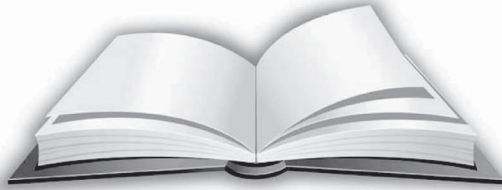
* El proveedor deberá indicar si el Libro de Reclamaciones del Establecimiento es de naturaleza **física o virtual**.

² De conformidad con el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicado el 23 de enero de 2014, que entró en vigencia a los tres (3) meses de su publicación, se agregan los Anexos III, IV y V al presente Reglamento, conforme a lo detallado en el citado artículo.

Anexo III

Aviso de Libro de Reclamaciones para portales web

Libro de Reclamaciones



Se precisa que el Aviso del Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual deberá ser legible y visible de acuerdo al diseño de la página web de inicio.

Anexo IV

Infracciones y sanciones

Las infracciones vinculadas con el Libro de Reclamaciones se clasifican en orden decreciente según su gravedad: A, B y C; representando "A" a las más onerosas, conforme se enuncia a continuación:

Nº	Infracción	Clasificación
1	No contar con el Libro de Reclamaciones respectivo	A
2	No brindar el apoyo necesario para que el consumidor ingrese su reclamo o queja	B
3	No poner inmediatamente a disposición y/o de manera accesible al consumidor, el Libro de Reclamaciones	B
4	No habilitar un orden de atención preferente para el consumidor a fin de presentar un reclamo o queja	B
5	No contar con Libro de Reclamaciones de respaldo, no ponerlo a disposición del consumidor, o llevarlo sin contar con las características previstas en el artículo 4º del Reglamento	B

6	No entregar la Hoja de Reclamaciones correspondiente al consumidor, o no permitir la impresión de la Hoja de Reclamaciones o el envío de copia de ésta al correo electrónico indicado por el consumidor, en los casos que corresponda	C
7	No contar con el aviso del Libro de Reclamaciones o no exhibirlo	B
8	No exhibir el Aviso del Libro de Reclamaciones conforme a las condiciones previstas en el artículo 9° del Reglamento	C
9	Llevar el Libro de Reclamaciones u Hojas de Reclamaciones sin observar la forma y condiciones establecidas en los artículos 5° y 8° del Reglamento, respectivamente	C
10	No atender o no responder el reclamo	A
11	No comunicar al consumidor la respuesta al reclamo en el plazo legal establecido, o no comunicarle oportunamente la prórroga del plazo para responder	B
12	Condicionar la atención del reclamo al pago previo del producto o servicio objeto de reclamo u otro concepto	A
13	No remitir o no poner a disposición del INDECOPI la información requerida por éste.	A
14	No remitir la información requerida por el INDECOPI o no ponerla a disposición de dicho Organismo, dentro de los plazos establecidos	B
15	No conservar la información indicada en el artículo 12° del Reglamento por un lapso mínimo de 2 años	B
16	No reportar oportunamente a través del SIREC los reclamos y quejas o no efectuarlo conforme a las especificaciones indicadas por el INDECOPI	A
17	No habilitar un número telefónico u otro medio alternativo para el ingreso y registro de quejas y reclamos	A
18	No difundir dentro de cada unidad de transporte el número telefónico o el medio alternativo elegido para la recepción de quejas y reclamos	A
19	No brindar el código de reclamo al consumidor en el momento de formular el reclamo o queja por vía telefónica u otro medio alternativo habilitado	B
20	No ingresar de forma inmediata en el Libro de Reclamaciones el reclamo o queja formulado por vía telefónica u otro medio habilitado	B

21	No ingresar en el Libro de Reclamaciones Virtual el contenido de la Hoja de Reclamaciones del “Libro de Reclamaciones de Respaldo”, dentro del plazo de un día calendario de presentado el reclamo o queja	C
22	No alojar en la página web correspondiente el Libro de Reclamaciones de Naturaleza Virtual	A

Cálculo de la multa:

Para la determinación del valor de la multa por la comisión de infracciones vinculadas con el Libro de Reclamaciones, se tomará en cuenta la siguiente fórmula:

Multa = [Multa referencial] * [Factor (FCi)] * [Factores Agravantes y/o Atenuantes]

- **Multa referencial:** Es la multa máxima en Unidades Impositivas Tributarias (UIT), por tipo de infracción y tipo de empresa, según corresponda de acuerdo a los siguiente valores:

Tipo de Empresa (según tamaño)³

	Micro (facturación hasta 150 UIT)	Pequeña (facturación de 151 a 1700 UIT)	Mediana y Grande (facturación de más de 1700 UIT)
Tipo de infracción	Rango de multa	Rango de multa	Rango de multa
Tipo A	Mayor que 1 hasta 2.5	Mayor que 2.5 hasta 5	Mayor que 5 hasta 10
Tipo B	Mayor que 0.5 hasta 1	Mayor que 1 hasta 2.5	Mayor que 2.5 hasta 5
Tipo C	Desde amonestación hasta 0.5	Mayor que 0.5 hasta 1	Mayor que 1 hasta 2.5

- **Factor (FCi):**
$$FC_i = \frac{1 - FC_o}{1 - A_o} [A_i - A_o] + FC_o$$

3 Ventas o ingresos percibidos por el infractor del año en el que se cometió la infracción o del inmediato anterior, o su equivalente.

Dónde:

FC_i : Es el factor corregido por rango de multa que relaciona la facturación de la empresa específica con un valor de multa en el rango establecido.

A_i : Es el valor de la facturación anual de la empresa sujeta a sanción entre el tamaño de la empresa más grande del rango de facturación.

$$A_i = \frac{\text{Facturación de la empresa infractora}}{\text{Facturación máxima según tipo de empres}}$$

Para la Mediana y Gran Empresa, se considera una facturación máxima de 20,000 UIT.

FC_G : Cociente de la multa más baja y la multa más alta del respectivo rango.

A_G : Cociente entre la facturación de la empresa más pequeña dentro de su rango y la facturación de la empresa más grande de su respectivo rango.

- **Factores Agravantes y Atenuantes:** De acuerdo a los valores establecidos en el Anexo V.

La Gerencia de Supervisión y Fiscalización del INDECOPI pondrá a disposición de los órganos resolutivos correspondientes un aplicativo automatizado y la guía de uso, que permita la determinación de la sanción que corresponda en cada caso. Dicho aplicativo y la guía de uso, serán puestos a disposición a través del portal institucional, para el acceso y uso permanente y gratuito de dicha herramienta por los administrados.

ANEXO V FACTORES AGRAVANTES Y ATENUANTES

Factores	Calificación
f1. Antecedentes o incumplimiento reiterado de una misma obligación	
1ª vez	10%
2ª vez	20%
3ª vez o más	30%
No hay reincidencia	0%

f2. Conducta del infractor a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental

Brindó facilidades	0%
No brindó facilidades	10%

f3. Subsanación voluntaria por parte del proveedor del acto u omisión imputado

Subsana antes del inicio	-15%
Subsana antes de la imposición de sanción	-10%
No subsana	0%

f4. La conducta ha puesto en riesgo u ocasionado daño

La conducta no puso en riesgo ni generó daños	0%
La conducta ocasionó daño	25%

f5. El proveedor, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias

Adoptó medidas para mitigar consecuencias	-5%
No adoptó medidas para mitigar consecuencias	10%
No aplica	0%

f6. Presentación del proveedor de una propuesta conciliatoria

Presentó propuesta conciliatoria	-5%
No aplica	0%

f7. Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento

Cuenta con programa efectivo de cumplimiento	-5%
No cuenta con programa efectivo de cumplimiento	15%
No aplica	0%

f8. Afectación del interés público o difuso

No afectó el interés público o difuso	0%
Afectó el interés público o difuso	10%

La presente variable es el resultado de la suma individual de cada factor establecido en la presente tabla. El cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Factores de Agravantes y/o Atenuantes} = 1 + [f1 + f2 + f3 + f4 + f5 + f6 + f7 + f8]$$

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor

DECRETO SUPREMO N° 029-2011-PCM

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 119 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece la obligación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI de llevar un Registro de Infracciones y Sanciones a las disposiciones del mencionado Código, con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a éstos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución. Asimismo, se establece que la información del registro es de acceso público y gratuito;

Que, la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571 establece que el Poder Ejecutivo expide las disposiciones reglamentarias sobre lo dispuesto en por el artículo 119 sobre el Registro de Infracciones y Sanciones;

Que, en tal sentido, corresponde aprobar el reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones previsto en el artículo 119 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor;

De conformidad con el numeral 8] del artículo 118 de la Constitución Política del Perú y la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones a que hace referencia el artículo 119 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Publicación

El presente Decreto Supremo y el Reglamento deberán ser publicados en el Diario

Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en el Portal de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el Portal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 3.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Presidenta del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los trece días del mes de abril del año dos mil once.

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

ROSARIO DEL PILAR FERNÁNDEZ FIGUEROA
Presidenta del Consejo de Ministros y Ministra de Justicia

REGLAMENTO DEL REGISTRO DE INFRACCIONES Y SANCIONES AL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Artículo 1.- Objeto

Las infracciones y sanciones a la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor serán consignadas en el Registro de Infracciones y Sanciones, conforme a lo previsto en el artículo 119 de dicho Código.

Artículo 2.- Implementación y publicación

El Registro de Infracciones y Sanciones se implementa a través de un aplicativo informático y será publicado en el Portal Institucional del INDECOPI, a efectos de viabilizar que la información sea de acceso público y gratuito.

Artículo 3.- Designación del responsable

Mediante Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI se designará al responsable de la publicación y actualización del Registro de Infracciones y Sanciones.

Sin perjuicio de dicha designación, los correspondientes órganos resolutivos del INDECOPI deberán proporcionar la información al responsable de la publicación y actualización del Registro de Infracciones y Sanciones, relativa a los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa, por

infracciones a las disposiciones previstas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Para tal efecto, el órgano resolutorio al que le corresponde proporcionar la información actualizada sobre los proveedores sancionados es aquél ante el que la respectiva resolución de sanción adquiriera el carácter de firme en sede administrativa.

Artículo 4.- Contenido del Registro.

El Registro de Infracciones y Sanciones debe contener, como mínimo, la siguiente información:

- a) Nombre, razón o denominación social del proveedor sancionado.
- b) Nombre comercial del proveedor sancionado.
- c) Número del documento de identidad o número de R.U.C. del proveedor sancionado.
- d) Sector económico.
- e) Materia.
- f) Número y fecha de la resolución firme que impuso o confirmó la sanción.
- g) Tipo de sanción y monto en caso de multa.
- h) Hecho infractor.

Artículo 5.- Período de publicación.

Los proveedores sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución.

Artículo 6.- Implementación del Registro de Infracciones y Sanciones

El INDECOPI contará con un plazo de treinta (30) días hábiles para la implementación del Registro de Infracciones y Sanciones contado a partir del día siguiente de la publicación del presente Reglamento.

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores

DECRETO SUPREMO N° 030-2011-PCM

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 131 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, previo acuerdo de su Consejo Directivo, está facultado para promover procesos en defensa de intereses colectivos de los consumidores, siendo que previo acuerdo de su Consejo Directivo, puede delegar la facultad de promover procesos en defensa de intereses colectivos de los consumidores a las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas, siempre que cuenten con la adecuada representatividad y reconocida trayectoria;

Que, la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571 establece que el Poder Ejecutivo expide, entre otras, las disposiciones reglamentarias de lo dispuesto en el mencionado artículo 131;

Que, en ese sentido, corresponde al Poder Ejecutivo aprobar el Reglamento de procesos judiciales para la defensa de intereses colectivos de los consumidores y el Fondo Especial al que hace referencia el artículo 131 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor;

De conformidad con el numeral 8] del artículo 118 de la Constitución Política del Perú y la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento de procesos judiciales para la defensa de intereses colectivos de los consumidores y del Fondo Especial a que hace referencia el artículo 131 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Publicación

El presente Decreto Supremo y el Reglamento deberán ser publicados en el Diario Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en el Portal de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el Portal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 3.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Presidenta del Consejo de Ministros y Ministra de Justicia.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los trece días del mes de abril del año dos mil once.

ALAN GARCÍA PÉREZ

Presidente Constitucional de la República

ROSARIO DEL PILAR FERNÁNDEZ FIGUEROA

Presidenta del Consejo de Ministros y Ministra de Justicia

**REGLAMENTO SOBRE PROCESOS JUDICIALES PARA
LA DEFENSA DE INTERESES COLECTIVOS DE LOS
CONSUMIDORES Y DEL FONDO ESPECIAL CREADO POR EL
ARTICULO 131 DE LA LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN
Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento tiene por objeto establecer las reglas aplicables a:

- La participación de las asociaciones de consumidores en los procesos judiciales para la defensa de los intereses colectivos de los consumidores.
- La adecuada distribución entre los consumidores de los montos obtenidos por indemnización por el INDECOPI o por una Asociación de Consumidores en el marco de procesos judiciales para la defensa de intereses colectivos de los consumidores.
- La adecuada ejecución de las obligaciones no dinerarias obtenidas en los procesos judiciales para la defensa de los intereses colectivos de los consumidores.

- El adecuado uso del fondo especial para el financiamiento y difusión de los derechos de los consumidores y del sistema de patrocinio de intereses de los consumidores.

Artículo 2.- Participación de las asociaciones de consumidores en los procesos judiciales para la defensa de los intereses colectivos de los consumidores

- 2.1. Las asociaciones de consumidores podrán promover procesos judiciales en defensa de intereses colectivos de los consumidores siempre que el INDECOPI, previo acuerdo de su Consejo Directivo, les delegue tal facultad.
- 2.2. La delegación que efectúe el INDECOPI se realizará de oficio o a solicitud de cualquier asociación en cada caso en particular, y debe sustentarse en una evaluación que tenga en cuenta los siguientes aspectos:
 - a. La representatividad y trayectoria de la asociación de consumidores; y,
 - b. El precedente administrativo del caso materia de delegación a fin de verificar si la solicitante es la asociación de consumidores cuya denuncia en sede administrativa resulta ser materia del proceso judicial.
- 2.3. La transcripción del acta de la parte pertinente de la sesión del Consejo Directivo del INDECOPI en el que se acordó la delegación será puesta en conocimiento de la respectiva asociación de consumidores. Dicho documento servirá para acreditar la legitimidad para obrar de dicha asociación ante el órgano jurisdiccional correspondiente.
- 2.4. La demanda que presente la asociación de consumidores deberá además cumplir con los requisitos previstos en los artículos 424 y 425 del Código Procesal Civil, a efectos de su admisión.

Artículo 3.- Cobro y distribución de los montos obtenidos en el proceso judicial para la defensa de los intereses colectivos de los consumidores

- 3.1. La distribución del monto obtenido en virtud del proceso judicial para la defensa de los intereses colectivos de los consumidores se realiza a prorrata entre todos los consumidores representados por el INDECOPI o por la asociación de consumidores.

No se considerarán a los consumidores que hayan expresado por escrito su voluntad de no hacer valer su derecho o de hacerlo por separado, de conformidad con lo establecido en la parte final del numeral 131.3 del artículo 131 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- 3.2. Dentro de un plazo de cinco (5) días hábiles contados desde la fecha en que efectúe el cobro total o parcial del monto dispuesto en la sentencia, el INDECOPI convocará, mediante publicación en el Diario Oficial El Peruano y en su portal web, a todos los consumidores titulares del derecho reconocido en la sentencia.
- 3.3. Para el pago a los consumidores se seguirán las siguientes reglas:
 - a. En caso el proceso judicial se haya iniciado en defensa de los derechos comunes de un conjunto determinado de consumidores, éstos se apersonarán ante el INDECOPI a efectos del pago que pudiera corresponderles.
 - b. En caso el proceso judicial se haya iniciado en defensa de los derechos comunes de un conjunto determinable de consumidores, la convocatoria tendrá por objeto que aquellos consumidores se registren dentro del plazo señalado en la convocatoria, en el padrón que se implementará para tal fin, a efectos de establecer y hacer efectivo el derecho que pudiera corresponderles.
 - c. En caso el INDECOPI realice cobros parciales, hará efectivo el pago en cada oportunidad, a los consumidores determinados inicialmente.
 - d. Para proceder con el pago, INDECOPI citará a los consumidores y aquél se realizará según los mecanismos previstos por las normas contables y financieras que lo rigen.
- 3.4. En caso sea una asociación de consumidores la que deba efectuar el cobro de los montos cuyo pago se ha dispuesto por mandato judicial, ésta deberá cumplir con las siguientes obligaciones:
 - a. Efectuar las acciones procesales que resulten necesarias para que el obligado cumpla con realizar el pago ordenado por mandato judicial.
 - b. Entregar al INDECOPI toda la documentación que permita identificar e individualizar a los consumidores en cuya representación se ha promovido la respectiva acción judicial.

- c. Efectuar la entrega del monto total percibido o de cada uno de los montos parciales percibidos al INDECOPI, en un plazo no mayor de dos (2) días hábiles contados desde su percepción.

Una vez entregado al INDECOPI el monto cobrado por la asociación de consumidores, el INDECOPI procederá conforme a lo dispuesto en los numerales 3.2. y 3.3 del presente artículo, entendiéndose que el plazo de cinco (5) días previsto en él, se computará desde la fecha de percepción del monto por parte del INDECOPI.

- 3.5. En caso de incumplimiento de pago de los montos dispuestos mediante sentencia consentida o ejecutoriada en los procesos para la defensa de los intereses colectivos de consumidores, el INDECOPI o la asociación de consumidores que promovió el proceso, realizará las acciones procesales que correspondan para asegurar la ejecución de las mismas, conforme al mandato contenido en la sentencia judicial respectiva.

Para tal efecto, el INDECOPI o la asociación de consumidores respectiva podrá iniciar el proceso único de ejecución previsto en el Título Quinto de la Sección Quinta del Código Procesal Civil.

Artículo 4.- Ejecución de obligaciones no dinerarias establecidas a favor de los consumidores afectados en el proceso judicial para la defensa de intereses colectivos

- 4.1. En el caso de las obligaciones no dinerarias judicialmente establecidas a favor de los consumidores afectados en los procesos para la defensa de intereses colectivos, mediante sentencia consentida o ejecutoriada, el INDECOPI o la asociación de consumidores que promovió el proceso realizará las acciones procesales que correspondan para asegurar la correcta y célere ejecución de las mismas. Para tal efecto, el INDECOPI o la asociación de consumidores respectiva podrá iniciar el proceso único de ejecución previsto en el Título Quinto de la Sección Quinta del Código Procesal Civil.
- 4.2. INDECOPI coordinará con los consumidores representados en el proceso judicial, las acciones que fueran necesarias para disponer de las obligaciones no dinerarias dispuestas judicialmente.
- 4.3. En caso el proceso judicial se haya iniciado en defensa de los derechos comunes de un conjunto determinable de consumidores se seguirá el procedimiento establecido en el literal b) del numeral 3.3. del artículo 3 del presente reglamento.

Artículo 5.- Administración del fondo especial

- 5.1. El saldo no reclamado de las indemnizaciones a que hace referencia el numeral 131.5 del artículo 131 del Código pasará a formar parte del fondo especial para el financiamiento y la difusión de los derechos de los consumidores, de información relevante para los mismos y del sistema de patrocinio de intereses de los consumidores, sea que éste provenga de procesos judiciales promovidos por el INDECOPI o por asociaciones de consumidores.
- 5.2. Los recursos de dicho fondo deberán destinarse prioritariamente al resguardo, protección y defensa de los derechos de los consumidores de menores recursos o que, por condiciones especiales como las previstas en el numeral 4 del artículo VI del Título Preliminar del Código, resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos. Deberá además procurarse que el uso de tales recursos se efectúe a nivel nacional, con especial incidencia en la atención de las poblaciones menos favorecidas económicamente, resguardando principalmente sus derechos a la salud y seguridad.
- 5.3. El fondo especial constituye una actividad del Pliego INDECOPI, y su uso se sujeta a las disposiciones de la administración financiera del Sector Público y a las contenidas en la normatividad vigente aplicable. Los recursos del fondo constituyen recursos públicos.
- 5.4. Anualmente el Consejo Directivo del INDECOPI aprobará un Plan de Gestión de los recursos del fondo especial, el cual deberá ceñirse a los criterios establecidos en el numeral 5.2 del presente artículo y además prever el fortalecimiento del sistema de patrocinio de intereses de los consumidores.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Primera.- Difusión de los procesos judiciales seguidos por parte del INDECOPI

El INDECOPI difundirá a través de su portal web la relación de procesos judiciales iniciados, indicando si éstos se encuentran en trámite o concluidos, incluyendo en cada caso la síntesis de la demanda. De ser el caso, también deberá incluir en su portal web el resultado del proceso y, en caso de un conjunto determinado de consumidores, la relación de éstos.

Segunda.- Representación judicial

El patrocinio de los intereses difusos y colectivos de los consumidores que realice el Estado a través del INDECOPI se llevará a cabo a través de un Procurador Público Especializado designado conforme a las disposiciones que rigen el Sistema de Defensa Jurídica del Estado.

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores

DECRETO SUPREMO N° 032-2011-PCM

CONCORDANCIA:

Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 283-2013-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva N° 009-2013-DIR-COD-INDECOPI denominada "Normas sobre Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores"

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, reconoce el rol de las asociaciones de consumidores, estableciendo que su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios;

Que, el artículo 156 del Código de Protección y Defensa del Consumidor dispone que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI y los organismos reguladores de los servicios públicos, pueden celebrar convenios de cooperación institucional con asociaciones de consumidores, otorgándoles la posibilidad de que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos promovidos por éstas les sea entregado, sin exceder un 50%; constituyendo los mismos fondos públicos;

Que, el dispositivo establece además, que los recursos entregados deben ser utilizados por las asociaciones de consumidores a efectos de implementar acciones específicas de promoción y defensa de los intereses de los consumidores y un monto no mayor al cinco por ciento (5%) del monto que se les entrega puede ser utilizado para su funcionamiento a efectos del desarrollo de su finalidad, en las condiciones que establece el Reglamento;

Que, la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que el Poder Ejecutivo expide, entre otras, las disposiciones reglamentarias de lo dispuesto en el artículo 156 sobre las condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores;

Que, por tanto, corresponde aprobar el reglamento de lo dispuesto en el artículo 156 de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor sobre las condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores;

De conformidad con el numeral 8) del artículo 118 de la Constitución Política del Perú y la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores a que hace referencia el artículo 156 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Publicación

El presente Decreto Supremo y el Reglamento deberán ser publicados en el Diario Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en el Portal de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el Portal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 3.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Presidenta del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los trece días del mes de abril del año dos mil once.

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

ROSARIO DEL PILAR FERNÁNDEZ FIGUEROA
Presidenta del Consejo de Ministros y Ministra de Justicia

REGLAMENTO SOBRE CONDICIONES DEL DESTINO DEL MONTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

Artículo 1.- Objeto

El objeto del presente Reglamento es establecer las condiciones de uso del monto

no mayor del cinco por ciento [5%] del total que se entrega a las asociaciones de consumidores de las multas administrativas impuestas en los procedimientos promovidos por éstas.

Artículo 2.- Condiciones

Las condiciones de uso del monto no mayor del cinco por ciento [5%] del total que se entrega a las asociaciones de consumidores de las multas administrativas impuestas en los procedimientos promovidos por éstas, son las siguientes:

- a. Puede ser utilizado para solventar los gastos relativos a las acciones propias de información y representación de los consumidores y usuarios.
- b. Puede ser utilizado para solventar gastos corrientes. No puede destinarse más del treinta por ciento [30%] de la suma percibida en pago de sueldos y salarios.
- c. El convenio de cooperación institucional al que hace referencia el numeral 156.1 del artículo 156 del Código de Protección y Defensa del Consumidor establecerá con precisión el uso que la asociación de consumidores dará al monto no mayor del cinco [5%] del porcentaje que se acuerde entregarle.

Para tal efecto la resolución del Consejo Directivo del INDECOPI al que hace referencia el numeral 156.4 del artículo 156 del Código de Protección y Defensa del Consumidor deberá contemplar entre los requisitos para la celebración de los convenios, la documentación que sustente el uso que la asociación de consumidores dará al monto no mayor del cinco [5%] del porcentaje que se acuerde entregarle.

Artículo 3.- Supervisión del destino de los recursos

- 3.1. Para efectos de la supervisión a que alude el numeral 156.3 del artículo 156 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, las asociaciones de consumidores deberán remitir con la periodicidad que la Contraloría General de la República establezca, con copia al INDECOPI, el sustento documentado del uso de los recursos que se les hubiere entregado en virtud de lo dispuesto por dicho artículo.
- 3.2. Una vez determinado por la Contraloría General de la República el incumplimiento de las asociaciones de consumidores de la obligación de destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para una finalidad distinta a la asignada, conforme a las condiciones establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, el presente Reglamento

y el Convenio suscrito, da lugar al inicio del procedimiento sancionador respectivo y la sanción se aplicará sin perjuicio de las consecuencias derivadas de la acción de control correspondiente.

- 3.3. El INDECOPI, en caso de advertir alguna irregularidad en el uso de los fondos públicos, deberá remitir la información y documentación correspondiente a la Contraloría General de la República para el ejercicio de la acción de control respectiva.

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo

DECRETO SUPREMO N° 046-2011-PCM

CONCORDANCIAS:

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 024-2015-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva N° 005-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada "Directiva que aprueba el Procedimiento para la Nominación de Árbitros del Sistema de Arbitraje de Consumo"

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 025-2015-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva N° 006-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada "Directiva que aprueba el Procedimiento de Adhesión de Proveedores y Creación del Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo"

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 100-2015-INDECOPI-COD

Aprueban creación de la oficina de carácter temporal denominada "Junta Arbitral de Consumo Piloto", adscrita a la Sede Central del INDECOPI

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 136-2015-INDECOPI-COD

Aprueban publicación de proyecto de Directiva que establece reglas sobre la competencia territorial de las Juntas Arbitrales de Consumo que se constituyan en el marco del Sistema de Arbitraje de Consumo, en el portal electrónico del INDECOPI

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 198-2015-INDECOPI-COD

Aprueban Directiva que establece las reglas sobre la competencia territorial de las Juntas Arbitrales de Consumo que se constituyan en el marco del Sistema de Arbitraje de Consumo

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 137 y siguientes de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor crea el Sistema de Arbitraje de Consumo con el objetivo de resolver de manera gratuita y celeré los conflictos surgidos entre consumidores y proveedores;

Que, la Tercera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29571 establece que el Poder Ejecutivo expide, entre otras, las disposiciones reglamentarias del Sistema de Arbitraje de Consumo;

Que, en consecuencia, corresponde aprobar el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo;

De conformidad con el numeral 8] del artículo 118 de la Constitución Política del Perú y la Ley N° 29571;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo a que hacen referencia los artículos del 137 al 144 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Publicación

El presente Decreto Supremo y el Reglamento deberán ser publicados en el Diario Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en el Portal de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el Portal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 3.- Vigencia

El Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo entrará en vigencia a los treinta (30) días siguientes de su publicación en el diario oficial El Peruano.

Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Presidenta del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintitrés días del mes de mayo del año dos mil once.

ALAN GARCÍA PÉREZ

Presidente Constitucional de la República

ROSARIO DEL PILAR FERNÁNDEZ FIGUEROA

Presidenta del Consejo de Ministros y Ministra de Justicia

REGLAMENTO DEL SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

Capítulo I

Objeto y organización del Sistema de Arbitraje de Consumo

Artículo 1.- Objeto

- 1.1. El presente Reglamento tiene por objeto regular la organización del Sistema de Arbitraje de Consumo previsto en el Subcapítulo I del Capítulo II del Título VII de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- 1.2. El Sistema de Arbitraje de Consumo tiene por finalidad resolver con carácter vinculante y produciendo efectos de cosa juzgada, los conflictos surgidos entre consumidores y proveedores en relación con los derechos reconocidos a los consumidores.
- 1.3. Para los efectos del presente Reglamento se tendrán en cuenta las siguientes referencias:
 - a. Código: la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
 - b. Autoridad Nacional de Protección del Consumidor: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.
 - c. Consejo Directivo y Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos: son los pertenecientes a la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.
- 1.4. Para los efectos del arbitraje de consumo son consumidores y proveedores aquellas personas que reciben esta calificación de acuerdo con las definiciones contenidas en el Código.

Artículo 2.- Regulación aplicable

El arbitraje de consumo se rige por lo dispuesto por el Código, el presente Reglamento y, en lo no previsto en estos cuerpos normativos, por el Decreto Legislativo N° 1071,

Decreto Legislativo que norma el arbitraje o por el instrumento normativo que lo sustituya o modifique, en lo que resulte pertinente.

Artículo 3.- Organización del Sistema

El Sistema de Arbitraje de Consumo se organiza a través de las Juntas Arbitrales, de Consumo constituidas por la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor, y de los órganos arbitrales.

Artículo 4.- La Autoridad Nacional de Protección al Consumidor

La Autoridad Nacional de Protección del Consumidor tiene las siguientes funciones:

- a. Coordinar con los gobiernos regionales y locales para la constitución de Juntas Arbitrales de Consumo, conforme a los lineamientos que se establezca para tal fin.
- b. Certificar la aptitud de los profesionales que sean propuestos a las Juntas Arbitrales de Consumo para integrar la nómina de árbitros, en los casos en que las Juntas consideren necesario contar con dicha certificación a efectos de poder nominarlos como árbitros.
- c. Desarrollar programas de capacitación y evaluación de la aptitud, a fin de extender la certificación señalada.
- d. Promover la generación de capacidades técnicas en los gobiernos locales y regionales para lograr su progresiva participación en el Sistema de Arbitraje de Consumo.
- e. Constituir las Juntas Arbitrales de Consumo de conformidad con lo dispuesto por el artículo 138 del Código y las disposiciones pertinentes de este Reglamento.
- f. Establecer los lineamientos generales de interpretación de las normas, a fin de contar con un sistema de información oportuna y eficiente que permita armonizar criterios legales en todas las Juntas Arbitrales de Consumo a nivel nacional.
- g. Verificar que las solicitudes presentadas por proveedores y organizaciones empresariales interesadas en adherirse al Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo cumplan con los requisitos formales que establezca para tal efecto.
- h. Crear y administrar el Registro de proveedores adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo, así como determinar el distintivo correspondiente para su uso por parte de dichos proveedores. La información contenida en dicho Registro es pública y gratuita.

Las modificaciones registrales producidas serán comunicadas a todas las Juntas Arbitrales de Consumo.

- i. Difundir y promover el Sistema de Arbitraje de Consumo entre consumidores y empresas.
- j. Organizar programas de capacitación para los Presidentes de las Juntas Arbitrales de Consumo, sus Secretarios Técnicos y los árbitros nominados.
- k. Formular y ejecutar las acciones necesarias para fortalecer el Sistema de Arbitraje de Consumo.
- l. Establecer, mediante Directiva de su Consejo Directivo, las demás disposiciones reglamentarias que resulten necesarias para la implementación y funcionamiento del Sistema de Arbitraje de Consumo y el procedimiento arbitral.

Artículo 5.- Las Juntas Arbitrales de Consumo

- 5.1. Las Juntas Arbitrales de Consumo son los órganos constituidos al interior de entidades de la administración pública, cuya finalidad consiste en organizar el Sistema de Arbitraje de Consumo y promoverlo entre los agentes del mercado y los consumidores de su localidad. Asimismo, se encargan de brindar servicios administrativos y de secretaría técnica a los órganos arbitrales, lo que implica prestar el personal de apoyo, la infraestructura y el soporte financiero que resulten necesarios para su funcionamiento.
- 5.2. Las Juntas Arbitrales de Consumo son constituidas progresivamente por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor en los gobiernos regionales y locales con los que coordine para tal fin. En caso no se constituya Juntas en la jurisdicción de algún gobierno regional o local, la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor podrá constituir una Junta Arbitral de Consumo en cualquiera de sus sedes u oficinas regionales.
- 5.3. Las Juntas Arbitrales de Consumo son la sede institucional de los órganos arbitrales adscritos a ella a efectos del desarrollo de los procesos arbitrales.
- 5.4. Las Juntas Arbitrales de Consumo estarán integradas por su Presidente y un Secretario Técnico, cargos que deberán recaer en personal de la entidad de la administración pública en la que se ha constituido dicha Junta.

Artículo 6.- Los Presidentes de las Juntas Arbitrales de Consumo

Los Presidentes de las Juntas Arbitrales de Consumo son designados por la entidad de la administración pública en la que se constituye la Junta Arbitral de Consumo

y cuentan con autonomía técnica y funcional respecto de los aspectos propios del Sistema de Arbitraje de Consumo.

Para ser designado Presidente de una Junta Arbitral de Consumo se requiere poseer título de abogado y al menos ocho (8) años de experiencia profesional, reconocida solvencia e idoneidad profesional y conocimientos de las normas de protección al consumidor y de arbitraje.

El cargo de Presidente de una Junta Arbitral de Consumo podrá ser desempeñado a tiempo completo o parcial, según lo establezca la entidad de la administración pública en la que se constituye una Junta Arbitral de Consumo.

Artículo 7.- Los Secretarios Técnicos

Los Secretarios Técnicos de las Juntas Arbitrales de Consumo serán designados por la entidad de la administración pública en la que se constituye dicha Junta y se encargan de prestar a los órganos arbitrales el apoyo administrativo que éstos requieran para la tramitación de los respectivos procesos arbitrales.

Para ser designado Secretario Técnico se requiere contar con título de abogado y por lo menos tres (3) años de experiencia profesional, reconocida solvencia e idoneidad profesional y conocimientos de las normas de protección al consumidor y de arbitraje.

Artículo 8.- Funciones de las Juntas Arbitrales de Consumo

Son funciones de las Juntas Arbitrales de Consumo:

- a. Nominar a los árbitros que le sean propuestos.
- b. En caso de considerarlo necesario, las Juntas Arbitrales de Consumo podrán previamente requerir a la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor certificar la aptitud de los árbitros que le sean propuestos.
- c. Prestar a los órganos arbitrales el apoyo que requieran para el normal funcionamiento de sus actividades, realizando las coordinaciones necesarias con los órganos de línea y de administración interna de la entidad de la administración pública donde se encuentra constituida, cuando corresponda.
- d. Tramitar los procedimientos arbitrales pudiendo ejercer, por encargo del órgano arbitral, facultades de instrucción y actuación de medios probatorios, a fin de proporcionar a los órganos arbitrales los elementos de juicio para la resolución de las controversias sometidas a su competencia.

- e. Notificar los laudos arbitrales, así como cualquier otra decisión u otro acto de trámite de los órganos arbitrales.
- f. Remitir a la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor los laudos arbitrales para la debida aplicación del artículo 142 del Código.

Artículo 9.- Órganos arbitrales

Los órganos arbitrales son competentes para resolver los conflictos entre consumidores y proveedores en relación con los derechos reconocidos a los consumidores.

Los órganos arbitrales pueden ser unipersonales o colegiados y se encuentran adscritos a una Junta Arbitral de Consumo, cuya Secretaría Técnica brinda el apoyo administrativo necesario para el debido cumplimiento de su función arbitral.

Artículo 10.- Requisitos para ser árbitro

Los árbitros deberán poseer título profesional, reconocida solvencia e idoneidad profesional además de conocimientos acreditados de las normas de protección al consumidor y de arbitraje.

Los árbitros tienen la obligación de votar en todos los procesos a su cargo.

Artículo 11.- Nominación de árbitros

A efectos de la nominación prevista en el artículo 139 del Código, las Asociaciones de Consumidores registradas ante el INDECOPI; las organizaciones empresariales interesadas; y, la entidad de la administración pública en la que se constituyó la Junta Arbitral de Consumo propondrán a los profesionales que integrarán la nómina de árbitros, quienes deberán cumplir los requisitos señalados en el artículo anterior.

La Junta Arbitral de Consumo evaluará las propuestas y aceptará aquéllas que cumplan tales requisitos, determinando la nómina de árbitros con la indicación de la procedencia de su propuesta.

Artículo 12.- Órganos arbitrales colegiados

Los órganos arbitrales colegiados están integrados por tres árbitros, siendo su presidente aquél que conforme la nómina a propuesta de la entidad de la administración pública en la que se constituye la Junta Arbitral de Consumo. Los otros dos árbitros deben ser elegidos uno de entre los árbitros nominados a propuesta de las Asociaciones de Consumidores y el otro de entre los nominados a propuesta de las organizaciones empresariales.

Las Juntas Arbitrales de Consumo procurarán conformar órganos arbitrales colegiados especializados por materia o sector en función de la carga procesal. Conocen las peticiones de arbitraje cuya cuantía supere las cinco (5) Unidades Impositivas Tributarias.

Artículo 13.- Órganos arbitrales unipersonales

La función de árbitro único solo puede ser ejercida por los árbitros nominados a propuesta de la entidad de la administración pública en la que se constituye la Junta Arbitral.

Conocen las peticiones de arbitraje cuya cuantía no supere las cinco (5) Unidades Impositivas Tributarias.

Artículo 14.- Competencia de los órganos arbitrales

El órgano arbitral es el único competente para decidir sobre su propia competencia, incluso sobre las excepciones u objeciones relativas a la voluntad de las partes a someterse al arbitraje o cualesquiera otras cuya estimación impida entrar en el fondo de la controversia. Se encuentran comprendidas en este ámbito las excepciones por prescripción, caducidad, cosa juzgada y cualquiera otra que tenga por objeto impedir la continuación de las actuaciones arbitrales.

Artículo 15.- Abstención y recusación

Son de aplicación a los árbitros las siguientes causales de abstención:

- a. Si es pariente dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, con cualquiera de las partes o con sus representantes, mandatarios, con los administradores de sus empresas, o con quienes les presten servicios.
- b. Si personalmente, o bien su cónyuge o algún pariente dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, tuviere interés en el asunto de que se trate o en otro semejante, cuya resolución pueda influir en la situación de aquél.
- c. Cuando tuviere amistad íntima, enemistad manifiesta o conflicto de intereses objetivo con cualquiera de las partes.
- d. Cuando tuviere o hubiese tenido en los últimos dos años, relación de servicio, de consumo o de subordinación con cualquiera de las partes o terceros directamente interesados en el asunto, o si tuviera en proyecto una concertación de negocios con alguna de las partes, aun cuando no se concrete posteriormente.

El árbitro que se encuentre en alguna de las causales previstas en el listado anterior u otras circunstancias que puedan dar lugar a dudas justificadas sobre su imparcialidad e independencia comunicará inmediatamente dicha situación a la Junta Arbitral de Consumo, a fin que ésta designe a su reemplazante.

Cuando el árbitro no se abstuviera a pesar de existir alguna de las causales de abstención expresadas, las partes podrán recusar al árbitro, pedido que será resuelto por el Presidente de la Junta Arbitral de Consumo. En caso de declararse fundada la recusación, la Junta Arbitral de Consumo designará al árbitro reemplazante.

Artículo 16.- Facultades

Para efectos de la tramitación de los procedimientos arbitrales, el órgano arbitral cuenta con las siguientes facultades:

- a. Requerir a las partes la presentación y actuación de todo tipo de pruebas.
- b. Citar a audiencia única para escuchar o interrogar a las partes o a sus representantes, cuando lo considere necesario para el esclarecimiento de los hechos materia del arbitraje.
- c. Emitir laudo arbitral.
- d. Otras que se le encomienden o le correspondan para la conducción y desarrollo del procedimiento arbitral.

Capítulo II Arbitraje de consumo

Artículo 17.- Adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo

- 17.1. Los proveedores u organizaciones empresariales interesadas en que las controversias con los consumidores se resuelvan a través del procedimiento arbitral deberán adherirse al Sistema de Arbitraje de Consumo, para lo cual deberán presentar su solicitud por escrito ante la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.
- 17.2. La admisión de la solicitud será debidamente difundida en los establecimientos del proveedor y en el portal institucional del INDECOPI. Esta adhesión implica el sometimiento a las normas que regulan el Sistema de Arbitraje de Consumo previstas en el Código y en el presente Reglamento.

- 17.3. La admisión de la solicitud otorga derecho a ostentar el distintivo oficial que figura en el anexo del presente Reglamento, en la forma prevista en el artículo 141 del Código^{70 71}.
- 17.4. La adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo se entenderá realizada a todas las Juntas Arbitrales.
- 17.5. La adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo tendrá una vigencia mínima de un [1] año. En caso la solicitud no limite la adhesión, ésta se entenderá por tiempo indefinido.
- 17.6. Transcurrido el plazo mínimo de vigencia de la adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo ésta podrá revocarse. La revocatoria tendrá efectos a partir de los treinta [30] días hábiles siguientes a la comunicación de la revocatoria a la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor. Los proveedores deberán informar a los consumidores de la revocatoria por los mismos mecanismos que informaron de su adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo.
- 17.7. La revocatoria no afectará a los arbitrajes válidamente iniciados con anterioridad a la fecha en que surte efecto la revocatoria.

Artículo 18.- Sometimiento al arbitraje de consumo

- 18.1. La voluntad de las partes de someter su controversia al arbitraje de consumo puede ser acreditada con el convenio arbitral celebrado de modo previo a la existencia de la controversia; o, mediante la aceptación por parte del consumidor de la adhesión del proveedor al Sistema de Arbitraje de Consumo o el acuerdo de ambas partes en la forma señalada en el numeral 18.4 del presente artículo, una vez surgida la controversia.
- 18.2. El convenio arbitral, que podrá adoptar la forma de cláusula incorporada en un contrato o acuerdo independiente de las partes, deberá expresar la voluntad de consumidores y proveedores de resolver sus conflictos a través

70 De conformidad con el Artículo 1 del Decreto Supremo N° 049-2016-PCM, publicado el 23 de julio de 2016, se precisa que el distintivo oficial del Sistema de Arbitraje de Consumo que, como Anexo, se detalla en el presente numeral, corresponde al signo indicado en el citado artículo.

71 De conformidad con el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 049-2016-PCM, publicado el 23 de julio de 2016, se precisa que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es el titular del distintivo oficial del Sistema de Arbitraje de Consumo.

del arbitraje de consumo. El convenio arbitral deberá constar por escrito o en cualquier otro medio que permita tener certeza del acuerdo.

- 18.3. Cuando exista adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo la petición de arbitraje del consumidor demuestra la voluntad de ambas partes de someter su controversia al arbitraje de consumo.
- 18.4. En caso que no conste la voluntad del proveedor de someter sus conflictos al arbitraje de consumo en alguna de las formas señaladas, pero exista petición de arbitraje del consumidor, se notificará al proveedor reclamado de la existencia de la solicitud para que, dentro del plazo de cinco (5) días hábiles de recibida la notificación, la acepte o rechace. Transcurrido dicho plazo, sin que conste la aceptación del arbitraje por el proveedor, el Secretario Técnico de la Junta Arbitral de Consumo ordenará el archivo de la solicitud notificando a las partes.

Artículo 19.- Inicio del procedimiento

- 19.1. El procedimiento arbitral se inicia con la petición escrita dirigida por el consumidor a la Junta Arbitral de Consumo, con los requisitos formales que a tal efecto establezca la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.
- 19.2. El consumidor deberá presentar con su petición de arbitraje los medios probatorios que respalden las pretensiones planteadas y, de ser aplicable, copia del convenio arbitral. En la petición de arbitraje, el consumidor deberá declarar, bajo responsabilidad, el domicilio donde deberá notificarse al reclamado de las actuaciones del proceso.
- 19.3. Si la solicitud no reuniera los requisitos formales referidos en el numeral 19.1 del presente artículo, el Secretario Técnico de la Junta Arbitral de Consumo requerirá al consumidor su subsanación en un plazo que no podrá exceder de dos (2) días hábiles, bajo apercibimiento de declarar inadmisibles la petición de arbitraje, procediéndose al archivo de la solicitud.
- 19.4. En los procedimientos arbitrales no es obligatoria la intervención de abogado y, en consecuencia, no es requisito de admisibilidad para la denuncia, descargos y demás actos procesales que se encuentren autorizados por letrado.

Artículo 20.- Remisión de la petición de arbitraje

En un plazo máximo de cinco (5) días hábiles de recibida la petición de arbitraje, siempre que ésta cumpla con los requisitos formales para su admisión y que se

verifique la voluntad de las partes de someter su conflicto al arbitraje, el Secretario Técnico de la Junta Arbitral de Consumo informará a las partes del órgano arbitral competente para conocer su controversia y de la conformación del órgano arbitral para que puedan ejercer su derecho a recusar a los árbitros, de ser el caso.

Artículo 21.- Trámite de la petición de arbitraje

- 21.1. Admitida la petición de arbitraje por el órgano arbitral, éste correrá traslado de ella al proveedor reclamado para que la conteste dentro de los diez [10] días hábiles de notificado.
- 21.2. El órgano arbitral podrá citar a audiencia única para actuar algún medio probatorio o para escuchar a las partes o sus representantes, cuando lo considere necesario para el esclarecimiento de los hechos materia de la petición de arbitraje.
- 21.3. El plazo máximo para que el órgano arbitral pueda emitir su laudo es de noventa [90] días hábiles computados desde la fecha de admisión de la petición de arbitraje. Excepcionalmente el plazo puede ser ampliado por quince [15] días hábiles adicionales cuando la complejidad del caso o la necesidad de actuar medios probatorios adicionales lo justifique.
- 21.4. Los órganos arbitrales podrán hacer uso de medios electrónicos para la notificación de las distintas actuaciones del procedimiento arbitral cuando las partes así lo hayan solicitado.

Artículo 22.- Prueba a instancia de parte

En caso de que las partes consideren necesaria la actuación de cualquier medio probatorio, deberán solicitarlo de manera fundamentada, al momento de formular la petición de arbitraje o descargos, a efectos de que el órgano arbitral evalúe la pertinencia y procedencia de su actuación.

Artículo 23.- Gratuidad del arbitraje

- 23.1. La gratuidad del arbitraje reconocida en el artículo 137 del Código implica que el inicio del procedimiento no está sujeto al pago de tasa o derecho administrativo alguno.
- 23.2. Sin perjuicio de ello, los gastos ocasionados por las pruebas practicadas a instancia de parte serán asumidos por quien las haya propuesto y las comunes o coincidentes por mitad. Asimismo, la gratuidad del arbitraje no desconoce la facultad del órgano arbitral para la condena al reembolso

de costas y costos del procedimiento conforme al artículo 25 del presente Reglamento.

Artículo 24.- Arbitraje de derecho y en equidad o en conciencia

El arbitraje de consumo es de derecho salvo que las partes pacten expresamente que el órgano arbitral decidirá en equidad o en conciencia. En estos dos últimos casos, el árbitro no necesariamente será abogado.

Artículo 25.- Laudo arbitral

- 25.1. El órgano arbitral es competente para conocer el fondo de la controversia y para decidir sobre cualquier cuestión conexa y accesoria a ella que se promueva durante las actuaciones arbitrales.
- 25.2. El órgano arbitral podrá ordenar a favor de los consumidores las medidas correctivas contempladas en los artículos 114 a 116 del Código, además de la indemnización por daños y perjuicios a que se refiere el artículo 115.7 del Código.
- 25.3. El órgano arbitral podrá condenar a los proveedores vencidos al pago de las costas y los costos del procedimiento fijando su cuantía. Excepcionalmente, en aquellos casos que se aprecien mala fe o temeridad, podrá condenarse al consumidor al pago de las costas y costos del procedimiento.
- 25.4. En caso que el órgano arbitral sea colegiado, los laudos se aprueban por mayoría. Si no existiese acuerdo de la mayoría, el Presidente tiene voto dirimente. Los laudos serán firmados únicamente por el Presidente, salvo que existan votos singulares o en discordia.
- 25.5. Los laudos arbitrales deben ser notificados a las partes en un plazo máximo de diez [10] hábiles de su emisión.
- 25.6. El incumplimiento del laudo arbitral y del pago de las costas y costos del procedimiento arbitral será sancionado por los Órganos Resolutivos del Procedimiento Sumarísimo.

Artículo 26.- Rectificación, ampliación y aclaración

Dentro de los quince [15] días siguientes a la notificación del laudo, cualquiera de las partes puede solicitar que el laudo arbitral sea rectificado por errores numéricos, de redacción o de naturaleza similar. En el mismo plazo, podrá ser ampliado o aclarado de mediar solicitud de parte, siempre que tal petición se haya formulado en los cinco [5] días hábiles siguientes de la notificación del laudo.

Artículo 27.- Anulación del laudo

- 27.1. Contra el laudo solo podrá interponerse el recurso de anulación previsto en el artículo 62 y siguientes del Decreto Legislativo 1071, Decreto Legislativo que norma el arbitraje. Este recurso constituye la única vía de impugnación del laudo y tiene por objeto la revisión de su validez por las causales taxativamente establecidas en el artículo 63 del referido decreto legislativo o norma que lo sustituya o modifique.
- 27.2. El recurso de anulación se interpone ante la Sala Civil de la Corte Superior de la sede de la Junta Arbitral de Consumo dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes a la notificación del laudo.
- 27.3. La interposición del recurso no suspende la obligación de cumplimiento del laudo ni su ejecución, salvo que el Poder Judicial ordene su suspensión.

Aprueban el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares

DECRETO SUPREMO N° 015-2012-ED

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares, modificada por la Ley N° 29839, se establece las normas de protección a los consumidores en la adquisición de textos escolares, frente a las prácticas abusivas de direccionar su selección o adquisición por criterios no pedagógicos, a fin de garantizar el derecho de los padres de familia de adquirir dichos productos en las mejores condiciones de calidad y precio;

Que, de acuerdo con la Primera Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29694, se dispone que el Poder Ejecutivo dicta el reglamento de la precitada ley, vía decreto supremo refrendado por el Ministro de Educación;

Que, por Resolución Suprema N° 172-2011-PCM, se crea la Comisión Multisectorial encargada de elaborar el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares, la cual depende del Ministerio de Educación;

Que, la Comisión Multisectorial encargada de elaborar el Reglamento de la Ley N° 29694, ha cumplido con elaborar el referido Reglamento, cuyo texto, que forma parte integrante del presente Decreto Supremo, propone para su aprobación;

De conformidad con el inciso 8) del Artículo 118 de la Constitución Política del Perú y el inciso 3) del artículo 11 de la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación de Reglamento

Apruébese el Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares, modificada por la Ley N° 29839, cuyo texto forma parte integrante del presente Decreto Supremo y consta de cinco (5) capítulos, veinte (20) artículos y dos (2) disposiciones complementarias finales.

Artículo 2.- De la publicación

Dispóngase la publicación del Reglamento aprobado por el presente Decreto Supremo en el Diario Oficial El Peruano y en el Portal Institucional del Ministerio de Educación www.minedu.gob.pe/normatividad/].

Artículo 3.- Del Refrendo

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Ministra de Educación.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintiocho días del mes de setiembre del año dos mil doce.

OLLANTA HUMALA TASSO

Presidente Constitucional de la República

PATRICIA SALAS O'BRIEN

Ministra de Educación

**REGLAMENTO DE LA LEY N° 29694, LEY QUE PROTEGE
A LOS CONSUMIDORES DE LAS PRÁCTICAS ABUSIVAS EN
LA SELECCIÓN O ADQUISICIÓN DE TEXTOS ESCOLARES,
MODIFICADA POR LA LEY N° 29839⁷²**

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

El presente reglamento tiene por objeto regular los mecanismos de protección a los consumidores contra las prácticas abusivas en la selección y adquisición de textos escolares establecidos en la Ley N° 29694, modificada por la Ley N° 29839.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación

El presente reglamento es de aplicación en todas las instancias de gestión educativa descentralizada, incluyéndose a las Instituciones Educativas públicas, públicas de gestión privada y de gestión privada de la Educación Básica; a los directores, profesores, personal administrativo que laboran en éstas y las organizaciones de

⁷² Fe de Erratas publicada el 10 de octubre de 2012, en el título del Reglamento DICE: (...) Proyecto de Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que Protege a los Consumidores de las Prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares, modificada por la Ley N° 29839; DEBE DECIR: Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que Protege a los consumidores de las Prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares, Modificada por la Ley N° 29839.

padres de familia; así como a las editoriales y establecimientos de venta de textos escolares.

Artículo 3.- Referencias

Para efectos del presente Reglamento, toda mención a la Ley, se entenderá referida a la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares, modificada por la Ley N° 29839; y, la mención de un artículo sin indicar referencia a norma alguna, se entenderá referido al presente Reglamento.

Artículo 4.- Definiciones

Para efectos del presente Reglamento, las expresiones que siguen y sus formas derivadas tienen el significado siguiente:

- a. **Banco de libros.-** Sistema organizado, sin fines de lucro, dentro de la institución educativa que se encarga de gestionar el préstamo, uso y conservación de los textos escolares o textos de grado y manuales para docentes. Cuenta con un espacio físico donde se ubican estos textos y manuales.
- b. **Biblioteca de aula.-** Conjunto organizado de materiales impresos que son apropiados para los estudiantes de un grado y que son puestos permanentemente a su alcance en el aula. Pueden incluir: textos escolares o de grado, libros de consulta [enciclopedias, atlas, diccionarios] o de referencia, obras literarias, revistas, fascículos, fichas, entre otros.
- c. **Cuadernos de trabajo.-** Denominado también “libro de actividades”, es un material educativo fungible que promueve el aprendizaje autónomo del estudiante, en el cual desarrolla las actividades pedagógicas relacionadas con el texto escolar o de grado u otro material educativo correspondiente. En Educación Inicial, el cuaderno de trabajo no está vinculado a un texto escolar, sino que constituye un elemento principal que contribuye al desarrollo de los aprendizajes.
- d. **Editorial.-** Persona natural o jurídica que se dedica a la elaboración, producción y distribución de textos escolares. Para efectos de esta norma se entiende además como editorial a los autores independientes que realizan estas actividades, así como a las empresas comercializadoras o distribuidoras que actúen como representantes oficiales de editoriales extranjeras que comercializan textos escolares en el territorio nacional.
- e. **Establecimiento de venta de textos escolares.-** Local, parte del mismo o una instalación o construcción determinada, en el que una persona natural o jurídica debidamente identificada desarrolla la venta de textos escolares.

- f. Libro.-** Medio unitario, no periódico, a través de la cual el autor comunica su obra con el fin de transmitir conocimientos, opiniones, experiencias y/o creaciones científicas, artísticas o literarias. Es el objeto de la actividad editorial, tanto en su formato impreso como en su formato digital (libros en edición electrónica), o en formatos de audio o audiovisuales (libros hablados en casetes, discos compactos u otros soportes), o en escritura en relieve (sistema Braille). Comprende todas las formas de libre expresión creativa, educativa o de difusión científica, cultural y turística.⁷³
- g. Material educativo complementario.-** Material de apoyo que contribuye al uso adecuado de los textos escolares, consistente en guías, láminas didácticas, recursos digitales de almacenamiento (CD, DVD u otros similares).
- h. Prácticas abusivas.-** Se define así al pago de comisiones, incentivos y similares, incluyendo bienes o servicios, que pudieran realizar las editoriales o establecimientos de venta, en forma inmediata o mediata, a las Instituciones Educativas, a cambio de incluir en sus listas los textos escolares que editan, comercializan o distribuyen.
- Se incluye también las exigencias que pudieran hacer las Instituciones Educativas a través de su promotor, en el caso de instituciones educativas privadas, su personal directivo, docente o administrativo.
- Se excluye de este concepto al material educativo complementario definido en el presente Reglamento, en tanto no constituye, ni debe constituir, un elemento de evaluación o negociación para la selección de textos.
- i. Proveedor.-** Persona natural o jurídica domiciliada en el país, encargada de la comercialización mayorista o minorista de libros y productos editoriales afines. Para efectos de esta norma se considera proveedor también a las editoriales e instituciones educativas privadas.
- j. Texto escolar.-** Libro, también llamado “texto de grado”, cuyo contenido presenta secuencias didácticas orientadas al logro de aprendizajes de los estudiantes, en correspondencia con lo establecido en el currículo para el grado escolar. No incluye actividades, ejercicios o tareas para ser desarrolladas en el mismo texto.
- k. Texto nuevo.-** Texto escolar editado en o para el año en curso.

⁷³ Ley N° 28086, Ley de Democratización del libro y de fomento de la lectura.

- l. Texto de primer uso.-** Texto escolar usado por primera vez, independientemente del año de su edición.
- m. Texto de segundo uso.-** Texto escolar que ha sido utilizado anteriormente.
- n. Texto diseñado para un solo uso.-** Texto escolar cuyo contenido comprende información así como ejercicios, tareas o actividades que se desarrollan en el mismo texto, inutilizándolo para un segundo uso.

CAPÍTULO II TEXTOS ESCOLARES

Artículo 5.- Criterios pedagógicos

El Ministerio de Educación, a través de sus órganos competentes elaborará y aprobará los criterios pedagógicos que deben reunir los textos escolares para la Educación Básica.

Artículo 6.- Indicadores de calidad de los textos escolares

El Ministerio de Educación formulará los indicadores de calidad de los textos escolares, por cada uno de los criterios establecidos, así como los instrumentos que faciliten su evaluación en el proceso de selección de textos escolares, los mismos que se publicarán a través del Observatorio Nacional de Textos Escolares.

Artículo 7.- Vocación de permanencia de los textos escolares

- 7.1. Los textos escolares deben satisfacer una vocación de permanencia que haga posible su uso por varios años.
- 7.2. Las editoriales deben diferenciar los textos escolares de los cuadernos de trabajo, evitando que los textos escolares contengan actividades que lo inutilicen para un segundo uso, tales como: páginas desglosables, indicaciones de ejercicios o tareas que deben escribirse sobre el mismo material, entre otros.
- 7.3. Las Instituciones Educativas están prohibidas de exigir a los padres de familia o a los estudiantes la adquisición de textos nuevos o de primer uso o que estén diseñados para un solo uso.

Artículo 8.- Conservación y cuidado de los textos escolares

Las Instituciones Educativas deben elaborar y difundir lineamientos claros y precisos sobre el uso y conservación de los textos escolares, promoviendo la implementación de bancos de libros y bibliotecas de aula, a fin de que los estudiantes puedan hacer uso de los textos escolares de años anteriores.

CAPÍTULO III

PROCESO DE SELECCIÓN DE TEXTOS ESCOLARES

Artículo 9.- Exigencia de criterios pedagógicos e indicadores de calidad

Los textos escolares requeridos a los padres de familia por las Instituciones Educativas privadas deben cumplir los criterios pedagógicos e indicadores de calidad establecidos y aprobados por el Ministerio de Educación.

El Ministerio de Educación y los Gobiernos Regionales y Locales que adquieran textos escolares para ser distribuidos a las Instituciones Educativas Públicas de Educación Básica, deben considerar los criterios pedagógicos e indicadores de calidad en las especificaciones técnicas que se elaboren para tal fin.

Artículo 10.- Reglas aplicables a las Instituciones Educativas Públicas

Las Instituciones Educativas públicas reciben textos escolares gratuitos, distribuidos por el Ministerio de Educación o los Gobiernos Regionales, para las principales áreas curriculares, por lo que están prohibidas de exigir a los padres de familia la adquisición de textos escolares adicionales.

Artículo 11.- Proceso de selección de textos escolares en Instituciones Educativas privadas

El proceso de selección de textos escolares que las Instituciones Educativas privadas solicitan a los padres de familia se realizará de la siguiente forma:

- 11.1. El Director o Directora a propuesta de los docentes elabora una relación de ternas de textos de cada área, a utilizarse en el año escolar para ser presentada a los padres de familia. Las ternas serán elaboradas utilizando los criterios pedagógicos e indicadores de calidad aprobados por el Ministerio de Educación, lo cual deberá sustentarse en fichas de evaluación que serán suscritas con carácter de Declaración Jurada por el Director de la Institución Educativa y el personal docente que participó en la evaluación de los textos.
- 11.2. La selección de textos se realizará bajo cualquiera de las siguientes modalidades:
 - a. Por la Asociación de Padres de Familia u órgano que haga sus veces, en cuyo caso se acuerda la relación total de textos para la institución educativa.
 - b. En los comités de aula de cada grado, en cuyo caso se acuerdan los textos a utilizar por cada área para el respectivo grado escolar.

- 11.3. En los casos que no se cuente con la pluralidad de oferta requerida, debido a la especialidad de la materia u otras razones debidamente justificadas, el Director o Directora informará de esta situación a los padres de familia, la misma que se hará constar en una Declaración Jurada con la sustentación respectiva, remitiendo copia a la UGEL para el control posterior y registrando el hecho en el Observatorio Nacional de Textos.
- 11.4. El Director o Directora es responsable de establecer el procedimiento de convocatoria y consulta a los padres de familia sobre los textos escolares, el cual debe promover la mayor difusión y participación posible.
- 11.5. Los padres de familia decidirán el texto escolar a ser empleado por cada área o asignatura entre las propuestas que sean realizadas, lo cual deberá constar en un acta que debe ser suscrita por el Director o Directora, los docentes y la representación de los padres de familia.

En el proceso de selección de textos en cada modalidad y nivel de la Educación Básica debe contar con la participación de los padres de familia.

CAPÍTULO IV OBSERVATORIO NACIONAL DE TEXTOS ESCOLARES

Artículo 12.- Contenido y principios aplicables

- 12.1. El Observatorio Nacional de Textos Escolares es un instrumento de información al alcance de toda la Comunidad Educativa, a cargo del órgano de línea que establezca el Ministerio de Educación, en donde se publica lo siguiente:
 - a. Criterios pedagógicos e indicadores de calidad que deben ser utilizados para la selección de textos escolares.
 - b. Información actualizada del precio de lista oficial fijado por las editoriales así como el precio de venta al público, o precio final, de los textos escolares y cuadernos de trabajo fijados libremente por los establecimientos de venta registrados. Para tal efecto, las editoriales y los establecimientos de venta registrados deberán señalar directamente el precio de los textos escolares y la variación de los mismos.
 - c. Información sobre los establecimientos de venta de textos escolares del país, a fin de publicar y actualizar sus precios de venta al público.

- 12.2. El acceso a la información que obra en el Observatorio Nacional de Textos Escolares se rige por los principios de gratuidad, simplicidad, transparencia y confiabilidad.

Artículo 13.- Registro de las editoriales y establecimientos de venta

- 13.1. Todas las editoriales del país que elaboran y producen textos escolares están obligadas a registrarse en el Observatorio Nacional de Textos Escolares y señalar directamente el precio de lista oficial de los textos escolares ofrecidos a través de los establecimientos de venta.
- 13.2. El registro de los establecimientos de venta de textos escolares es de carácter voluntario.
- 13.3. Las editoriales y los establecimientos de venta son responsables de la confiabilidad, veracidad y vigencia de la información que proporcionen, la misma que debe estar ordenada de acuerdo con la localidad y clasificada según el grado, materia, niveles de precio y otros criterios que faciliten su búsqueda y elección. El Ministerio de Educación fiscalizará, a través de las Instancias de Gestión Educativa Descentralizada, la veracidad y consistencia de tal información.

Artículo 14.- Publicación de información de las editoriales y establecimientos de venta

El procedimiento para que las editoriales y establecimientos de venta publiquen información en el Observatorio Nacional de Textos Escolares es el siguiente:

- 14.1. Las editoriales y los establecimientos de venta presentan la solicitud correspondiente en forma virtual, a través del formato que para tal efecto se publique en el Portal Institucional del Ministerio de Educación. En todos los casos se debe contar con Registro Único del Contribuyente (RUC) hábil y una dirección de correo electrónico.
- 14.2. Al momento de presentar la solicitud señalada en el numeral 14.1, las editoriales y los establecimientos de venta deben adjuntar el escaneado de la siguiente documentación sustentatoria:
- Personas naturales: Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) del solicitante y de la persona responsable del ingreso de la información al Observatorio, en caso que este rol sea asumido por otra persona distinta al solicitante.

- b. Personas jurídicas: Certificado de vigencia de poder emitido por la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), así como copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) del representante legal y de la persona responsable del ingreso de la información al Observatorio.
- 14.3. El Ministerio de Educación, en un plazo no mayor a dos (2) días hábiles contados a partir de la recepción conforme de los documentos antes señalados, enviará por correo electrónico el código de usuario y la clave respectiva para que la editorial o el establecimiento de venta solicitante acceda al sistema aplicativo del Observatorio Nacional de Textos Escolares.

Artículo 15.- Información sobre precios de textos escolares

- 15.1. Las editoriales y los establecimientos de venta que accedan al Observatorio Nacional de Textos Escolares están obligados a registrar en forma permanente la información actualizada sobre los precios de los textos escolares, utilizando las plataformas informáticas que implemente para tal efecto el Ministerio de Educación.

Las editoriales y los establecimientos informan el precio de venta al público de los textos escolares, incluyendo todos los descuentos que sean de alcance, acceso o conocimiento general.

- 15.2. En caso que se incremente el precio de venta al público y tal hecho no sea registrado en el Observatorio Nacional de Textos Escolares por la persona a quien la editorial o el establecimiento de venta haya asignado el código de usuario y la clave otorgada por el Ministerio de Educación, la responsabilidad frente a los consumidores es asumida por la editorial o el establecimiento respectivamente, en forma solidaria.
- 15.3. Es responsabilidad del Ministerio de Educación garantizar la seguridad de los sistemas informáticos, así como el ingreso de la información recibida durante las veinticuatro (24) horas del día.

CAPÍTULO V DENUNCIAS, INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 16.- Presentación de reclamos y denuncias

Cualquier infracción al presente reglamento por parte del personal de las Instituciones Educativas públicas puede ser denunciada ante las UGEL, a través de la Comisión de Atención de Denuncias y Reclamos (CADER) o el órgano que haga sus veces.

Las denuncias contra las Instituciones Educativas privadas, editoriales y establecimientos de venta son presentadas ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), sin perjuicio de las acciones administrativas que las instancias de gestión educativa descentralizadas puedan adoptar de acuerdo a la Ley N° 26549, Ley de los Centros Educativos Privados, sus modificatorias y Reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 009-2006-ED y Decreto Supremo N° 004-98-ED, Reglamento de Infracciones y Sanciones para Instituciones Educativas Particulares, y modificatorias.

Artículo 17.- Sanciones al personal de las Instituciones Educativas públicas

- 17.1. Los Directores, docentes y personal administrativo de las Instituciones Educativas públicas que exijan a los padres de familia la adquisición de textos escolares, o que participen en las prácticas de direccionamiento en la adquisición de textos escolares y en otras infracciones a la Ley y el presente Reglamento, serán sancionados conforme a su respectivo régimen.
- 17.2. Las sanciones se aplican según la gravedad de la falta. Para establecer su graduación, debe observarse los siguientes criterios, que se señalan en orden de prelación:
 - a. La gravedad del daño al interés público o bien jurídico protegido.
 - b. El perjuicio económico causado.
 - c. La repetición o continuidad en la comisión de la infracción.
 - d. Las circunstancias de la comisión de la infracción.
 - e. El beneficio indebidamente obtenido.
 - f. La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.
- 17.3. Para la aplicación de las sanciones previstas se tendrá en consideración el procedimiento establecido en el respectivo régimen.

Artículo 18.- Sanciones aplicables a las Instituciones Educativas privadas

Las Instituciones Educativas Privadas que incurran en infracciones a lo previsto en la Ley y el presente Reglamento, serán sancionadas conforme al

procedimiento sancionador en materia de protección al consumidor previsto en los artículos 124 y siguientes de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 19.- Sanciones aplicables a las editoriales y establecimientos de venta

Las editoriales y los establecimientos de venta que incurran en infracciones a lo previsto en la Ley y el presente Reglamento, serán sancionados conforme al procedimiento sancionador en materia de protección al consumidor previsto en los artículos 124 y siguientes de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 20.- Autonomía de Responsabilidades

Las consecuencias civiles, administrativas o penales de la responsabilidad de los sujetos infractores son independientes y se exigen de acuerdo a lo previsto en su respectiva legislación.

Los procedimientos para la exigencia de la responsabilidad penal o civil no excluyen la potestad de las entidades públicas competentes para instruir y decidir sobre la responsabilidad administrativa, salvo disposición judicial expresa en contrario.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS Y
TRANSITORIAS FINALES**

Primera.- El Ministerio de Educación dictará las normas complementarias que considere necesarias para la adecuada aplicación del presente Reglamento.

Segunda.- Los textos escolares que las Instituciones educativas privadas utilicen en el año escolar 2013 y en adelante, deben ser seleccionados aplicando lo dispuesto por el presente Reglamento.

Tercera.- Lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 9 del presente reglamento, no es aplicable a los procesos de selección convocados antes de la aprobación de los criterios e indicadores de calidad por Resolución Ministerial N° 304-2012-ED.

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento que establece el procedimiento de comunicación de advertencias y alertas de los riesgos no previstos de productos o servicios colocados en el mercado que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores

DECRETO SUPREMO N° 050-2016-PCM

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, se establecen las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado;

Que, el artículo 28 de la precitada Ley, señala que en caso que se coloquen productos o servicios en el mercado, en los que posteriormente se detecte la existencia de riesgos no previstos con anterioridad o imprevisibles, el proveedor está obligado a adoptar las medidas razonables para eliminar o reducir el peligro en el plazo inmediato; entre ellas, notificar a las autoridades competentes esta circunstancia, retirar los productos o servicios, disponer su sustitución o reparación, e informar a los consumidores, a la brevedad, de las advertencias del caso; asimismo, tratándose de riesgos previsibles con anterioridad a su introducción en el mercado, la responsabilidad por la adopción de las medidas anteriores se entiende sin perjuicio de la responsabilidad administrativa;

Que, el artículo 105 del mismo cuerpo legal establece que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el mismo;

Que, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, de conformidad con el artículo 135 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, ejerce las atribuciones y funciones que le confieren las leyes para velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas dicha norma; siendo concordante con el artículo 72-A del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2009-PCM, y modificado por Decreto Supremo N° 107-2012-PCM, por lo que actualmente se encarga de

evaluar la información remitida por los proveedores sobre los posibles riesgos no previstos de los bienes o servicios colocados en el mercado, a fin de determinar si corresponde emitir la alerta correspondiente; así como, se encarga del monitoreo de fuentes oficiales internacionales de alertas o intercambio de información de productos riesgosos, a efectos de determinar si el producto ha sido comercializado en el mercado nacional;

Que, el artículo 28 del Código de Protección y Defensa del Consumidor no ha previsto el plazo, la modalidad, ni la información que debe ser puesta en conocimiento de los consumidores y de las autoridades al momento de adoptar las medidas destinadas a eliminar o reducir el riesgo contra la salud y/o seguridad de los consumidores generado por los bienes o servicios puestos en el mercado; por lo que resulta necesario aprobar su respectiva reglamentación;

Que, en virtud de lo señalado en los literales b) y g) del artículo 136 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección al Consumidor, ha elaborado el "Proyecto de Reglamento que establece el procedimiento de comunicación advertencias y alertas de los riesgos no previstos de productos o servicios colocados en el mercado que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores";

Que, mediante Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo N° 305-2013-INDECOPI-COD publicada en el diario oficial El Peruano con fecha 18 de diciembre de 2013, se aprobó la publicación del referido Proyecto de Reglamento, en el portal institucional del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, a fin de recibir hasta el 31 de enero de 2014, los comentarios y aportes de la ciudadanía;

Que, habiendo tomado en consideración los comentarios, sugerencias y observaciones presentados por diversas personas naturales y jurídicas, se elaboró la versión final del Proyecto de Reglamento, el cual fue puesto en conocimiento del Consejo Nacional de Protección del Consumidor en su sesión de fecha 27 de marzo de 2014; siendo aprobado por el Consejo Directivo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi en su sesión de fecha 27 de mayo de 2014;

De conformidad con el numeral 8 del artículo 118 de la Constitución Política del Perú y la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento

Apruébese el Reglamento que establece el procedimiento de comunicación de advertencias y alertas de los riesgos no previstos de productos o servicios colocados en el mercado que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores, que consta de diecisiete [17] artículos.

Artículo 2.- Vigencia

El presente Decreto Supremo entra en vigencia a los treinta [30] días calendario, contados a partir del día siguiente de su publicación en el diario oficial El Peruano. Durante dicho plazo, la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi aprueba los formatos a que hace referencia el numeral 10.1 del artículo 10 del Reglamento aprobado.

Artículo 3.- Publicación

Disponer la publicación del presente Decreto Supremo y del Reglamento en el diario oficial El Peruano; así como la publicación de los formatos aprobados por el Consejo Directivo del Indecopi en el Portal Institucional del Indecopi [www.indecopi.gob.pe].

Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintidós días del mes julio del año dos mil dieciséis.

OLLANTA HUMALA TASSO
Presidente de la República

PEDRO CATERIANO BELLIDO
Presidente del Consejo de Ministros

REGLAMENTO QUE ESTABLECE EL PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN DE ADVERTENCIAS Y ALERTAS DE LOS RIESGOS NO PREVISTOS DE PRODUCTOS O SERVICIOS COLOCADOS EN EL MERCADO QUE AFECTEN LA SALUD Y/O SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 1.- Finalidad

El presente Reglamento tiene por finalidad regular el procedimiento que los proveedores deben seguir para eliminar o reducir los riesgos no previstos de los productos o servicios colocados en el mercado que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, así como establecer los alcances de la actuación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi.

Artículo 2.- Referencia al Código de Protección y Defensa del Consumidor

Toda mención que se haga en este Reglamento al “Código” deberá entenderse referida a la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 3.- Alcance

Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento resultan aplicables a todos los proveedores -entendiendo como tales a los previstos en el numeral 2 del artículo IV del Código- que participen en el proceso de producción o comercialización de los productos o servicios colocados en el mercado en los que se detecte la existencia de riesgos no previstos que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores; así como a las autoridades sectoriales y al Indecopi, en su calidad de autoridad nacional de protección del consumidor, en el ámbito de sus respectivas competencias.

Artículo 4.- Advertencias y alertas de productos o servicios con riesgos no previstos que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, deberá tomarse en consideración la siguiente diferencia:

- a. **Advertencia:** Es el aviso público que realiza el proveedor a través de medios de comunicación tales como diario, radio, portal web o comunicaciones individuales dirigidas a los consumidores [vía telefónica, correo u otras con los mismos efectos] con el fin de poner en su conocimiento la existencia de algún riesgo para su salud y/o seguridad detectado en los productos o

servicios que comercializa, así como las medidas que los consumidores deben adoptar sobre el particular.

- b. Alerta:** Es la publicación dirigida a la ciudadanía que realiza el Indecopi o la autoridad sectorial competente en sus respectivos portales institucionales, a fin de comunicar sobre los riesgos para la salud y/o seguridad de los consumidores que presenta un producto o servicio en el mercado peruano. Dicha alerta se realizará en función a las fuentes de información señaladas en el artículo 6 del presente Reglamento.

Artículo 5.- Características del producto o servicio advertido o alertado

Al momento de la publicación de la advertencia o alerta, los productos o servicios en los que se detecten riesgos no previstos, deben encontrarse, prestarse o haberse comercializado en el mercado nacional y estar destinados o puedan ser utilizados por el consumidor.

Artículo 6.- Fuentes de detección de productos o servicios con riesgos no previstos

La existencia de productos o servicios con riesgos no previstos para la salud y/o seguridad de los consumidores puede ser detectada a través de:

- a. Los propios proveedores en su condición de productor, importador, distribuidor o comercializador. En tal supuesto, el proveedor deberá informar a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi, así como a los consumidores, a fin de advertir sobre los riesgos existentes y las precauciones a tomar. Estas comunicaciones deberán efectuarse en los plazos previstos en los artículos 9 y 11 del presente Reglamento.
- b. La autoridad sectorial competente, que deberá remitir una comunicación a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi, identificando el producto o servicio considerado riesgoso, así como los efectos que puede generar al consumidor y las medidas a adoptar para contrarrestar dicho riesgo. Esta comunicación deberá ser remitida en el plazo máximo de cinco (05) días hábiles, contados a partir de la fecha en la que haya comunicado la peligrosidad del producto o servicio en sus respectivos portales institucionales.
- c. Fuentes oficiales internacionales de alertas o intercambio de información sobre productos riesgosos o información remitida por asociaciones de consumidores o consumidores afectados a la Dirección de la Autoridad

Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi. En este supuesto, la Dirección remitirá un requerimiento de información al proveedor y ejecutará las acciones tendientes a verificar la información brindada y determinar la necesidad de emitir una alerta por producto o servicio con riesgos no previstos que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores.

Artículo 7.- Riesgos no reconocidos por el proveedor

- 7.1. En caso que el proveedor no reconozca los riesgos detectados a través de las fuentes a que se refiere el literal c) del artículo 6 del presente Reglamento, el Indecopi podrá, a través de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización y la Comisión de Protección al Consumidor respectiva, iniciar acciones para determinar el riesgo del producto o servicio puesto a disposición de los consumidores, sin perjuicio de las responsabilidades por violación de normas sectoriales que determine la autoridad respectiva y las responsabilidades penales que determine el Ministerio Público, según corresponda.
- 7.2. Ante la situación descrita en el numeral 7.1 precedente, el Indecopi -luego de efectuar la evaluación respectiva- tomando en consideración la existencia de riesgos y a fin de salvaguardar la seguridad de los consumidores, publicará la alerta correspondiente, debiendo incluir la indicación respecto de que existen aspectos disputados por el proveedor.

Artículo 8.- Medidas de los proveedores para eliminar o reducir los riesgos no previstos en productos o servicios

- 8.1. Cuando se verifique la existencia de riesgos no previstos para la salud y/o seguridad de los consumidores en productos o servicios colocados en el mercado, el proveedor debe adoptar de manera inmediata medidas razonables destinadas a eliminar o reducir dicho riesgo. Con carácter enunciativo y a fin de orientar las acciones de los administrados, a continuación se indican algunas de las medidas que los proveedores deben adoptar para eliminar o reducir los riesgos no previstos en productos o servicios colocados en el mercado:
 - a. Comunicar a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi, la existencia de riesgos no previstos;
 - b. Emitir la advertencia correspondiente, comunicando a los consumidores los peligros de los productos o servicios adquiridos o colocados en el mercado; y,

- c. Disponer la sustitución, reparación, retiro del mercado de los productos o servicios u otras medidas que permitan mitigar o eliminar el riesgo existente, según su naturaleza.
- 8.2. La prueba de las medidas adoptadas para eliminar o reducir los peligros corresponde a los proveedores.
- 8.3. Los distribuidores y comercializadores que tengan sospechas sobre la seguridad de un producto o hubieran verificado, en al menos una unidad, que el producto incrementa el riesgo de manera injustificada -aun cuando consideren que se trata de un caso aislado- deben remitir al productor y a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor la información de la que disponen, en el plazo previsto en el numeral 9.1 del artículo 9 del presente Reglamento.
- 8.4. En caso que el fabricante o el importador del producto sea quien detecte el carácter peligroso de un producto, además de reportarlo a las autoridades competentes y al consumidor, deberá informarlo a los distribuidores y comercializadores en un plazo no mayor al previsto en el numeral 9.1 del artículo 9 del presente Reglamento.

Artículo 9.- Celeridad en la difusión de advertencias a los consumidores

- 9.1. Los proveedores deben difundir las advertencias en un plazo máximo de cinco (05) días calendario, contados desde la fecha en la que hayan tomado conocimiento de la peligrosidad del producto o existan indicios suficientes para suponer la existencia del peligro.
- 9.2. Si el proveedor emite la advertencia luego de vencido el plazo dispuesto en el numeral 9.1 que antecede, deberá acreditar ante la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi las causas que le impidieron cumplir con la difusión de la advertencia en el plazo previsto.

Artículo 10.- Cumplimiento de la obligación de los proveedores de informar al Indecopi

- 10.1. La obligación de los proveedores de informar al Indecopi se cumple mediante una comunicación dirigida a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, según los formatos aprobados por la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi, conteniendo lo siguiente:

- a. Identificación del proveedor que informa sobre el producto o servicio peligroso, especificando la razón social, Registro Único de Contribuyente, dirección, números telefónicos y correo electrónico; así como, los datos de una persona de contacto.
 - b. Información sobre los proveedores que participaron en la cadena de fabricación, distribución, importación y comercialización (de corresponder), de poseer esta información.
 - c. Descripción sencilla y detallada del producto o servicio, en especial marca, modelo, lote, serie, chasis (de corresponder), fecha de fabricación y país de procedencia.
 - d. Descripción detallada del defecto o característica del producto o servicio generador del riesgo no previsto, efectos que puede generar en el consumidor y, de ser el caso, descripción de los accidentes que podría generar.
 - e. Cantidad de productos o servicios puestos en el mercado y unidades adquiridas por los consumidores.
 - f. Distribución geográfica de los productos o servicios materia de alerta, de contar con esta información.
 - g. Medidas adoptadas por el proveedor para mitigar el riesgo generado por el producto o servicio.
 - h. Copia de la advertencia difundida.
 - i. Plazo fijo o aproximado a partir del cual se vienen implementando o implementarían los remedios de reparación o de reposición.
 - j. Anexos que se adjuntan a la comunicación: fotos, declaración única de aduanas, constancia de las comunicaciones emitidas, comunicaciones entre la casa matriz y la sucursal, pruebas de laboratorio, informes, discos compactos, memorias USB, etc.
- 10.2. Para el cumplimiento de la obligación prevista en el numeral anterior, los proveedores deberán tomar en consideración lo dispuesto en el artículo 5 del Decreto Legislativo N° 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi.

Artículo 11.- Plazo para remitir la información al Indecopi

Los proveedores deberán cumplir con remitir la información a que hace referencia el numeral 10.1 del artículo 10 del presente Reglamento en un plazo máximo de cinco [05] días hábiles, contados desde la fecha en que hayan tomado conocimiento de la peligrosidad del producto o existan indicios suficientes para suponer la existencia del peligro, pudiendo solicitar una ampliación por motivos fundamentados, hasta por diez [10] días hábiles adicionales.

Artículo 12.- Obligación del proveedor de informar al consumidor

- 12.1. Los proveedores que participen en el proceso de producción o comercialización de los productos o servicios en los que se advierta la existencia de riesgos no previstos, deberán comunicar de manera inmediata dicha situación a los consumidores, en el plazo previsto en el numeral 9.1 del artículo 9 del presente Reglamento y de conformidad con lo establecido en el artículo 29 del Código.
- 12.2. Los proveedores deben elegir una forma de comunicación idónea, que permita advertir a los consumidores sobre los riesgos que generan los productos o servicios colocados en el mercado. Al seleccionar la forma de comunicación se deberá tomar en consideración la cantidad de unidades comercializadas, la naturaleza del producto o servicio y el sector de consumidores que adquirió el producto o servicio.
- 12.3. Cuando sea posible individualizar a los consumidores que adquirieron el producto o servicio, los proveedores deberán optar por, al menos, una de las siguientes formas de comunicación:
- a. Comunicaciones individuales a través de cartas, correos electrónicos, llamadas telefónicas u otros;
 - b. Medios de comunicación masivos (televisión, radio, prensa escrita, según el formato aprobado por la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi); u,
 - c. Otras debidamente autorizadas por el Indecopi.
- 12.4. Cuando no sea posible identificar a los consumidores que adquirieron el producto o servicio, los proveedores deberán comunicar los riesgos que generan los productos o servicios comercializados a través de, al menos, un [01] medio de comunicación masivo de alcance nacional (radio, diarios de mayor circulación o televisión), que el proveedor considere idóneo para tales efectos.

- 12.5. Los proveedores, además de adoptar las medidas previstas en los numerales 12.3 o 12.4 precedentes, podrán replicar la comunicación dirigida a los consumidores en sus portales web.
- 12.6. La comunicación debe contener, además de la información contenida en el numeral 10.1 del artículo 10 del presente Reglamento con excepción de los literales e), f) y j), las medidas de precaución a tomar, un número de contacto y si se procederá al cambio o reparación.
- 12.7. El proveedor deberá acreditar ante la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi el medio de comunicación utilizado.

Artículo 13.- De las funciones y facultades del Indecopi

- 13.1. El Indecopi, a través de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, tiene atribuidas las siguientes funciones:
 - a. Evaluar las advertencias remitidas por los proveedores.
 - b. Hacer seguimiento y monitoreo de las fuentes oficiales internacionales de alertas o intercambio de información sobre productos riesgosos.
 - c. Poner en conocimiento del proveedor la información sobre productos o servicios peligrosos remitida por los consumidores o asociaciones de consumidores.
 - d. Evaluar la pertinencia de la publicación de una alerta, tomando en consideración los criterios previstos en los artículos 14 y 15 del presente Reglamento.
 - e. Suministrar información a la Gerencia de Supervisión y Fiscalización y a la Comisión de Protección al Consumidor respectiva, en caso de detectar una posible afectación de los consumidores debido a la falta de idoneidad de los productos que representen riesgos en la seguridad de los consumidores, o a las omisiones al deber de información, reporte, reposición, mitigación y advertencias que pueda haber generado determinado proveedor en el mercado.
- 13.2. A efectos de cumplir las funciones atribuidas en el numeral 13.1 precedente, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor cuenta con las siguientes facultades:

- a. Requerir información a los proveedores en atención a las alertas internacionales, a fin de verificar si el producto o servicio se encuentra en el mercado nacional y, de ser el caso, emitir la alerta correspondiente. La absolución de este requerimiento de información por parte de los proveedores deberá efectuarse en los plazos previstos en el artículo 11 del presente Reglamento.
- b. Citar a los proveedores de los productos o servicios riesgosos, a efectos de obtener mayor información sobre las características de dichos productos o servicios, riesgos que puede generar su manipulación y medidas a adoptar para eliminar o reducir los riesgos. En caso de inasistencia del proveedor, remitirá la información de la que dispone a la Gerencia de Supervisión y Fiscalización, a fin que inicie la fiscalización correspondiente.
- c. Solicitar al proveedor la modificación de la advertencia puesta en conocimiento de los consumidores, cuando estime que no ha cumplido con los parámetros previstos en el artículo 12 del presente Reglamento.

Artículo 14.- Procedimiento y alerta emitida por el Indecopi

- 14.1. Si la información proviene de una fuente oficial internacional de alertas, intercambio de información o es remitida por asociaciones de consumidores o consumidores afectados, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor solicitará información a la autoridad sectorial competente, a otras entidades involucradas y/o al proveedor, para que en el plazo de tres (03) días hábiles remitan información complementaria sobre el producto o servicio riesgoso. De confirmarse la presencia del riesgo para la salud y/o seguridad del consumidor, se procederá a alertar a los consumidores sobre la presencia de dichos productos o servicios en el mercado peruano a través del portal institucional y otros medios disponibles, salvo que se presente alguno de los supuestos de exclusión de alertas previsto en el artículo 15 del presente Reglamento.
- 14.2. La alerta se publicará en los mismos términos en los que fue recibida, sin necesidad de corroborar la información con los proveedores, salvo que se efectúen rectificaciones o precisiones posteriores a dicha información o que la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor considere que la información requiera una mejor explicación en beneficio de los consumidores, cuando la información que la sustente provenga de las siguientes fuentes:

- a) Reconocimiento voluntario de los proveedores sobre sus propios productos o servicios.
 - b) De una autoridad sectorial competente sobre los productos o servicios de su competencia.
 - c) Las que sean ordenadas por la autoridad administrativa o judicial a través de una medida cautelar, resolución o sentencia firme, según sea el caso.
- 14.3. En los casos descritos en los numerales 14.1 y 14.2 precedentes, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor remitirá la información a la Comisión de Protección del Consumidor respectiva, a efectos de determinar el incumplimiento de lo establecido en el Código.
- 14.4. Adicionalmente, el Indecopi, a través del órgano correspondiente, informará y coordinará con las autoridades competentes, a fin que -en ejercicio de sus facultades- implementen, cuando corresponda, medidas que permitan prevenir o mitigar el peligro o daño contra los consumidores, de conformidad con la legislación nacional vigente.

Artículo 15.- Exclusiones a la publicación de alertas

- 15.1. La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi omitirá, modificará o suspenderá la publicación de las alertas, según corresponda, por las consideraciones siguientes:
- a) Si se trata de productos o servicios respecto de los cuales el fabricante efectuó acciones correctoras inmediatas para todos los productos o servicios.
 - b) Si el defecto advertido está limitado a productos o lotes debidamente identificados y han sido retirados del mercado sin que hayan sido adquiridos por los consumidores.
 - c) Si los problemas están relacionados con la calidad del producto y no con su seguridad.
 - d) Si la presencia de riesgos para la salud y/o seguridad del consumidor se presenta en un producto o servicio aislado.

e) Si las fuentes enumeradas en los literales b) y c) del numeral 14.2 del artículo 14 del presente Reglamento modifican la información que originó la emisión de la alerta.

15.2. Corresponde al proveedor acreditar ante la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi el supuesto de exclusión invocado cuando solicite omitir, modificar o suspender la publicación de una alerta.

Artículo 16.- Del suministro de información al Sistema Internacional de Alertas

A fin de evitar potenciales daños en otros mercados y, de ser necesario, el Indecopi remitirá una notificación a las fuentes oficiales internacionales de alertas o intercambio de información sobre productos riesgosos a las cuales se encuentre adscrita, sobre el producto o servicio alertado en el portal institucional del Indecopi.

Artículo 17.- Cumplimiento de las obligaciones previstas en el Código

La observancia de lo indicado en el presente Reglamento será tomada en cuenta por los órganos competentes del Indecopi a efectos de evaluar el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 28 del Código.

Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor

DECRETO SUPREMO N° 006-2017-PCM

CONCORDANCIAS:

Decreto Supremo N° 024-2017-PCM

Decreto Supremo que aprueba el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020

Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI N° 077-2017-INDECOPI-COD

Aprobaban Directiva N° 007-2017-DIR-COD-INDECOPI denominada "Directiva que regula la delegación de facultades de difusión y educación en materia de protección al consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor"

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO

Que, la Constitución Política del Perú, establece en el artículo 65 que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios garantizando el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población;

Que, el Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021, aprobado a través del Decreto Supremo N° 054-2011-PCM, hace referencia a las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional, entre las que se encuentra la afirmación de la economía social de mercado. Dicha política tiene como objetivo la promoción de la competitividad del país, lo que implica evitar el abuso de posiciones dominantes y prácticas restrictivas de la libre competencia y propiciar la participación de organizaciones de consumidores en todo el territorio;

Que, el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, señala en el artículo I de su Título Preliminar que el mencionado Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como principio rector de la política social y económica del Estado, la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú;

Que, el numeral 11] del artículo VI del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor, expresamente instituye como política pública, la protección al consumidor, especificando que dicha política debe de ser transversal con la finalidad que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor;

Que, el artículo 133 del dispositivo en mención, crea el Consejo Nacional de Protección del Consumidor como órgano de coordinación en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros, conformado por los representantes de diversos sectores del Poder Ejecutivo, de los Gobiernos Regionales y Locales, de los organismos reguladores y de la sociedad civil, entre otros;

Que, el literal a) del artículo 134 de la norma precitada, dispone como función del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, proponer y armonizar la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, la que debe ser aprobada por la Presidencia del Consejo de Ministros. Dicha función es ejecutada en coordinación con la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor;

Que, en cumplimiento del citado mandato, el Consejo Nacional de Protección del Consumidor ha impulsado la elaboración de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, la misma que ha contado con la participación activa de los miembros del Consejo Nacional;

Que, la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, constituye una herramienta fundamental de política pública que permitirá con una evidente visión a largo plazo, tornar mayor y más eficaz la protección de los consumidores o usuarios en el país, direccionando la implementación, desarrollo y gestión del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, creado por el artículo 132 del Código de Protección y Defensa del Consumidor;

Que, el numeral 1 del artículo 4 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, Ley N° 29158, determina como parte de las competencias exclusivas del Poder Ejecutivo, diseñar y supervisar las políticas nacionales y sectoriales, que son de cumplimiento obligatorio por todas las entidades del Estado en todos los niveles de gobierno;

Que, en ese contexto, el artículo invocado prescribe que las Políticas Nacionales definen los objetivos prioritarios, los lineamientos, los contenidos principales de las políticas públicas, los estándares nacionales de cumplimiento y la provisión de servicios que deben ser alcanzados y supervisados para asegurar el normal desarrollo de las actividades públicas y privadas, las cuales conforman la política

general de gobierno. Asimismo, precisa que el cumplimiento de las políticas nacionales y sectoriales del Estado es de responsabilidad de las autoridades del Gobierno Nacional, los gobiernos regionales y los gobiernos locales;

Que, de acuerdo con el citado artículo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, Ley N° 29158, las políticas nacionales y sectoriales se aprueban por decreto supremo, con el voto del Consejo de Ministros;

Que, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 118 de la Constitución Política del Perú, el numeral 1 del artículo 4 y el numeral 3 del artículo 11 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, Ley N° 29158, y el artículo 134 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1.- De la Aprobación

Aprobar la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, la misma que como Anexo forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Ámbito de Aplicación

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor es una política nacional de obligatorio cumplimiento por todas las entidades del Estado, en todos los niveles de gobierno, en el marco de sus competencias.

Artículo 3.- De la implementación y coordinación de la Política Nacional

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es responsable de ejecutar y coordinar la implementación de la Política Nacional por parte de las entidades del Estado.

Artículo 4.- Del seguimiento y evaluación de la Política Nacional

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi tiene a su cargo el seguimiento y evaluación del cumplimiento de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 5.- Del Financiamiento

Las acciones que se realicen en el marco de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, aprobada por el presente Decreto Supremo, se financian con cargo a los presupuestos institucionales de los pliegos involucrados, en el marco

de sus respectivas competencias, conforme a las leyes anuales de presupuesto del Sector Público, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

Artículo 6.- De la publicación

Publíquese el presente Decreto Supremo, el Anexo correspondiente referido a la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor en el Diario Oficial “El Peruano”, y en la misma fecha, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe) y en los Portales Institucionales de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe), del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi (www.indecopi.gob.pe) y de las entidades públicas que forman parte del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor y/o se encuentran representadas en el Consejo Nacional de Protección del Consumidor, de acuerdo con lo establecido en el artículo 133 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 7.- Del refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

Única.- Aprobación del Plan Nacional de Protección y Defensa de los Consumidores 2017-2020.

En un plazo máximo de treinta (30) días hábiles posteriores a la publicación de esta norma, mediante Decreto Supremo con el refrendo del Presidente del Consejo de Ministros, a propuesta del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, se aprobará el Plan Nacional de Protección y Defensa de los Consumidores 2017-2020, como instrumento para la implementación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veinticinco días del mes de enero del año dos mil diecisiete.

PEDRO PABLO KUCZYNSKI GODARD
Presidente de la República

FERNANDO ZAVALA LOMBARDI
Presidente del Consejo de Ministros

Anexo 1:**POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR****PRESENTACIÓN**

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor es presentada a la ciudadanía en cumplimiento de lo dispuesto por el Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado por Ley N° 29571 [en adelante, el Código] y constituye una herramienta fundamental de política pública, que permitirá, con una evidente visión a largo plazo, tornar mayor y más eficaz la protección de los consumidores o usuarios en el país [en adelante indistintamente, los Consumidores], direccionando la implementación, desarrollo y gestión del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor [en adelante, el Sistema], creado por el artículo 132° del Código y definiendo así los objetivos prioritarios, lineamientos, contenidos principales y estándares de obligatorio cumplimiento en materia de protección de los consumidores.

Resulta necesario indicar que el entorno social en el que se presentan las relaciones de consumo hoy en día, ha generado varios factores a tener en cuenta al establecer los mecanismos de protección del consumidor y por ende en el establecimiento de la política nacional de la materia, así: [i] el incremento de la población económicamente activa y la tendencia al crecimiento de la población adulta mayor, generando con ello mayores transacciones de consumo y un mayor segmento de consumidores más vulnerables; [ii] la presencia de centros urbanos más poblados; [iii] el incremento de la clase media y el poder adquisitivo; [iv] el surgimiento de consumidores más empoderados de la mano de las nuevas tecnologías; [v] la existencia de consumidores con mayor nivel de instrucción; [vi] la profundización de la globalización y la liberalización del comercio; [vii] el mayor desarrollo del comercio electrónico; y, [viii] la preocupación de las empresas por su reputación corporativa ligada al uso eficiente de recursos naturales y medioambientales. Factores que hoy en día conviven con otros previamente existentes como [i] una alta tasa de población aún analfabeta o con poca instrucción; y, [ii] una situación de extrema pobreza en la que se encuentra un segmento de la población peruana; y que por la propia naturaleza de dicha condición coloca a los consumidores pertenecientes a dichos segmentos en una situación de vulnerabilidad frente a las relaciones de consumo.

Teniendo en cuenta ello, y siendo conscientes de que el escenario de la protección del consumidor se ha visto fortalecido con la dación de una normativa orientada a solucionar los conflictos de consumo, con la existencia de mecanismos de

prevención y solución de dichos conflictos; y, que gradualmente, se ha generado una mejor y mayor información que facilite la toma de decisiones de consumo; es necesario garantizar una mayor protección de los consumidores cuyos derechos puedan ser vulnerados, para lograr dicho objetivo, resulta prioritaria la consolidación e integración progresiva del Sistema, resultando vital la participación activa del Estado, mayor compromiso por parte de los proveedores y una mejor y mayor participación de los consumidores a través de las asociaciones que los agrupan.

En ese sentido, la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor como herramienta del proceso estratégico de desarrollo del país, constituye la base para lograr una mayor y más eficaz defensa de los derechos de los consumidores, contribuyendo así al desarrollo del mercado en pleno respeto de los derechos de sus finales destinatarios.

Ante ello, al Estado Peruano le corresponde declarar de importancia nacional la promoción de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, que permita un mayor y más eficaz nivel de protección de los consumidores en el país, incidiendo intensamente en los sectores más vulnerables.

Por tanto, el Estado debe generar las condiciones políticas, legales, institucionales, administrativas, económicas, sociales y financieras, con reglas de juego claras y estables, que permitan favorecer el cumplimiento de los objetivos establecidos en esta Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

1. BASE LEGAL

Dentro del régimen económico establecido en la Constitución Política del Perú, se destaca la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, garantizando el derecho de estos a la información sobre los bienes y servicios que se encuentren a su disposición en el mercado y velando por la salud y seguridad de la población, de acuerdo a lo señalado en el artículo 65^{o1} de nuestra Carta Magna. Adicionalmente, la propia Constitución Política del Perú en su artículo 2^o señala el derecho de toda persona a la igualdad ante la ley y 3^o reconoce como derechos constitucionales a aquellos que se fundan en la dignidad del hombre².

1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ DE 1993

Artículo 65°.- El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.

2 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ DE 1993

Artículo 3°.- La enumeración de los derechos establecidos en este capítulo no excluye los demás que la Constitución garantiza, ni otros de naturaleza análoga o que se fundan en la dignidad del hombre, o en los principios de soberanía del pueblo, del Estado democrático de derecho y de la forma republicana de gobierno.

Así, el Acuerdo Nacional³ precisa el compromiso del Estado respecto al sostenimiento de la política económica del país sobre los principios de la economía social de mercado, conllevando el papel insustituible de un Estado responsable, promotor, regulador, transparente y subsidiario, que busca lograr el desarrollo humano y solidario del país mediante un crecimiento económico sostenido con equidad social.

El Código constituye el soporte normativo de la protección de los consumidores en el país, estableciendo el marco jurídico que permite desarrollar el trabajo de educación, orientación y difusión de los derechos de los consumidores, protegiendo la salud y la seguridad de estos, diseñando los mecanismos de prevención y solución de conflictos entre proveedores y consumidores y creando el Sistema, cuyo fortalecimiento resulta necesario con la finalidad de efectivizar la ya referida protección.

El literal a) del artículo 134° del Código, precisa que es función del Consejo Nacional de Protección del Consumidor en coordinación con la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, los que deben ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros.

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor es una política de Estado que comprende a todos los niveles de gobierno y actores públicos y privados. Se inscribe en el marco legal y de políticas públicas descrito, así como en el conjunto de normas y políticas sectoriales sobre la materia. Adicionalmente, respeta los tratados, acuerdos y convenios internacionales ratificados por el Perú, relacionados con la protección y defensa de los consumidores.

2. CONTEXTO

El Perú viene mostrando un importante fortalecimiento de sus instituciones en relación a la protección de los consumidores. Así, en los últimos años se ha evidenciado importantes avances en la normativa orientada a solucionar los conflictos de consumo que se pudieran presentar entre consumidores y proveedores, se han implementado y promovido diversos mecanismos de prevención y solución de dichos conflictos; y, gradualmente, se viene generando una mejor y mayor información que facilita la toma de decisiones de consumo. Producto de este fortalecimiento normativo hoy contamos con un Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual crea el Consejo Nacional de Protección del Consumidor, órgano

3 El Acuerdo Nacional es el conjunto de políticas de Estado elaboradas y aprobadas sobre la base del diálogo y del consenso, luego de un proceso de talleres y consultas a nivel nacional, con el fin de definir un rumbo para el desarrollo sostenible del país y afirmar su gobernabilidad democrática.

de coordinación en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros, y le encarga la función de proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los consumidores⁴.

Sin embargo, es necesario tornar aún mayor y más eficaz la protección de los consumidores⁵, resultando para ello indispensable la consolidación e integración del Sistema, y así de modo progresivo se puedan alcanzar mayores niveles de coordinación, participación y cumplimiento de las funciones y competencias de cada uno de los actores que participan en él. Teniendo en cuenta el objetivo descrito, y toda vez que una política nacional debe responder a una realidad específica sobre la que el Estado determina trabajar, el diseño de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor ha sido realizado teniendo como punto de partida el siguiente análisis situacional:

1. La economía peruana ha crecido en los últimos años, por ende, los mercados también se han desarrollado y la naturaleza de las transacciones se ha vuelto más compleja.
2. Entre 1993 y 2015 el tamaño de la economía peruana, medida a través de la magnitud del Producto Bruto Interno, aumentó en cerca de tres veces sumando en el año 2015 los S/. 482 370 millones⁶, tras crecer a una tasa promedio anual real de 5.6%. En dicho período, el consumo privado⁷ se multiplicó en 2.7 veces, mientras el PBI per cápita anual pasó de S/.7 025 a S/. 15 485 [a precios constantes del año 2007] en el año 2015⁸. Durante el mismo período, la actividad comercial, medida a través de su PBI sectorial, aumentó en 3.19 veces, creciendo a un ritmo promedio anual de 5.7% entre 1993 y 2015, periodo en el cual también se dio un crecimiento importante de los créditos de consumo.

4 CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, LEY N° 29571

“Artículo 134.- Funciones del Consejo Nacional de Protección del Consumidor

Son funciones del Consejo Nacional de Protección del Consumidor ejecutadas en coordinación con la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor las siguientes:

a. Proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que deben ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros. [...]”

5 ↵

6 En términos reales, a precios constantes del año 2007, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI].

7 Referido a la oferta de bienes y servicios relacionados con el consumo privado. Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI].

8 Cabe destacar que, de acuerdo a la clasificación del Banco Mundial, en el 2013, el Perú se ubicó en el grupo de países considerados de “ingresos medios” (con US\$ 6 714 por persona en términos de dólares constantes de 1990). Con base a “La Trampa del Ingreso Medio”. El mayor desafío del Perú en los próximos años. CEPLAN.

3. La expansión comercial se caracterizó por cambios en los sistemas de comercialización destacando el continuo desarrollo del canal moderno a nivel descentralizado, con la expansión de complejos comerciales y formatos diversos como supermercados, tiendas de mejoramiento del hogar, tiendas por departamentos, salas de cines, cadenas de farmacias, entre otros.⁹
4. Entre 1993 y 2015, la apertura comercial decantó en una mayor oferta importada: las importaciones de bienes de consumo, en términos monetarios, se incrementaron en 12.1 veces, los bienes de consumo duraderos y no duraderos¹⁰ crecieron a un ritmo anual de 12.6% y 11.6%, respectivamente.
5. Los patrones de consumo de las familias han cambiado, reflejados en la estructura de gasto real. De forma referencial, por ejemplo, en Lima Metropolitana ha disminuido la importancia relativa del gasto total en alimentos y bebidas [de 61.7% en el año 1990 a 37.8% en 2009 que es cuando se dio el último cambio de año base para la canasta familiar] en contraste con el incremento en la importancia relativa de los servicios y el gasto en esparcimiento, cultura y diversión¹¹.
6. Los efectos en el bienestar, derivados del crecimiento económico, se aprecian claramente en la reducción de la tasa de pobreza [la que pasó de 59% en el año 2004 a 21.8% en el año 2015], el incremento del ingreso real per cápita mensual promedio [el cual creció 46.6% entre el 2004 y 2015, resaltando, el crecimiento experimentando entre los deciles¹² N° 2 y N° 5], la leve mejora en cuanto a la distribución de los ingresos, medido a través de coeficiente de Gini¹³ [el cual pasó de 0.49 en el año 2004 al 0.44 en el año 2015] y en el mayor acceso por parte de los hogares a los diversos servicios básicos, programas asistenciales en el caso de segmentos vulnerables y un mayor equipamiento en el hogar. [Ver Ilustración 1].

9 Según la Asociación de Centros Comerciales y Entretenimiento del Perú (Accep), en el año 2015 operaban 73 centros comerciales con un total de 7 127 tiendas. El crecimiento ha sido notorio si se compara con lo reportado en el año 2000 cuando solo operaban ocho centros ubicados en su totalidad en Lima.

10 Entre las que destacó, según la SUNAT, las importaciones de máquinas y aparatos de uso doméstico [11.9%] y vehículos de uso particular [12.0%]. Al respecto, en este mismo período, la venta de vehículos nuevos creció 8.4 veces.

11 Con base a la estructura porcentual de gasto del Índice de Precios al Consumidor en Lima Metropolitana. En el año 1990 la estructura corresponde a la Encuesta de Seguimiento de Consumo (Ensecco); mientras que, para el año 2009 a la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (ENAPREF).

12 El decil es una medida de localización o posición no central. Los deciles son los nueve puntos que dividen la distribución en diez puntos de forma tal que, dentro de cada uno, están incluidos el 10% de los datos. Por tanto, el decil es un valor que representa la décima parte de un conjunto de información. El dato es estimado sobre la base de la información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

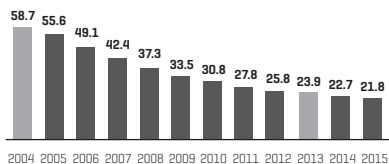
13 El Coeficiente de Gini es un indicador que mide el grado de desigualdad de una distribución. En este caso, para la distribución del ingreso se tendrá que el valor de cero [0] corresponderá a una distribución perfectamente equitativa y uno [1] a una perfecta inequidad.

Ilustración 1

Perú: Acceso a servicios básicos y evolución de la pobreza

Porcentaje de hogares que tuvieron...	1993	2015
Acceso a agua por red pública (nacional)	46.7	85.4
Área urbana	68.5	92.0
Área rural	N.D.	64.5
Servicio de alcantarillado por red pública (nacional)	40.0	77.3
Área urbana	63.3	88.0
Área rural	N.D.	43.1
Servicio de energía eléctrica por red pública (nacional)	54.9	93.9
Área urbana	N.D.	98.9
Área rural	N.D.	77.9

Evolución de la tasa de pobreza a nivel nacional (%)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

- En línea con los cambios y dinámica económica y social experimentada en los últimos 20 años, también los cambios han sido profundos a nivel demográfico en el Perú: entre 1993 y 2015 la población peruana aumentó en 8.5 millones de personas, sumando un total de 31.2 millones, con una mayor densidad, expresada en el número de habitantes por Km²¹⁴. Cabe precisar que, si bien la población ha sido mayor, en números absolutos, la tasa de crecimiento poblacional ha disminuido [la tasa intercensal entre 1993 y 2007 fue de 1.6% versus el 2% del período 1981 – 1993 y del 2.6% del período 1972 – 1981]¹⁵. [Ver Ilustración 2] De igual forma, la distribución poblacional según ámbito geográfico ha cambiado: en el año 2015 la población de la zona urbana representó el 77% del total versus el 68% reportado en el año 1993 evidenciando la emigración hacia los centros de producción y consumo.
- De acuerdo con las cifras del INEI, la estructura poblacional reflejada en la forma de la pirámide poblacional evidencia el menor número de nacimientos, mayor población activa¹⁶ y mayor proporción de población en edad adulta, reflejo del inicio del proceso de envejecimiento de la población peruana.

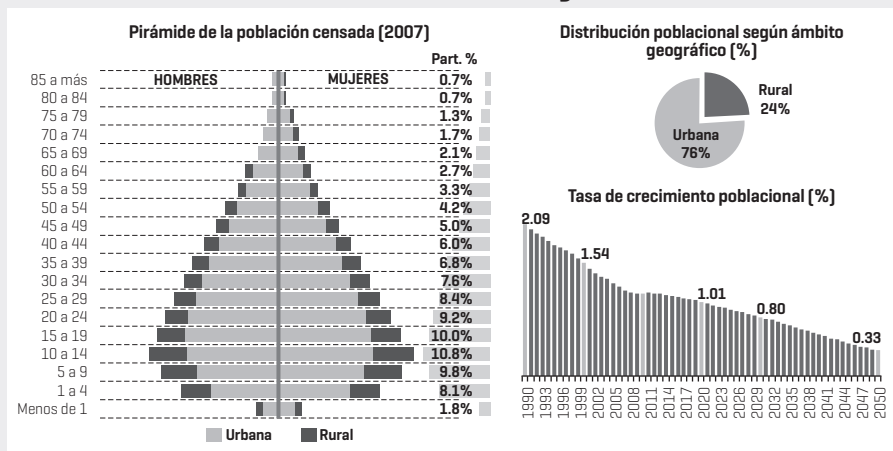
14 La densidad poblacional es un indicador que permite evaluar la concentración de la población de una determinada área geográfica. En el año 2007 la densidad poblacional del Perú se ubicó en 22 habitantes por km², nivel 4 veces más que el registrado 67 años antes, situándose como el quinto país de mayor densidad poblacional en América del Sur.

15 INEI. Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2007. Junio 2008

16 En el mercado laboral la Población Económicamente Activa (PEA) está comprendida por todas las personas de catorce [14] años y más de edad que en un determinado período de estudio se encontraban i) trabajando, ii) no trabajaron, pero tenían trabajo y iii) se encontraban buscando activamente un trabajo.

[Ver Ilustración 2]. Esta característica [de crecimiento de la proporción de personas en edades potencialmente productivas en relación con la de personas en edades potencialmente inactivas] es el denominado “bono demográfico” u oportunidad demográfica, en la que se produce una situación particularmente favorable para el desarrollo, ya que aumentan las posibilidades de ahorro e inversión en crecimiento económico¹⁷, así como la incorporación de una mayor masa de consumidores¹⁸.

Ilustración 2 Perú: Características demográficas



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

9. La población no solo está desplegada en diversos mercados geográficos de diverso desarrollo sino también se diferencia según sus características socioeconómicas¹⁹ que finalmente se reflejan en patrones de consumo

17 Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. Panorámica social de América Latina (2008). El bono demográfico: una oportunidad para avanzar en materia de cobertura y progresión en educación secundaria. Según la CEPAL (2008), el Perú cuenta con un bono demográfico de 44 años (2005- 2049) y tras esta etapa habrá un período de rápido envejecimiento poblacional que traerá nuevos desafíos a la sociedad y requerirá de programas y políticas públicas de ajuste en diversas áreas, incluido el suministro de cuidados de largo plazo y el financiamiento de pensiones para una población progresivamente envejecida.

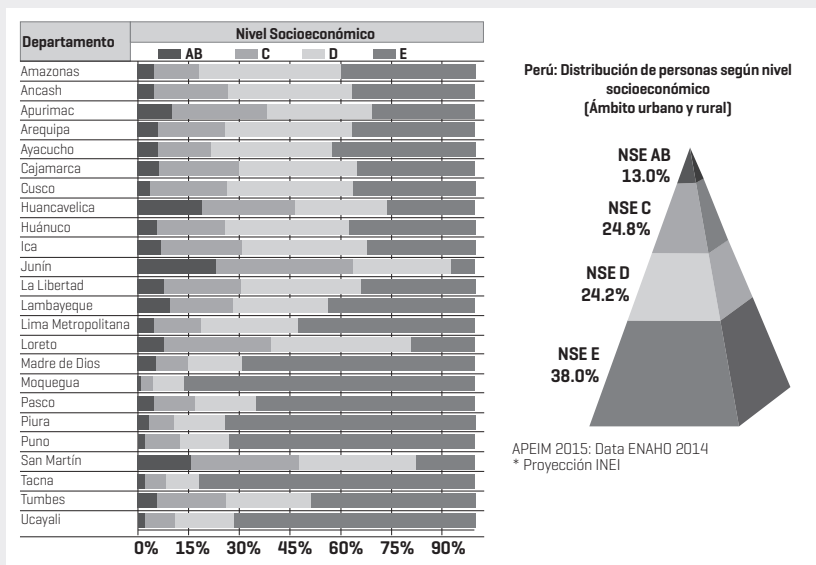
18 Cabe destacar que la proporción de la población perteneciente a los Niveles Socioeconómicos B y C, según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados [APEIM], en el Perú [ámbito urbano y rural] representó el 35.6% del total; habiéndose reportando un ensanchamiento de los NSE B y C en los últimos años en contraste con la participación de los NSE D y E.

19 Considerando las estadísticas de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados [APEIM]: Niveles Socioeconómicos 2015. APEIM. Julio 2015. La segmentación de hogares por NSE es una metodología de análisis compartida por las empresas de investigación de mercado. Se entiende por NSE un conjunto significativo de personas que comparten condiciones económicas y sociales que las hacen similares entre sí y distintas de las demás.

diferentes: al año 2015, el 38% del total de la población perteneció al NSE E, 24.2% al NSE D, 24.8% al NSE C y el 13% al NSE A y B en su conjunto, variando dicha composición a nivel de departamentos. [Ver Ilustración 3].

10. Cabe precisar que en la medida que la mayor proporción de la población pertenece a los NSE más bajos resulta más difícil el desarrollo de mercados y la masificación de relaciones de consumo de carácter formal²⁰. En este sentido, el acercamiento hacia dichos segmentos por parte de las diversas entidades del Sistema se ha dado a través de la apertura de oficinas regionales y la generación de herramientas informáticas.

Ilustración 3
Perú: Distribución de personas según nivel socioeconómico (2015)



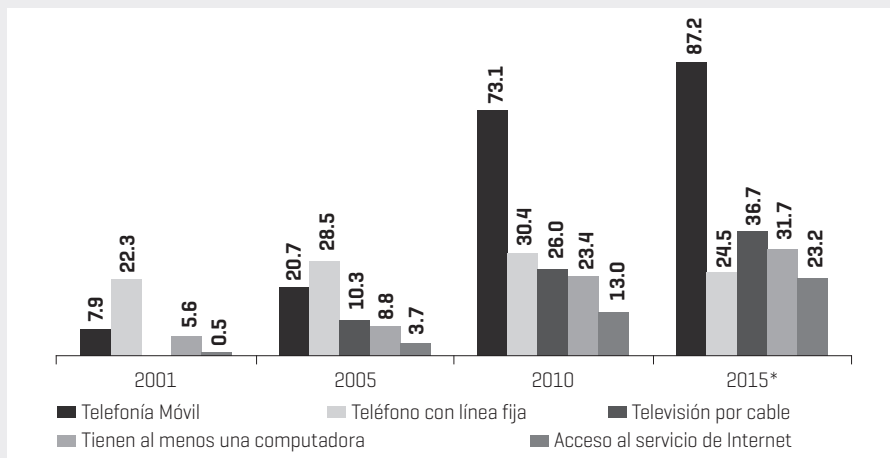
Fuente: APEIM

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

11. Otro de los cambios sustantivos ha sido el referido al acceso de los hogares a las tecnologías de información y las telecomunicaciones, como es el caso de la telefonía, televisión, computadoras e internet, permitiendo la reducción de parte de la brecha digital. [Ver Ilustración 4]. La disponibilidad de estos medios de comunicación ha permitido la implementación de estrategias

de comunicación y solución de controversias por parte de las principales autoridades en materia de protección del consumidor.

Ilustración 4
Perú: % de Hogares con acceso a servicios y bienes TIC: Telefonía fija, telefonía móvil, TV cable, computadora e internet



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

12. Sin embargo, pese al importante crecimiento económico y avances en materia social todavía subyacen aspectos como el analfabetismo, que como condición de inequidad imposibilita a las personas el acceso a las oportunidades que le ofrece la sociedad²¹. En el 2015, la tasa de analfabetismo fue de 6%, aunque con una alta diferencia según mercado: Lima [2.1%] y resto de país [7.8%]²².
13. Dentro del contexto de crecimiento económico y mayor número de transacciones [y complejidad de las mismas] los conflictos en las relaciones de consumo han aumentado en general. Así se tuvo que entre 2010 y 2015:
 - Los reclamos presentados ante las empresas de servicios públicos²³ (englobándose a las de electricidad y gas, telecomunicaciones; y agua

21 INEI. Perú: Indicadores de Educación por Departamentos Evolución del Analfabetismo.

22 INEI. Encuesta Nacional de Hogares [ENAH0].

23 Que corresponden al inicio del procedimiento administrativo a diferencia de los reclamos en empresas financieras y de los presentados ante el SAC del Indecopi.

y saneamiento] aumentaron 67.2%; sumando un total de 1 733 063 reclamos²⁴.

- Los reclamos presentados en empresas financieras aumentaron en 3.6 veces, totalizando 1 565 401 en el 2015, en un entorno en el que el coeficiente de monetización aumentó 11.88 puntos porcentuales [crecimiento de 42.4% en términos relativos]²⁵.
- Los reclamos presentados ante el Indecopi [excluyéndose los correspondientes al sector financiero] aumentaron 175.9% hasta los 28 666²⁶ en el año 2015.

14. Asimismo, del total de conflictos reportados en el año 2015, por parte de las diversas entidades miembros del Sistema, el porcentaje que fueron declarados “fundados”²⁷ fue de 45.2% en promedio, aunque diferenciado según el sector económico. Dicho resultado refleja, en distinto grado, que las infracciones atribuidas al proveedor tuvieron como causa el comportamiento infractor²⁸ pero también el desconocimiento de sus obligaciones. De igual forma, en el consumidor se evidenció que no necesariamente tiene un conocimiento de sus derechos²⁹. [Ver Ilustración 5].

24 A nivel desagregado se tuvo que en las empresas de telecomunicaciones los reclamos aumentaron 106.5% (hasta los 1 273 504 reclamos en 2015); en las que brindan el servicio de agua y saneamiento, 143.1% (hasta los 111 256 en el 2015); y en las reportadas en el sector transporte, 674.4% [637 en 2010 hasta los 4 933 en el 2015]; mientras que, en las distribuidoras de energía y gas disminuyeron 7.5% (hasta los 348 303 en el año 2015).

25 El coeficiente de monetización es un indicador referencial de la profundización financiera. En este caso se utilizó el dato de créditos del sector financiero como porcentaje del PBI para los años de comparación indicados.

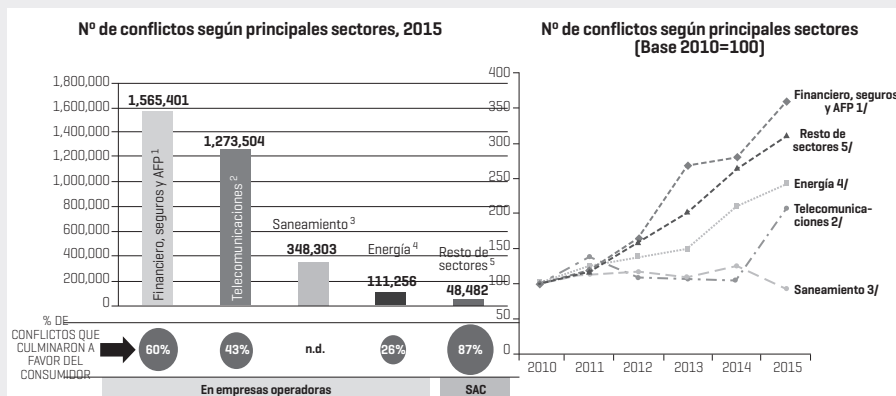
26 Cabe destacar que el crecimiento de la atención de reclamos reportado en el Servicio de Atención al Ciudadano [SAC] del Indecopi reflejaría además el impacto de la ampliación de la cobertura derivada de la apertura de oficinas en el interior del país. En efecto, en 2010 el Indecopi contaba con un total de 14 a nivel nacional; mientras que para 2015 el número de oficinas se incrementó hasta alcanzar las 35 [incluyendo las oficinas regionales, oficinas locales, Centros MAC y sedes de Lima Norte y Lima Sur].

27 El indicador es referencial toda vez que corresponde a un promedio. En el sector de telecomunicaciones, el 43.2% de los reclamos resueltos en primera instancia [es decir, por las empresas proveedoras de los servicios] fueron declarados fundados; en el sector de energía, el 25.6% del total de reclamos resueltos en primera instancia; y, en el sector transporte el 25.5%. Para el caso de reclamos en el SAC del Indecopi se refieren a conciliaciones [86.6%].

28 Por ejemplo, cuando la insatisfacción del consumidor fue causada por la falta de entrega de información por parte del proveedor [17.5% del total de reclamos presentados en el Indecopi entre 2007 y 2015] reflejando el problema de asimetría informativa; o por la idoneidad del servicio o producto entregado [50.6% del total de reclamos presentados en el Indecopi entre 2007 y 2015]. Para efectos prácticos se está considerando a la conciliación en el SAC como favorable al consumidor en el sentido que de no haber estado satisfecho no hubiese llegado a dicho resultado teniendo la posibilidad de optar por el inicio de un procedimiento administrativo a través de la denuncia. En este sentido, dicho indicador también es referencial toda vez que en el procedimiento de reclamo ante el SAC del Indecopi no hay una determinación de responsabilidad.

29 Un indicador referencial con respecto a este punto serían las denuncias que fueron declaradas inadmisibles e improcedentes puesto que reflejan acciones “equivocadas” por parte del consumidor, en el sentido que la invocación de derechos detrás de estas denuncias responde en realidad a un desconocimiento de los mismos, el cual del total de denuncias presentadas ante el Indecopi representaron el 14.9% en promedio entre 2007 y 2015.

Ilustración 5 Magnitud de conflictos y forma de conclusión



1/ Comprende reclamos ante las entidades financieras que brindan servicios financieros, seguros y AFP. 2/ Comprende reclamos presentados ante las operadoras que brindan servicios de telefonía fija y móvil, cable e internet. 3/ Comprende reclamos ante las operadoras que brindan servicios de agua potable y alcantarillado. 4/ Comprende reclamos presentados ante las operadoras que brindan servicios de electricidad y de gas natural de consumidores finales regulados. 5/ Comprende reclamos ante el SAC del Indecopi, incluyéndose los sistemas financieros y se refieren a los conflictos que terminaron en conciliación. En ningún caso se incluye la información de denuncias y apelaciones.

Fuente: Estadísticas Institucionales del Indecopi, Osinergmin, Osiptel, Sunass y SBS

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

15. Pese a los cambios producidos en el mercado peruano debido a los factores descritos en los numerales precedentes, a la fecha no existe una política general y sistémica que permita tornar mayor y más eficaz la protección y defensa de los consumidores en el país, orientando el funcionamiento articulado del Sistema como herramienta para la consecución de dicho objetivo.

3. TRABAJO DE CAMPO PARA LA FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA

Para la formulación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se generó información primaria [cuantitativa y cualitativa] a fin de profundizar el conocimiento del estado situacional del consumidor en materia de protección³⁰. Sobre la base de la primera encuesta a nivel nacional en materia de protección del

30 De forma referencial se realizó: i) La "Encuesta en Lima Metropolitana y Callao para la Determinación de Línea de Base en materia de Protección al Consumidor", con una muestra de 4 050 encuestas, desarrolladas entre el 8 y el 22 de febrero de 2014, dirigida a ciudadanos mayores de 18 años, en el ámbito geográfico de Lima Metropolitana y Callao, ii) Ocho (08) focus groups, segmentados de acuerdo al nivel socioeconómico [C2/D y A2/B], rangos de edad [20 a 25 años y 35 a 50 años] y sexo (Hombres y mujeres); y iii) La "Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor, 2015".

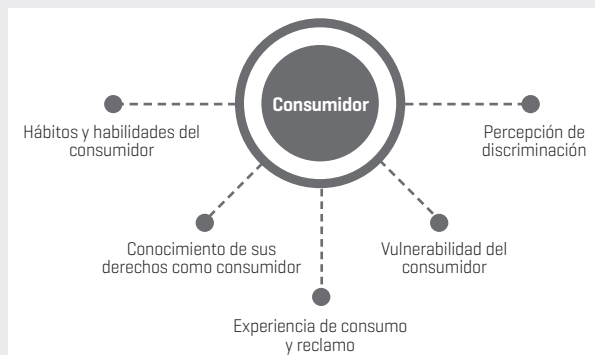
consumidor en el ámbito urbano³¹, se tuvo hallazgos que se pueden categorizar en: i) hábitos y habilidades del consumidor, ii) percepción de conocimiento de derechos como consumidor, iii) experiencia de consumo y reclamo o denuncia³², iv) vulnerabilidad del consumidor (entendida como una medición aproximada de aquellos consumidores que están en condición de ser más afectados en una relación de consumo)³³; y, v) la percepción con respecto a la discriminación.

Cabe destacar que la encuesta permitió además tener una aproximación al conocimiento que los consumidores tienen de sus derechos y de los mecanismos de protección con los que cuentan para la defensa de los mismos.

Así, de los hallazgos descritos se pudo determinar que el eje principal de la política nacional debe ser la educación, orientación y difusión de los derechos de los consumidores, conforme se desarrollará más adelante.

Ilustración 6

Principales características del consumidor con respecto a diversos tópicos en materia de protección del consumidor



Fuente: Encuesta en Materia de Protección al Consumidor, 2015

Elaboración: Indecopi - Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

- 31 La "Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2015" fue realizada sobre una muestra de 4 294 entrevistados, entre el 27 de noviembre y el 10 de diciembre de 2015 con un margen de error de +/- 1.5%, la cual estuvo dirigida a ciudadanos mayores de 18 años, en la principal ciudad de cada departamento del Perú donde el Indecopi cuenta con una oficina.
- 32 Para este acápite se utiliza indistintamente el término de reclamo y denuncia toda vez que los encuestados no necesariamente distinguen las diferencias entre ambos términos.
- 33 Cabe destacar que esta definición difiere del concepto de consumidores vulnerables según el Código, el cual está asociado a aquellos consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo que están más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

3.1. Hábitos y habilidades del consumidor en su experiencia de consumo.

Los consumidores manifestaron tener cierto grado de diligencia en el proceso de adquirir productos o contratar servicios, ya que, en la mayoría de casos, declararon realizar acciones como la de leer las etiquetas [51.8%] y los contratos antes de adquirir o contratar productos o servicios [53.5%], además de solicitar y verificar diversos aspectos cotidianos al momento de una transacción [como es el caso de exigir el comprobante de pago, conservarlo, comparar, etc.].

Si bien los entrevistados manifiestan tener costumbres de consumo consideradas razonables³⁴, el resultado cambió considerablemente al ser expuestos a preguntas de control que requieren de un mayor grado de objetividad en la respuesta [a través del ejercicio controlado que implica un razonamiento adicional: por ejemplo para elegir entre ofertas de productos, identificar una información específica en los empaques de productos y realizar operaciones aritméticas básicas] para tomar decisiones de compra informadas.

De manera referencial, si bien 8 de cada 10 personas pudieron identificar correctamente las fechas de vencimiento de un producto, menos de la mitad [46.2%] pudo elegir una oferta más económica entre dos anuncios del mismo producto; y solo el 15.9% pudo identificar aspectos nutricionales específicos de las etiquetas, entre algunos aspectos evaluados.

3.2. Conocimiento sobre sus derechos como consumidor.

Seis de cada diez consumidores [60%] manifestaron conocer el Código, existiendo una relación directa entre el nivel socioeconómico y el nivel de conocimiento de la protección del consumidor: a mayor nivel socioeconómico mayor fue el conocimiento del Código. El saber de la existencia de un Ley que defiende al consumidor influye en un mayor empoderamiento de este, de la mano del mayor conocimiento de sus derechos. Sin embargo, entre los conocedores, solo el 16.6% manifestó haberlo consultado alguna vez.

Por su parte, el nivel de percepción de conocimiento de los derechos como consumidor requiere mejorar. Si bien el 84.1% afirmó conocer en diverso grado sus derechos, solo el 20% afirmó conocerlos “muy bien” [5.3%] y “relativamente bien” [14.6%]. Asimismo, al evaluar mediante situaciones objetivas el conocimiento básico de sus derechos, se tuvo que solo la mitad de ellos respondieron correctamente, siendo los consumidores de los NSE más bajos los que tuvieron una menor tasa de respuesta correcta.

34 Se entiende que el consumidor razonable, antes de tomar decisiones de consumo, adopta precauciones comúnmente razonables y se informa adecuadamente acerca de los bienes o servicios que les ofrecen los proveedores. Boletín - Comisión de Competencia Desleal del Indecopi. Diciembre 2004.

3.3. Experiencia de consumo y reclamo. De acuerdo con la encuesta, el 28.8% de los consumidores reportó problemas de consumo que le hicieron pensar en presentar reclamos en el año 2015 (en promedio 2.5 conflictos por persona). De dicho universo (de consumidores que experimentaron un problema de consumo):

- El 51% llegó a presentar un reclamo; principalmente debido a: i) cobros excesivos, ii) mala atención, iii) defectos del producto entregado, iv) falta de idoneidad del servicio ofrecido, v) mala calidad y; vi) publicidad engañosa. Según el canal utilizado para efectivizar el reclamo, el consumidor realizó principalmente un reclamo verbal (51.2%), reclamo formal (30.7%) o un reclamo en el Indecopi (6.9%), entre otros³⁵.
- La otra mitad de consumidores que no presentó reclamo alguno, fue por factores, como: i) no tener tiempo, ii) considerar dicha acción como una pérdida de tiempo, iii) el desconocimiento de medios donde ejercer su reclamo y; iv) evitar la ocurrencia de problemas, entre otros.

De otro lado, con respecto a las empresas:

- Los consumidores perciben que la principal razón por la que las empresas no respetan los derechos de los consumidores es por falta de fiscalización del Estado y porque los consumidores no conocen sus derechos.
- Los consumidores perciben que las empresas imponen trámites largos para que el consumidor desista de su reclamo.
- Existe la percepción que cuanto más grande y formal es una empresa la probabilidad de solución de un conflicto de consumo será mayor. A pesar de ello, existe una permeabilidad para con los proveedores informales ya que hay una disposición a adquirirles bienes y servicios si es que consideran que su calidad es buena.
- Entre las actividades que los consumidores consideran que debieran ser monitoreadas o investigadas destacan: los bancos y financieras, las bodegas, los servicios básicos, empresas de transporte y mercados (mercadillos y paraditas). [Ver Ilustración 7].

35 A nivel general, los resultados permitieron inferir que existe desconocimiento por parte de los consumidores sobre las competencias que tienen algunas instituciones encargadas de brindar orientación y solución de conflictos de consumo, esto debido a que los consumidores al ser consultados por la entidad a la que recurrirían para ser orientados, en caso experimenten problemas de consumo con ciertos productos o servicios, indicaron no conocer dónde acudir, mientras que otros señalaron instituciones de manera equivocada.

Ilustración 7

Perú urbano: Actividades que deben de ser investigadas/monitoreadas (Respuesta múltiple, %)

Bancos y financieras	28.1
Bodegas	27.8
Servicios de agua y desagüe	27.6
Empresas de Transporte	26.8
Mercados	26.4
Telecomunicaciones	21.8
Supermercados	20.8
Servicios de electricidad	18.0
Hoteles y restaurantes	14.6
Farmacias	13.7
Peluquerías	10.6
Agencias de Viaje/Turismo	10.1
Tiendas por Departamento	8.5
Inmobiliarias	6.8
No precisa	3.5
Otro	0.2

Fuente: Encuesta en Materia de Protección al Consumidor, 2015

Elaboración: Indecopi - Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

3.4. Indicador de vulnerabilidad. Al utilizar una medición de aproximación a la vulnerabilidad³⁶ [que básicamente mide el nivel de consumidores que a) no realizan una elección informada, como por ejemplo, leer las etiquetas y contratos previo a su relación de consumo, b) desconocen sus derechos como consumidor y, c) teniendo algún conflicto en su relación de consumo, no los hace respetarse], se tuvo que, el consumidor es más vulnerable:

- Conforme tiene menor nivel de instrucción.
- En el rango de edades de 18 a 24 años.
- Con mayor frecuencia en los niveles socioeconómicos más bajos.

36 Si bien no existe un consenso con respecto a la definición de vulnerabilidad, para efectos prácticos se utilizó un índice que recoge la información de varias variables. Para ello, se utilizó preguntas asociadas a: i) la frecuencia de lectura de etiquetas, ii) la frecuencia de lectura de contratos, iii) el conocimiento de los derechos como consumidor y iv) el grado de respeto a sus derechos. A cada pregunta se le asignó un puntaje del 0 a 100 (a mayor puntaje, menor vulnerabilidad).

Cabe destacar que este índice si bien no mide la causalidad entre las variables³⁷, muestra una clara correlación entre algunas características del consumidor sobre los cuales se puede influir a través de diversos mecanismos y políticas de acción. Asimismo, muestra que la vulnerabilidad, puede afectar en diverso grado a todos los consumidores, aunque con una incidencia heterogénea según se analice por nivel educativo, NSE y grupo de edad.

3.5. Con respecto a la discriminación. Partiendo de los resultados de la encuesta, se tiene que el 7.6% de los consumidores manifestó que siempre o casi siempre percibió haber sido discriminado [en empresas, bancos, restaurantes, centros comerciales, discotecas, etc.]. De otro lado, el porcentaje aumentó a 12.7% cuando se les preguntó si fueron testigos de un acto discriminatorio³⁸.

Cabe destacar que la discriminación ha sido una de las preguntas sobre afectaciones específicas a las normas de protección del consumidor cuyo resultado se pone de relieve, dada la gravedad de la misma. Al respecto, el Código establece la prohibición de discriminación de los consumidores. Así, los proveedores no pueden discriminar por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o cualquier otra índole³⁹.

4. ENUNCIADO GENERAL DE LA POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

El quehacer del Estado en materia de protección y defensa del consumidor se encuentra orientado a brindar una mayor y más eficaz protección de los derechos de los consumidores, poniendo énfasis en su educación y velando por su seguridad, viabilizando su efectiva protección a través de mecanismos de prevención y solución de conflictos de consumo, utilizando como herramienta para ello, el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, por lo que el fortalecimiento del mismo constituye también parte integrante de la presente política.

5. PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA.

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se sustenta en los siguientes principios:

37 Las variables consideradas son el nivel instrucción, la edad, el Nivel socioeconómico, el conocimiento de derechos y la acción de defender sus reclamos.

38 Cabe precisar que las investigaciones de casos de discriminación contra empresas proveedoras de bienes y servicios en perjuicio de consumidores, realizadas por Indecopi en el periodo 2011-2012 fueron 76.

39 Código de Protección y Defensa del Consumidor. Artículo N° 38.

- b)* **Eficiencia y Eficacia:** Lograr los objetivos, haciendo uso racional de los recursos, teniendo como base la calidad en la gestión y el mejoramiento continuo de las actividades tanto público como privadas.
- c) **Transparencia:** Generar un ambiente de confianza entre la actuación del Estado en relación a la protección y defensa de los consumidores y la sociedad, de tal forma que las responsabilidades, procedimientos y reglas establecidas, se desarrollen e informen con claridad, incentivando la activa participación de la ciudadanía.
- d) **Inclusión y enfoque intercultural:** Dirigir las políticas a la efectiva atención de los requerimientos y necesidades de los consumidores más vulnerables; reconociendo y valorando visiones culturales, concepciones de bienestar y desarrollo de los diversos grupos étnico-culturales en las relaciones de consumo de bienes y servicios, basadas en el diálogo y respeto a la población culturalmente diversa del país.
- e) **Protección:** Promover la generación de condiciones que garanticen la transparencia y equidad en las relaciones de consumo.
- f) **Defensa:** Actuar en respuesta ante la vulneración de los derechos de los consumidores.
- g) **Igualdad y no discriminación:** Garantizar que las relaciones de consumo se desarrollen de manera equitativa sin distinción ni exclusión sobre la base de motivos raciales, religiosos, nacionalidad, edad, sexo, orientación sexual, identidad de género, idioma, religión, identidad étnica o cultural, opinión, nivel socio económico, condición migratoria, discapacidad, condición de salud, factor genético, filiación, o cualquier otro motivo.

6. OBJETIVO DE LA POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

6.1. Objetivo General.

El objetivo de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor es contribuir a un mayor y más eficaz nivel protección de los derechos de los consumidores con equidad y con mayor incidencia en los sectores de consumidores más vulnerables, debiendo para ello consolidar e integrar de modo progresivo el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, en tanto el mismo fue creado como herramienta para el logro de dicho objetivo.

6.2. Objetivos Específicos.

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor tiene los siguientes objetivos específicos:

* En la edición de Normas Legales del Diario Oficial "El Peruano" dice: "b)", "c)", "d)", "e)", "f)" y "g)" debiendo decir: "a)", "b)", "c)", "d)", "e)" y "f)".

- a) Fortalecer la educación de los agentes del mercado (consumidores y proveedores) en relación a los derechos de los consumidores y su obligatorio cumplimiento, implementando las actividades dirigidas a la orientación de los consumidores en el ejercicio de sus derechos y difusión de los mismos.
- b) Garantizar la seguridad de los consumidores en el marco de las relaciones de consumo.
- c) Implementar mecanismos de prevención y solución de conflictos de consumo entre proveedores y consumidores.
- d) Fortalecer el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.

7. EJES DE LA POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se estructura sobre la base de cuatro (04) ejes de política, que responden a los objetivos específicos:

- **Eje de Política 1:** Educación, orientación y difusión
- **Eje de Política 2:** Protección de la salud y seguridad de los consumidores
- **Eje de Política 3:** Mecanismos de prevención y solución de conflictos entre proveedores y consumidores
- **Eje de Política 4:** Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

EJE DE POLÍTICA 1: EDUCACIÓN, ORIENTACIÓN Y DIFUSIÓN.

Objetivo:

Fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para mejores decisiones de consumo

El Eje N° 1 denominado “Educación, orientación y difusión” responde a la problemática encontrada en cuanto al bajo conocimiento de los derechos de los consumidores y de las obligaciones por parte de proveedores. Asimismo, este eje obedece a la necesidad de disminuir la asimetría informativa y los costos transaccionales en las operaciones del mercado, a fin de que los ciudadanos tomen decisiones de consumo que respondan efectivamente a sus intereses.

El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza. Por ello, las actividades de capacitación, orientación y difusión tendrán en cuenta a estos grupos específicos.

Lineamientos estratégicos:

a) Capacitar a los agentes del mercado en materia de protección al consumidor.

- a.1 Desarrollar programas de capacitación [presencial o virtual] en materia de protección al consumidor, incluyendo en estos a los consumidores vulnerables, los cuales se realizan de forma coordinada entre los miembros del Sistema, dentro del ámbito de sus competencias.
- a.2 Coordinar la incorporación de la temática de derechos de los consumidores en las áreas curriculares con el órgano rector del Sector Educación.
- a.3 Desarrollar actividades de capacitación dirigida a los proveedores sobre obligaciones con respecto a los derechos de los consumidores.

b) Orientar al consumidor brindándole información en materia de protección.

- b.1 Brindar orientación permanente con información en materia de protección del consumidor

c) Poner a disposición de los agentes del mercado información en materia de protección al consumidor, haciendo mayor énfasis en el uso de las tecnologías de información

- c.1 Implementar y desarrollar el sistema virtual del consumidor. Con la finalidad de generar una plataforma de fácil acceso al consumidor, donde tendrá a disposición herramientas de información [actualizada constantemente] que le facilite la toma de decisiones de consumo, previniendo de ese modo el incremento de conflictos entre proveedores y consumidores.

- c.2 Facilitar a los consumidores la legislación y jurisprudencia relevante y actualizada en materia de consumo mediante una herramienta informática disponible en web.
- c.3 Identificar los mercados relevantes de consumo y compilar y/o generar las herramientas que transparenten la información para una mejor decisión de consumo.
- c.4 Propiciar la implementación del sistema de “Certificación de Calidad” en base a la norma técnica de servicio al cliente.
- c.5 Generar herramientas de información en materia de consumo orientados a las personas con discapacidad.

EJE DE POLÍTICA 2: PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES.

Objetivo:

Garantizar la protección de la salud y seguridad de los consumidores en sus relaciones de consumo.

Respecto de este eje, los esfuerzos del Estado deberán enfocarse en la realización de acciones ex ante [vinculadas al autocontrol] y acciones ex post [que permitan verificar y monitorear el mercado para evitar la comercialización de productos y la prestación de servicios que atenten contra la vida, la salud y la seguridad de los consumidores].

Garantizar la salud y la seguridad de los consumidores en sus relaciones de consumo implica el monitoreo constante para la detección de alertas a través de medios relevantes⁴⁰, elaboración del marco normativo respectivo y la ejecución de un procedimiento global [en coordinación con todas las entidades del Sistema involucradas], que finalmente decanten en la emisión oportuna de la comunicación al consumidor, retiro de productos y la suspensión de la prestación del servicio [de ser el caso].

Lineamientos estratégicos:

- a) Diseño, creación e implementación del Sistema de Alerta de productos y servicios peligrosos para la acción oportuna frente a estos.**

⁴⁰ Por ejemplo las Redes Internacionales como la Red de Consumo Seguro y Salud de la Organización de Estados Americanos (OEA), entre otras.

- a.1 Elaborar el marco normativo para la detección y emisión de alertas del Indecopi.
- a.2 Desarrollar y poner en funcionamiento el sistema informático del Indecopi para la emisión de alertas de productos y servicios peligrosos.
- a.3 Diseñar e implementar el Sistema Nacional de Alertas de Productos y Servicios Peligrosos.

EJE DE POLÍTICA 3: MECANISMOS DE PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES

Objetivo:

Promover el establecimiento de mecanismos expeditivos de prevención y solución de conflictos a nivel nacional, impulsando su simplificación.

Las acciones del estado deben encontrarse encaminadas a la implementación de mecanismos de solución de conflictos disponibles para el consumidor y en lograr que los mismos resulten expeditivos o ágiles.

Adicionalmente, este eje contempla el impulso de mecanismos de prevención y resolución de conflictos en los segmentos más vulnerables, por lo que el Plan Nacional de Protección de los Consumidores deberá contemplar convenios con entidades públicas y privadas que viabilicen dicho objetivo.

Finalmente, es parte de la Política Nacional el impulso de mecanismos de solución en el ámbito privado puesto que son los proveedores, que forman parte del Sistema, los llamados a incentivar la solución de conflictos a través de la creación de mecanismos de solución de controversias⁴¹, para cuya implementación contarán con el apoyo de la Autoridad.

Lineamientos estratégicos:

a) Impulsar la simplificación de los mecanismos de solución de conflictos existentes.

- a.1 Evaluar y revisar los mecanismos vigentes y proponer cambios orientados a su celeridad y efectividad en coordinación con los integrantes del Sistema.

⁴¹ Por ejemplo se puede mencionar a mecanismos de autorregulación como es el caso de defensorías gremiales, entre otros.

a.2 Impulsar la prevención y mejora permanente en lo referido a la atención al cliente incluyendo la solución de los reclamos.

b) Impulsar el desarrollo de mecanismos de solución de conflictos en las relaciones de consumo.

b.1 Impulsar el desarrollo de mecanismos alternativos de solución de conflictos brindados por los propios proveedores

b.2 Impulsar el desarrollo de juntas arbitrales

b.3 Mejorar la gestión de los mecanismos de solución de conflictos existentes fomentando su continua evaluación para su mejora y mayor alcance en beneficio de los consumidores. b.4 Facilitar a los consumidores la información actualizada, simple y consolidada de los diversos mecanismos de solución de conflictos según materia o actividad económica.

EJE DE POLÍTICA 4: FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Objetivo:

Fortalecer el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor en el cumplimiento de la normativa, capacidades de integrantes y la gestión del sistema.

El proceso de articulación de las acciones del Estado en materia de protección del consumidor se da en un escenario complejo en el que están inmersos una diversidad de agentes (organismos públicos y privados, empresas y los consumidores) que participan en mercados de heterogéneo desarrollo a lo largo del país. En ese sentido, la consolidación de las diversas acciones de protección a través del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor deberá ser gradual y responder al escenario de cambio continuo, en el que la naturaleza de las transacciones se hace cada vez más compleja y el consumidor es más sofisticado⁴²

En este escenario, el Sistema debe de velar por i) el cumplimiento de la normativa en materia de protección del consumidor, ii) fortalecer sostenidamente las capacidades de sus integrantes y; iii) tener una eficiente

⁴² Tomado de Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2013, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi. Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor [DPC]

gestión de tal forma que funcione como un cuerpo articulado para optimizar las políticas del Estado entorno a la protección del consumidor.

De otro lado, el fortalecimiento de la gestión del Sistema se dará por dos frentes: un frente interno a través diversos mecanismos de coordinación y acciones conjuntas, como la firma de acuerdos o convenios, entre los miembros del Sistema, en el que se incluyan a las asociaciones de consumidores y a los gremios empresariales, permitiendo la generación de mecanismos de comunicación y trabajo más eficientes; y la gestión del conocimiento del Sistema; y de otro lado, un frente externo, a través del mapeo de oportunidades que posibilite identificar las principales entidades externas claves a fin de fortalecer el Sistema a través de convenios de cooperación (sean entidades locales o internacionales); posibilitando también la comunicación eficaz hacia consumidores y proveedores con respecto al rol del Sistema.

Lineamientos estratégicos:

a) Fomentar el cumplimiento de la normativa en materia de protección del consumidor.

- a.1 Monitorear el estado de la protección de los consumidores y la supervisión del cumplimiento de la normativa y plantear las acciones correctivas pertinentes.

b) Fortalecer sostenidamente las capacidades de sus integrantes.

- b.1 Fomentar la participación activa de los Gobiernos Regionales y Locales como parte del Sistema.
- b.2 Fortalecer las capacidades técnicas de los miembros del Sistema.
- b.3 Promover mecanismos para el fortalecimiento de las Asociaciones de Consumidores.
- b.4 Desarrollar el Congreso Anual de Protección del Consumidor.

c) Impulsar la gestión eficiente del Sistema para optimizar las políticas del Estado entorno a la protección del consumidor.

- c.1 Determinar las brechas de información y conocimiento en cuanto al sistema de protección de parte de los proveedores para fijar una agenda de trabajo.

- c.2 Realizar una línea base sobre el estado de protección del consumidor y de la atención de los consumidores por los integrantes del Sistema
- c.3 Desarrollar un diagnóstico del estado situacional del Sistema que incluya propuestas para su mejora funcional [armonización de competencias de las instituciones, nombramiento de representantes, entre otros].
- c.4 Desarrollar un sistema de intercambio de información en materia de protección del consumidor entre las entidades del Sistema.

8. IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA

8.1 Órgano coordinador de la política

El Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es el encargado de coordinar la implementación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor; dicha coordinación la realiza dentro del ámbito del Consejo Nacional de Protección del Consumidor.

Asimismo, Indecopi propicia espacios de articulación intersectoriales y con todos los niveles de gobierno para la implementación, monitoreo y evaluación del cumplimiento de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor en las entidades que forman parte del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.

8.2 Seguimiento y evaluación de la política

El Indecopi es la entidad responsable de realizar acciones de seguimiento y evaluación de la implementación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

Para el debido seguimiento y evaluación de estas se establecen metas concretas e indicadores de desempeño que involucren a las entidades que conforman el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor. Las mencionadas metas e indicadores se desarrollan en el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, el cual se aprueba mediante Decreto Supremo a propuesta del Consejo Nacional de Protección del Consumidor.

Decreto Supremo que aprueba el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020

DECRETO SUPREMO N° 024-2017-PCM

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú, establece en el artículo 65 que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios garantizando el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población;

Que, el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, señala en el artículo I de su Título Preliminar que el mencionado Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como principio rector de la política social y económica del Estado, la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú;

Que, el numeral 11) del artículo VI del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor, expresamente instituye como política pública, la protección al consumidor, especificando que dicha política debe de ser transversal con la finalidad que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor;

Que, el artículo 133 del dispositivo en mención, crea el Consejo Nacional de Protección del Consumidor como órgano de coordinación en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros, conformado por los representantes de diversos sectores del Poder Ejecutivo, de los Gobiernos Regionales y Locales, de los organismos reguladores y de la sociedad civil, entre otros;

Que, el literal a) del artículo 134 de la norma precitada, dispone como función del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, proponer y armonizar la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que deben ser aprobadas por la Presidencia del Consejo de Ministros. Dicha función es ejecutada en coordinación con la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor;

Que, en ese sentido, el Consejo Nacional de Protección del Consumidor impulsó la elaboración de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, la misma que fue aprobada por la Presidencia del Consejo de Ministros mediante Decreto Supremo N° 006-2017-PCM, estableciéndose en su Única Disposición Complementaria Final que en un plazo máximo de treinta (30) días hábiles posteriores a la publicación de dicha norma, mediante Decreto Supremo con el refrendo del Presidente del Consejo de Ministros, a propuesta del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, se aprobará el Plan Nacional de Protección y Defensa de los Consumidores 2017-2020, como instrumento para la implementación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor;

Que, en cumplimiento del citado mandato, el Consejo Nacional de Protección del Consumidor propone la aprobación del Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020;

Que, el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020 constituye un instrumento para la implementación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, que permitirá, con una evidente visión a largo plazo, tornar mayor y más eficaz la protección de los consumidores o usuarios en el país, direccionando la implementación, desarrollo y gestión del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, creado por el artículo 132 del Código de Protección y Defensa del Consumidor;

Que, el artículo 4 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, Ley N° 29158, determina como parte de las competencias exclusivas del Poder Ejecutivo, diseñar y supervisar las políticas nacionales y sectoriales, que son de cumplimiento obligatorio por todas las entidades del Estado en todos los niveles de gobierno;

Que, en ese contexto, el artículo invocado prescribe que las Políticas Nacionales definen los objetivos prioritarios, los lineamientos, los contenidos principales de las políticas públicas, los estándares nacionales de cumplimiento y la provisión de servicios que deben ser alcanzados y supervisados para asegurar el normal desarrollo de las actividades públicas y privadas, las cuales conforman la política general de gobierno. Asimismo, precisa que el cumplimiento de las políticas nacionales y sectoriales del Estado es de responsabilidad de las autoridades del Gobierno Nacional, los gobiernos regionales y los gobiernos locales;

Que, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 118 de la Constitución Política del Perú, el artículo 4 y el numeral 3 del artículo 11 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, Ley N° 29158, y el artículo 134 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571;

DECRETA:

Artículo 1.- De la Aprobación

Aprobar el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020, el mismo que como Anexo forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Ámbito de Aplicación

El Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020 es un instrumento para la implementación de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, el mismo que es de obligatorio cumplimiento por todas las entidades del Estado, en todos los niveles de gobierno, en el marco de sus competencias.

Artículo 3.- De la ejecución del Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es responsable de ejecutar, según corresponda, las actividades del Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020.

Artículo 4.- Del seguimiento y evaluación de cumplimiento del Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi tiene a su cargo el seguimiento y evaluación de cumplimiento del Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020. Ello incluye la posibilidad de realizar una revisión anual del cumplimiento de las actividades y, en caso corresponda, proponer su reformulación al Consejo Nacional de Protección del Consumidor, propuesta que deberá encontrarse alineada con los objetivos estratégicos específicos plasmados en el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020.

Artículo 5.- Del Financiamiento

Las acciones que se realicen en el marco del Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020, aprobada por el presente Decreto Supremo, se financian con cargo a los presupuestos institucionales de los pliegos involucrados, en el marco de sus respectivas competencias, conforme a las leyes anuales de presupuesto del Sector Público, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

Artículo 6.- De la publicación

Publíquese el presente Decreto Supremo, el Anexo correspondiente referido al Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020 en el Diario Oficial "El Peruano", y en la misma fecha, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe) y en los Portales Institucionales de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm).

gob.pe], del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi (www.indecopi.gob.pe) y de las entidades públicas que forman parte del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor y/o se encuentran representadas en el Consejo Nacional de Protección del Consumidor, de acuerdo con lo establecido en el artículo 133 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Artículo 7.- Del refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros.

Dado en la Casa de Gobierno en Lima, a los catorce días del mes de marzo del año dos mil diecisiete.

PEDRO PABLO KUCZYNSKI GODARD
Presidente de la República

FERNANDO ZAVALA LOMBARDI
Presidente del Consejo de Ministros

Anexo 1:**PLAN NACIONAL DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES 2017-2020****Ejes Estratégicos
[Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor]****Consejo Nacional de Protección del Consumidor Lima, 2017****PRESENTACIÓN**

Los esfuerzos del Estado por establecer mecanismos de protección para todos los consumidores se encuentran presentes a nivel normativo desde hace varias décadas, contando entre las primeras iniciativas con el Decreto Supremo N° 036-83-JUS de 1983 y el Decreto Legislativo N° 716 de 1991. En dicho contexto, la aprobación del Código de Protección y Defensa del Consumidor [en adelante, el Código] mediante la Ley N° 29571, constituye un hito en la historia normativa del país en materia de tutela a los consumidores que respondió a la necesidad de mejorar y consolidar la cobertura de los derechos del consumidor peruano.

El Código no solo ha permitido la consolidación de las diversas normas existentes hasta ese momento, también ha incorporado nuevos requisitos mínimos que permiten garantizar la protección y defensa de los derechos de los consumidores y usuarios. El principal logro del Código es la creación del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor [en adelante, el Sistema], que permitirá optimizar las actuaciones de la administración del Estado respecto de la protección y defensa de todos los consumidores. Asimismo, se designó al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi] como ente rector del Sistema y se continuó fortaleciendo su labor al otorgarle la calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor [en adelante, la Autoridad].

En ese marco, reconociendo la tutela a los consumidores como materia transversal a todas las entidades del Estado Peruano y con la finalidad de lograr que la labor de dichas entidades en la materia se realice de manera coordinada y eficiente, el Código creó el Consejo Nacional de Protección del Consumidor [en adelante, el Consejo], como espacio de coordinación que opera en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. Dicho Consejo está integrado por distintas entidades cuya labor tiene incidencia directa en los consumidores, así como por representantes de la sociedad civil. En ese sentido, es el Indecopi como la Autoridad, quien preside el Consejo, contando con la participación de los sectores: Producción; Salud;

Transportes y Comunicaciones; Educación; Vivienda, Construcción y Saneamiento y; Economía y Finanzas¹.

Asimismo, el Consejo cuenta con representantes de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS), Organismos Reguladores², Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y la Defensoría del Pueblo en calidad de observador. Por su parte, la sociedad civil es representada por las asociaciones de consumidores y por los gremios empresariales.

Las actividades que desarrollan las entidades que conforman el Consejo a favor de los consumidores son numerosas y diversas, destacando, entre otras, la implementación de oficinas a nivel nacional, el desarrollo de acciones de supervisión, las actividades de orientación, actividades de difusión y capacitación a los agentes que participan en sus sectores. Por ello resulta necesario que dichas acciones se fortalezcan mediante un trabajo coordinado, siempre respetando la autonomía de las instituciones participantes.

Sin embargo, la mera actuación coordinada resultará insuficiente si es que no se encuentra acompañada de un Plan Nacional, herramienta de gestión que permitirá encausar las acciones hacia objetivos comunes, elaborado sobre la base de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

En dicho contexto, resulta de vital importancia que el Consejo trabaje en el desarrollo de un sistema coordinado y cohesionado, que pueda fortalecerse con un plan de acción conjunto y respetuoso del principio de autonomía de cada institución, en aras de la protección y defensa de los consumidores del país.

Es por ello que, es un honor para mí presentar el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017- 2020, el cual establece objetivos, indicadores y metas que impulsarán el desarrollo del Sistema y que ha sido elaborado bajo los lineamientos de las políticas de protección al consumidor del Estado.

IVO GAGLIUFFI PIERCECHI

Presidente del Consejo Nacional de Protección del Consumidor

-
- 1 A través de los representantes de los diversos ministerios: Ministerio de Producción (Produce), Ministerio de Salud (Minsa), Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC), Ministerio de Educación (Minedu), Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (Vivienda) y Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).
 - 2 Englobándose en ellos al Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositran), Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (Osinermin) y la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass).

Índice de contenido

- I. INTRODUCCIÓN
- II. DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA
 - 2.1. ¿POR QUÉ PROTEGER Y DEFENDER LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS?
 - 2.1.1. Enfoque económico
 - 2.1.2. Enfoque normativo
 - 2.2. DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA DEL ESTADO DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR
 - 2.2.1. Diagnóstico del entorno y problemática del estado de la protección del consumidor
- III. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR
 - 3.1. METODOLOGÍA
 - 3.2. VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR
 - 3.3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO
 - 3.4. EJES ESTRATÉGICOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
 - 3.5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS E INDICADORES
- IV. BIBLIOGRAFÍA
- V. ANEXOS

I. INTRODUCCIÓN

El Código representa un punto de inflexión en la normativa peruana de protección al consumidor al crear el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor como aquel “conjunto de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos destinados a armonizar las políticas públicas con el fin de optimizar las actuaciones de la administración del Estado”. A mayor abundamiento, el Código reconoce de manera expresa como una de las Políticas Públicas que el Estado debe orientar

sus acciones para que la protección al consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos y sociedad, en el marco del referido Sistema.

Con la finalidad de asegurar la operatividad del Sistema, se dotó de un órgano de coordinación conformado -entre otros- por ministerios, reguladores, gobiernos locales, gobiernos regionales, gremios empresariales y asociaciones de consumidores; ello con la finalidad de asegurar y velar por la transversalidad de la política de protección al consumidor. La presidencia del Consejo recae en el Indecopi en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y de ente rector del sistema.

Dentro de las funciones que fueron encomendadas por el Código al Consejo, se encuentra el elaborar y desarrollar un Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que contará con la aprobación de la Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. Para ello se contó con la participación activa de los miembros del Consejo, el intercambio de información con diversas instituciones³ respecto a los problemas críticos y factores claves para el éxito de las estrategias planeadas y la generación y análisis de información primaria y secundaria.

En ese sentido, el primer esfuerzo en la elaboración del presente Plan se dio en el año 2012 y contó con la participación y validación de los diversos miembros del Consejo, además de considerar las recomendaciones de diversas entidades. Posteriormente y con la finalidad de contar con un adecuado diagnóstico se realizó i) una encuesta en Lima Metropolitana y Callao⁴; ii) ocho (08) grupos focales con la finalidad de recoger la información cualitativa relevante en materia de protección del consumidor⁵; y iii) una encuesta a nivel nacional en el ámbito urbano, que permitió la determinación de la línea base de alcance nacional en materia de protección al consumidor⁶.

La “Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2015” para la determinación de línea de base en materia de protección al consumidor, primera de su tipo en ser desarrollada en el Perú, así como la información cualitativa recabada previamente, permitió no solo ahondar en la problemática que enfrenta el consumidor y el estado de la protección; sino también disminuir la asimetría de

3 Entre los cuales se encuentran los Organismos Reguladores (Osiptel, Osinermin, Sunass y Ositrán), la SBS, Produce, Minsa (a través de Susalud, Digesa y Digemid), Minedu, entre otras.

4 En el año 2014 se ejecutó la Encuesta en Lima Metropolitana y Callao para la Determinación de Línea de Base en Materia de Protección al Consumidor.

5 A través de los grupos focales se evaluó las actitudes del consumidor hacia el Sistema y los mecanismos alternativos de solución de conflictos.

6 La “Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2015” constituye la primera encuesta nacional y se realizó en el ámbito urbano de cada principal ciudad, de cada departamento del Perú donde el Indecopi cuenta con una oficina. La encuesta en hogares, fue realizada a ciudadanos mayores de 18 años y el total de muestra fue de 4,294 encuestas con un margen de error de +/- 1.50.

información estadística lo que permite además reducir la selección adversa de la política pública.

El presente Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020 ha sido formulado sobre cuatro ejes estratégicos que permitirán guiar las actividades del Sistema y facilitará la medición de sus avances a través de los objetivos e indicadores, acorde a lo establecido en la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, aprobada el 27 de enero de 2017. Los cuatro ejes son:

- Educación, orientación y difusión.
- Protección de la salud y seguridad de los consumidores.
- Mecanismos de prevención y solución de conflictos entre proveedores y consumidores.
- Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección.

La determinación de los ejes señalados se logró a partir del diagnóstico de la situación actual del entorno y estado de la protección del consumidor, las políticas de protección y los derechos de los consumidores establecidos en el Código; así como el establecimiento de la visión y misión. Las metas han sido trazadas bajo el compromiso de cada entidad y tienen una programación multianual, lo cual permitirá su reajuste en caso las condiciones del entorno varíen.

Finalmente, al presentar este primer Plan Nacional de Protección de los Consumidores, los integrantes del Consejo y el equipo técnico de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC) del Indecopi, damos cumplimiento al mandato del Estado y a lo establecido en el Código; y desarrollaremos esfuerzos conjuntos para hacerlo efectivo, a fin de lograr que los consumidores estemos protegidos y podamos hacer valer nuestros derechos al amparo de las disposiciones establecidas.

II. DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA

2.1. ¿POR QUÉ PROTEGER Y DEFENDER LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS?

2.1.1. Enfoque económico⁷

Desde el punto de vista de la teoría económica la existencia de fallas en el mercado⁸ puede hacer necesaria la intervención del Estado a través de políticas públicas

⁷ Con base al documento del Programa Presupuestal del Indecopi para el año fiscal 2014.

⁸ Se reconocen como principales fallas de mercado: i) la competencia imperfecta y poder de mercado, ii) existencia de bienes públicos, iii) presencia de externalidades positivas o negativas, y; iv) mercados incompletos y asimetrías en la información.

orientadas a asegurar la eficiencia⁹. En este sentido, se puede mencionar cuando menos tres argumentos a favor de la protección de los consumidores:¹⁰ (i) la existencia de asimetrías de información entre consumidores y proveedores; (ii) los costos de transacción elevados; y, (iii) la racionalidad limitada de los consumidores.

- El primero de ellos se refiere a la dificultad que enfrentan los consumidores para conocer adecuadamente si el producto o servicio demandado guarda estricta correspondencia con las características ofrecidas por los proveedores. Dicho de otro modo, la asimetría de información se refiere a la imposibilidad de los consumidores de poseer la misma información respecto de los bienes que son puestos a su disposición por los proveedores¹¹.

Esto último puede agudizarse dependiendo del tipo de bien del que se trate, esto es, bienes de búsqueda [de uso habitual y características relativamente conocidas, o cuya calidad puede percibirse ex-ante la transacción];¹² bienes experiencia o de uso [cuyas características o calidad se conocen ex-post a la transacción];¹³ y, bienes confianza [cuya calidad no es posible conocer o en su defecto sólo se conoce con mucha posterioridad a la compra].¹⁴ En los dos últimos casos (bienes experiencia y bienes confianza), las asimetrías de información resultan más relevantes, de modo que un comportamiento oportunista [de parte del proveedor] puede ser más perjudicial.

- El segundo argumento, referido a costos de transacción elevados, está vinculado a la existencia de contratos incompletos, es decir aquellos en los que no se prevén completamente eventuales contingencias. No sólo los costos de transacción pueden provocar esta falta de previsión, sino que aspectos institucionales también influenciarían en ello. La existencia de elevados

9 Cabe destacar que el bienestar se maximiza cuando la economía está en una situación eficiente en el sentido de Pareto, es decir cuando no existe cualquier otra situación en la que algún individuo pueda mejorar su bienestar sin que necesariamente algún otro tenga que empeorar o perjudicarse.

10 Una discusión detallada sobre estos aspectos puede encontrarse en Fuentes y Saavedra (Fundamentos, práctica y recomendaciones para una política efectiva de protección al consumidor. Julio 2012).

11 Asimismo, la información es una mercancía que los agentes económicos pueden acceder a un cierto precio, lo que nos lleva a situaciones en las que un individuo posea mayor información que otro. Fundamentos de economía pública. Universidad del Pacífico. Serie de Apuntes de Estudio N° 43. Edición 2014.

12 Típicamente en este tipo de productos una inspección rápida basta para tener una idea aproximada acerca de su calidad (por ejemplo, frutas o prendas de vestir). En otros casos, incluso aquello no sería necesario (diarios, revistas, una bebida gaseosa u otros).

13 Por ejemplo, un nuevo producto dietético o carrera universitaria. También pueden considerarse bienes de uso a los automóviles, los electrodomésticos o en general aquellos productos que requieren de un servicio postventa.

14 Los servicios médicos (la oportunidad de una operación quirúrgica, por ejemplo) pueden considerarse casos de bienes confianza. De igual modo, un extintor de incendios, una vivienda (supuestamente antisísmica) o un seguro oncológico, constituyen bienes cuya calidad no es posible conocer sino hasta que ciertos eventos se produzcan (si acaso ellos ocurren).

costos de transacción, que dan espacio al comportamiento oportunista, hace necesaria además la implementación de mecanismos de resolución de controversias y otras medidas que aseguren el cumplimiento de los contratos.

- En tercer lugar, la racionalidad limitada se refiere a que las decisiones de los agentes (en este caso, consumidores) no siempre responden a su capacidad para ordenar preferencias, comparar opciones o mantener una debida coherencia (es decir, evitar contradicciones). La racionalidad limitada, por tanto, puede llevar a tomar decisiones que, aun frente a la disponibilidad de información relevante, no resultan las más convenientes para el consumidor.

Frente a ello, las políticas de protección del consumidor han utilizado distintas herramientas que, en términos generales, pueden clasificarse en tres categorías:¹⁵ i) divulgación de información, ii) programas de educación al consumidor y; iii) regulación respecto de las características de los productos. Esto, además, supone la existencia de mecanismos idóneos de resolución de los conflictos que surgen en las relaciones de consumo.

Cabe destacar que el Plan Nacional de Protección de los Consumidores no solo apunta a generar mecanismos que permitan afrontar las fallas de mercado sino también a fallas del Estado (que podrían suponer limitaciones a las intervenciones en materia de protección al consumidor), a través de un mayor análisis y monitoreo de las diversas actividades contempladas para el cumplimiento de los objetivos formulados¹⁶.

2.1.2. Enfoque normativo

Desde un punto normativo, en la Constitución Política del Perú, el Estado enfatiza el ejercicio de una economía social de mercado, destacando además la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, garantizando el derecho a la información de los bienes y servicios disponibles y velando por la salud y la seguridad de la población. Asimismo, reconoce los derechos que se fundan en la dignidad del hombre, o en los principios de soberanía del pueblo, del Estado democrático de derecho y de la forma republicana de gobierno¹⁷.

15 Pappalardo [2008], Does Consumer Information Necessarily Promote Consumer Welfare and Competition? Mandatory Information Disclosures In the U. S. Mortgage Market. El paper hace referencia a los instrumentos que han sido utilizados, particularmente, por la Federal Trade Commission de los Estados Unidos.

16 Cabe destacar que las causas de las fallas del Estado están asociadas principalmente a: i) la información limitada del accionar del Estado, ii) el control limitado de las consecuencias de su intervención, iii) el control limitado de la burocracia, como por ejemplo cuando no se garantiza el cumplimiento de la normativa; y iv) las limitaciones derivadas de los procesos políticos como cuando se favorece intereses privados. Basado en "La Economía del Sector Público". Joseph E. Stiglitz. 1995.

17 Constitución Política del Perú [1993]. Art. 58°, Art. 65° y Art. 3°.

Por lo anterior, el Código instituye como principio rector de la política social y económica del Estado, la protección de los derechos de los consumidores¹⁸, especificando que dichas políticas deben ser transversales con la finalidad que involucren a todos los poderes públicos y a la sociedad y; tengan una cobertura nacional.

El Código establece como finalidad que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y gocen de los derechos y mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En este sentido, la protección y defensa de los consumidores como parte del Plan Nacional deberá de recoger dichos aspectos acorde además a las políticas públicas establecidas como son:¹⁹

- I. La protección de la salud y seguridad de los consumidores, a través de una normativa apropiada y fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados.
- II. El derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público y privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a fin de hacer más transparente el mercado.
- III. La defensa de los intereses de los consumidores, buscando que tengan un rol más activo en el mercado.
- IV. El reconocimiento de la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en el segmento vulnerable²⁰.
- V. La formulación de programas de educación escolar y capacitación como parte del currículo escolar, a fin de que los consumidores conozcan sus derechos.
- VI. La garantía de existencia de mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores²¹.

18 Se incluye en ésta definición también a los usuarios de servicios públicos.

19 Con base al Código de Protección y Defensa del Consumidor. Artículo VI. Políticas públicas.

20 El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

21 Conforme lo establece el numeral 5 del Artículo VI. Políticas públicas del Código. "...Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario; y sistemas de autorregulación. Asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditivos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos".

- VII. La participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos, promoviendo y estimulando la labor de las asociaciones de consumidores.
- VIII. La promoción de una cultura de protección al consumidor.
- IX. La promoción del consumo libre y sostenible de productos y servicios.
- X. La promoción de la calidad en la producción y en la prestación de servicios a fin de que sean idóneos y competitivos.
- XI. La protección al consumidor como política transversal que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional para que toda persona tenga acceso a mecanismos de protección de sus derechos.
- XII. La promoción del acceso universal a los productos de salud con especial incidencia en las poblaciones menos favorecidas.

Cabe destacar que desde el punto de vista del diseño institucional, con el Código nace el Sistema con el fin de optimizar las actuaciones de la administración del Estado, para garantizar el cumplimiento de las normas de protección y defensa del consumidor en todo el país, en el marco de las atribuciones y autonomía de cada uno de sus integrantes.

Asimismo, con la finalidad de lograr que la labor de las diversas entidades involucradas en materia de protección del consumidor se realice de manera coordinada y eficiente se dispuso lo siguiente:

- I. Se creó el Consejo como órgano de coordinación en el ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) y se estableció su conformación por quince [15] representantes titulares de trece [13] instituciones, conforme se aprecia en el Cuadro N° 1.
- II. Se determinó que el Consejo sea presidido por el Indecopi en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y ente rector del Sistema²².
- III. Se asignó al Consejo las funciones de proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, entre otras²³.
- IV. Se asignó a la Autoridad, entre otras funciones, la de ejecutar la política nacional de protección del consumidor y el Plan Nacional de Protección de los Consumidores²⁴.

22 Cabe precisar que la Defensoría del Pueblo actúa dentro del Consejo en calidad de Observador.

23 Las funciones del Consejo se pueden apreciar en el Anexo N° 3.

24 Las funciones de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor se pueden apreciar en el Anexo N° 4.

Cuadro N° 1 Consejo Nacional de Protección del Consumidor

N°	Integrantes	N° de representantes
1	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)	1
2	Ministerio de la Producción	1
3	Ministerio de Salud	1
4	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	1
5	Ministerio de Educación	1
6	Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento	1
7	Ministerio de Economía y Finanzas	1
8	Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones	1
9	Gobiernos Regionales	1
10	Gobiernos Locales	1
11	Organismos Reguladores de los Servicios Públicos	1
12	Asociaciones de consumidores	3
13	Gremios empresariales	1

Fuente: Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art. 133°. Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

Por lo anterior, es claro que el accionar del Estado en materia de protección del consumidor es vital puesto que de su éxito dependerá que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos, gocen de los derechos y mecanismos efectivos para su protección y se prevengan o eliminen las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. Con lo anterior, se tendrá una mayor confianza en el mercado el cual debiera de ir en línea con una mayor formalización del mismo.

Sin embargo, la articulación y consolidación de la política no será inmediata sino gradual, además de ser compleja, puesto que no solo están inmersos los organismos públicos y privados, empresas y los consumidores sino además debe de tener un alcance nacional y ser global. En este sentido, el desarrollo del Sistema en el Perú será fortalecido con el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, el cual considera los lineamientos de las políticas de protección al consumidor del Estado.

Finalmente, cabe destacar que la protección de los consumidores no solo es uno de los objetivos de política nacional considerados como prioritario²⁵ sino que también está en línea con las directrices para la protección al consumidor dada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la que se estableció que “corresponde a los gobiernos formular, o mantener una política enérgica de protección del Consumidor a través de la declaración de derechos universales del consumidor”²⁶, como son: i) seguridad física, ii) promoción y protección de los intereses económicos de los consumidores, iii) normas para la seguridad y calidad de los servicios y bienes de consumo, iv) sistemas de distribución de servicios y bienes de consumo esenciales, v) medidas que permiten a los consumidores obtener compensación, vi) programas de educación e información y vi) promoción de modalidades sostenibles de consumo y medidas relativas a esferas concretas.

2.2. DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA DEL ESTADO DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

2.2.1. Diagnóstico del entorno y problemática del estado de la protección del consumidor

Entorno macroeconómico y social

Conforme la economía peruana ha crecido en los últimos años, los mercados también se han desarrollado y la naturaleza de las transacciones se ha vuelto más compleja. En este contexto, cambiante e intrincado, la política de protección del consumidor ha afrontado constantes retos y también se ha adaptado orientándose a ser integral.

En efecto, entre 1993 y 2015 el tamaño de la economía peruana, medida a través de la magnitud del Producto Bruto Interno, aumentó cerca de tres veces sumando en el año 2015 los S/. 482 370 millones²⁷, tras crecer a una tasa promedio anual real de 5.6%. En dicho período, el consumo privado²⁸ se multiplicó en 2.7 veces, mientras

25 Dentro del marco del Plan Bicentenario Perú al 2021, el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (Ceplan) identificó el objetivo de Protección al consumidor como prioritario. Con base a Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Programas Presupuestales 2014, Diseño, Revisión y Articulación Territorial. 2013.

26 Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor [ampliadas en 1999]. Conferencia de Las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo [Unctad].

27 En términos reales, a precios constantes del año 2007, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI].

28 Referido a la oferta de bienes y servicios relacionados con el consumo privado. Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI].

el PBI per cápita anual pasó de S/. 7 025 a S/. 15 485 en el año 2015 (a precios constantes del año 2007)²⁹.

El largo periodo de crecimiento no solo comenzó a tener efectos importantes en el bienestar de la población [superando a los impactos de las que hasta entonces fueron las expansiones más largas]³⁰ sino en la reducción de la brecha externa [medida a través del resultado de la cuenta corriente en la balanza de pagos] y la mejor sostenibilidad de las finanzas públicas [reflejada en la reducción de la deuda y del déficit fiscal]. La estabilidad de precios reflejada en el comportamiento de la inflación se dio además dentro de un contexto de mayor apertura comercial³¹, como se puede apreciar a continuación en el Cuadro N° 2.

Cuadro N° 2
Perú: Indicadores macroeconómicos

Período	Crecimiento anual (Var. %)		PBI Pécápita real (Promedio anual en S/.)	Inflación (Promedio Anual)	Datos de Fin de Período (como % del PBI)			
	Producto bruto interno	Consumo privado			Cuenta corriente	Deuda Pública	Resultado económico	Apertura comercial 1/
1990 - 1995	4.3%	4.3%	7,280	1341.4%	-8.9%	45.0%	-3.1%	31.6%
1996 - 2000	2.0%	0.5%	8,474	6.9%	-3.0%	48.2%	-2.8%	35.6%
2001 - 2005	4.1%	2.9%	9,119	1.9%	1.5%	41.7%	-0.6%	46.9%
2006 - 2010	5.3%	5.9%	11,775	2.8%	-2.4%	24.3%	-0.1%	50.0%
2011 - 2015	5.9%	5.1%	14,713	3.3%	-4.8%	23.3%	-2.2%	44.7%

1/ En términos nominales, considerando la exportación de bienes y servicios.

Fuente: Banco central de Reserva del Perú (BCRP), Instituto Nacional de Estadística (INEI)

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

El dinamismo del consumo en el mercado peruano se ha reflejado en la evolución de diversos indicadores que evidencian el mayor número de transacciones y existencia de diversos patrones de consumo. De forma referencial se puede mencionar que:

- Entre 1993 y 2015, la actividad comercial, medida a través de su PBI sectorial, aumentó en 3.19 veces, creciendo a un ritmo promedio anual de 5.7% entre 1993 y 2015, período en el cual también se dio un crecimiento importante de los créditos de consumo.

29 Cabe destacar que de acuerdo a la clasificación del Banco Mundial, en el 2013, el Perú se ubicó en el grupo de países considerados de "ingresos medios" (con US\$ 6 714 por persona en términos de dólares constantes de 1990). Ceplan.

30 Ministerio de Economía y Finanzas. Marco Macroeconómico Multianual 2008-2010. Página 21.

31 El nivel de apertura da cuenta del nivel o grado de internacionalización de la economía. En este caso se utiliza el indicador expresado en la participación del intercambio comercial con respecto al Producto Bruto Interno.

- La expansión comercial se caracterizó por cambios en los sistemas de comercialización destacando el continuo desarrollo del canal moderno a nivel descentralizado, con la expansión de complejos comerciales y formatos diversos como supermercados, tiendas de mejoramiento del hogar, tiendas por departamentos, salas de cines, cadenas de farmacias, entre otros³².
- Entre 1993 y 2015, la apertura comercial decantó en una mayor oferta importada: las importaciones de bienes de consumo, en términos monetarios, se incrementaron en 12.1 veces, los bienes de consumo duraderos³³ y no duraderos crecieron a un ritmo anual de 12.6% y 11.6%, respectivamente.
- Los patrones de consumo de las familias han cambiado, reflejados en la estructura de gasto real. De forma referencial, por ejemplo, en Lima Metropolitana ha disminuido la importancia relativa del gasto total en alimentos y bebidas [de 61.7% en el año 1990 a 37.8% en 2009 que es cuando se dio el último cambio de año base para la canasta familiar] en contraste con el incremento en la importancia relativa de los servicios y el gasto en esparcimiento, cultura y diversión³⁴.

Cabe destacar que los efectos en el bienestar, derivados del crecimiento económico, se aprecian claramente en la reducción de la tasa de pobreza [la que pasó de 59% en el año 2004 a 21.8% en el año 2015], el incremento del ingreso real per cápita mensual promedio [el cual creció 46.6% entre el 2004 y 2015, resaltando el crecimiento experimentando entre los deciles³⁵ N° 2 y N° 5], la leve mejora en cuanto a la distribución de los ingresos, medido a través de coeficiente de Gini³⁶ [el cual pasó de 0.49 en el año 2004 al 0.44 en el año 2015] y en el mayor acceso por parte de los hogares a los diversos servicios básicos [ver Gráfico N° 1], programas asistenciales en el caso de segmentos vulnerables y un mayor equipamiento en el hogar.

32 Según la Asociación de Centros Comerciales y Entretenimiento del Perú [Accep], en el año 2015 operaban 73 centros comerciales con un total de 7 127 tiendas. El crecimiento ha sido notorio si se compara con lo reportado en el año 2000 cuando solo operaban ocho centros ubicados en su totalidad en Lima.

33 Entre las que destacó, según la SUNAT, las importaciones de máquinas y aparatos de uso doméstico [11.9%] y vehículos de uso particular [12.0%]. Al respecto, en este mismo período, la venta de vehículos nuevos creció 8.4 veces.

34 Con base a la estructura porcentual de gasto del índice de precios al consumidor en Lima Metropolitana. En el año 1990 la estructura corresponde a la Encuesta de Seguimiento de Consumo [Enseco] mientras que para el año 2009 a la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares [Enapref].

35 El decil es una medida de localización o posición no central. Los deciles son los nueve puntos que dividen la distribución en diez puntos de forma tal que dentro de cada uno, están incluidos el 10% de los datos. Por tanto, el decil es un valor que representa la décima parte de un conjunto de información.

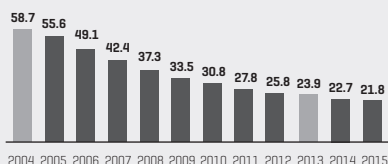
36 El Coeficiente de Gini es un indicador que mide el grado de desigualdad de una distribución. En este caso, para la distribución del ingreso se tendrá que el valor de cero [0] corresponderá a una distribución perfectamente equitativa y uno [1] a una perfecta inequidad.

Gráfico N° 1

Perú: Acceso a servicios básicos y evolución de la pobreza

Porcentaje de hogares que tuvieron...	1993	2015
Acceso a agua por red pública (Nacional)	46.7	85.4
Área urbana	68.5	92.0
Área rural	N.D.	64.5
Servicio de alcantarillado por red pública (nacional)	40.0	77.3
Área urbana	63.3	88.0
Área rural	N.D.	43.1
Servicio de energía eléctrica por red pública (nacional)	54.9	93.9
Área urbana	N.D.	98.9
Área rural	N.D.	77.9

Evolución de la tasa de pobreza a nivel nacional (%)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

De otro lado, en línea con los cambios y dinámica económica y social experimentada en los últimos 20 años, también los cambios han sido profundos a nivel demográfico en el Perú: entre 1993 y 2015 la población peruana aumentó en 8.5 millones de personas, sumando un total de 31.2 millones, con una mayor densidad, expresada en el número de habitantes por kilómetro cuadrado³⁷.

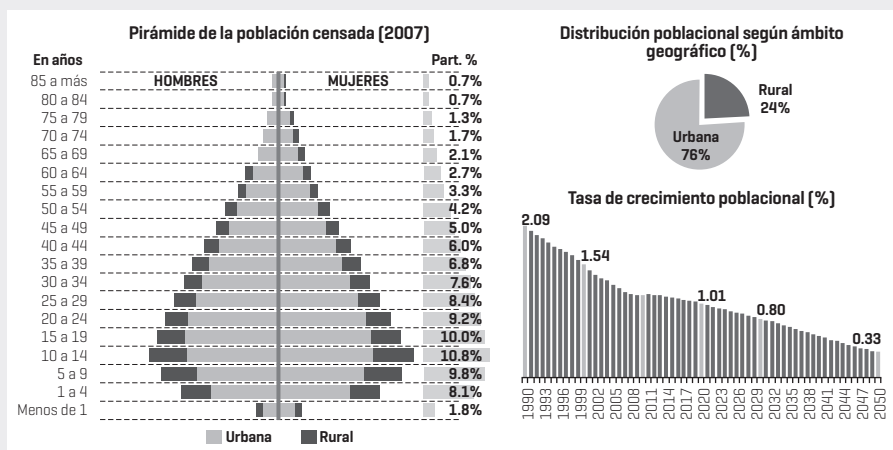
Al respecto, si bien en números absolutos la magnitud de la población ha ido en aumento, su ritmo de crecimiento ha sido cada vez más pequeño, reflejado en la tasa de crecimiento poblacional: la tasa intercensal entre 1993 y 2007 fue de 1.6% versus el 2% del período 1981 – 1993 y del 2.6% del período 1972 – 1981³⁸. Así también la distribución poblacional según ámbito geográfico ha cambiado: en el año 2015 la población de la zona urbana representó el 77% del total versus el 68% reportado en el año 1993 evidenciando la emigración hacia los centros de producción y consumo.

37 La densidad poblacional es un indicador que permite evaluar la concentración de la población de una determinada área geográfica. En el año 2007 la densidad poblacional del Perú se ubicó en 22 habitantes por km², nivel 4 veces más que el registrado 67 años antes, situándose como el quinto país de mayor densidad poblacional en América del Sur.

38 INEI. Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2007. Junio 2008.

Asimismo, acorde a las cifras del INEI, la estructura poblacional reflejada en la forma de la pirámide poblacional evidencia el menor número de nacimientos, mayor población activa³⁹ y mayor proporción de población en edad adulta acorde con el inicio del proceso de envejecimiento demográfico peruano (ver Gráfico N° 2). Esta característica [de crecimiento de la proporción de personas en edades potencialmente productivas en relación con la de personas en edades potencialmente inactivas] es el denominado “bono demográfico” u oportunidad demográfica, en la que se produce una situación particularmente favorable para el desarrollo, ya que aumentan las posibilidades de ahorro e inversión en crecimiento económico⁴⁰, así como la incorporación de una mayor masa de consumidores⁴¹.

Gráfico N° 2
Perú: Características demográficas



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática(INEI)

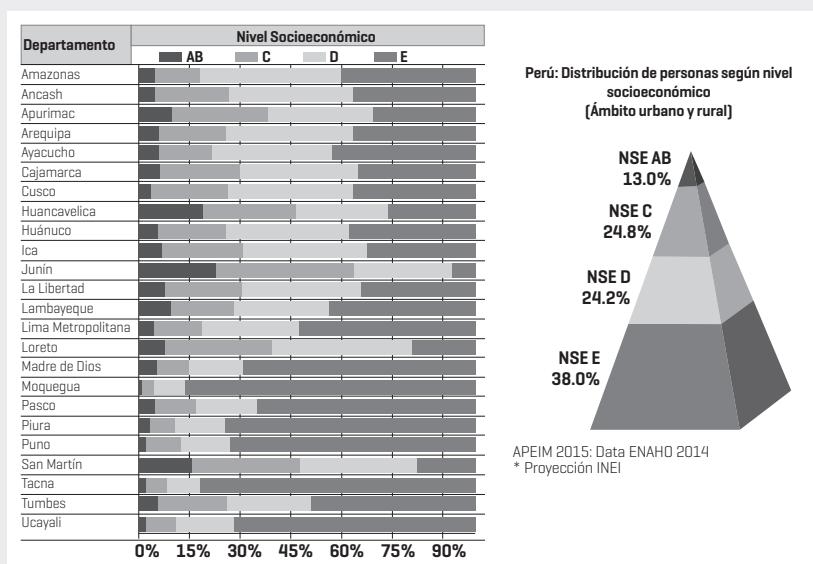
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

- 39 En el mercado laboral la Población Económicamente Activa (PEA) está comprendida por todas las personas de catorce (14) años y más de edad que en un determinado periodo de estudio se encontraban i) trabajando, ii) no trabajaron pero tenían trabajo y iii) se encontraban buscando activamente un trabajo.
- 40 Comisión Económica para América Latina y el Caribe [Cepal]. Panorámica social de América Latina (2008). El bono demográfico: una oportunidad para avanzar en materia de cobertura y progresión en educación secundaria. Según la Cepal (2008), el Perú cuenta con un bono demográfico de 44 años (2005- 2049) y tras esta etapa habrá un período de rápido envejecimiento poblacional que traerá nuevos desafíos a la sociedad y requerirá de programas y políticas públicas de ajuste en diversas áreas, incluido el suministro de cuidados de largo plazo y el financiamiento de pensiones para una población progresivamente envejecida.
- 41 Cabe destacar que la proporción de la población perteneciente a los Niveles Socioeconómicos B y C, según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados [Apeim], en el Perú (ámbito urbano y rural) representó el 35.6% del total; habiéndose reportando un ensanchamiento de los NSE B y C en los últimos años en contraste con la participación de los NSE D y E.

La población no solo está desplegada en diversos mercados geográficos de diverso desarrollo sino también se diferencia según sus características socioeconómicas⁴² que finalmente se reflejan en patrones de consumo diferentes: al año 2015, el 38% del total de la población perteneció al NSE E, 24.2% al NSE D, 24.8% al NSE C y el 13% al NSE A y B en su conjunto, variando dicha composición a nivel de departamentos. [ver Gráfico N° 3].

Cabe precisar que en la medida que la mayor proporción de la población pertenece a los NSE más bajos resulta más difícil el desarrollo de mercados y la masificación de relaciones de consumo de carácter formal⁴³. En este sentido, el acercamiento hacia dichos segmentos por parte de las diversas entidades del Sistema se ha dado a través de la apertura de oficinas regionales y la generación de herramientas informáticas.

Gráfico N° 3
Perú: Distribución de personas según nivel socioeconómico [2015]



Fuente: Apem

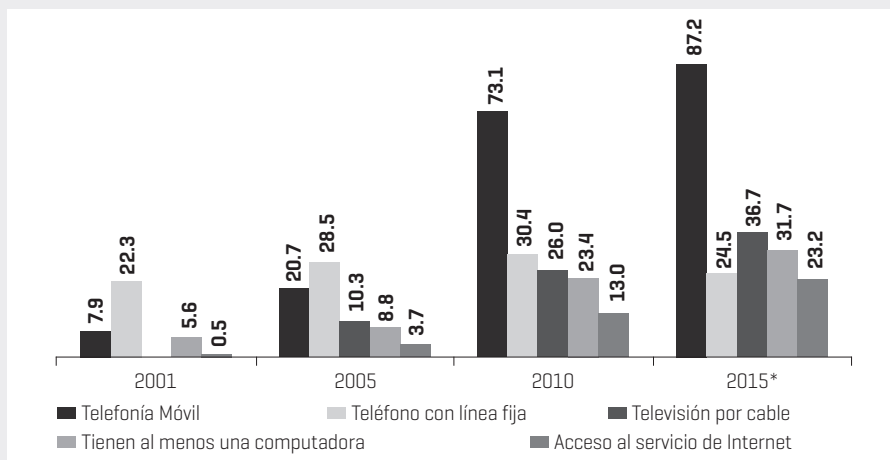
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

42 Considerando las estadísticas de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados [Apem]: Niveles Socioeconómicos 2015. APEIM. Junio 2015. La segmentación de hogares por NSE es una metodología de análisis compartida por las empresas de investigación de mercado. Se entiende por NSE un conjunto significativo de personas que comparten condiciones económicas y sociales que las hacen similares entre sí y distintas de las demás.

43 Informe Anual del Estado de la Protección del Consumidor, 2011. Indecopi.

Otro de los cambios sustantivos ha sido el referido al acceso de los hogares a las tecnologías de información y las telecomunicaciones, como es el caso de la telefonía, televisión, computadoras e internet [Ver Gráfico N° 4], permitiendo la reducción de parte de la brecha digital. La disponibilidad de estos medios de comunicación ha permitido [y continuará permitiendo] la implementación de estrategias de comunicación y solución de controversias por parte de las principales autoridades en materia de protección del consumidor.

Gráfico N° 4
Perú: % de Hogares con acceso a servicios y bienes TIC: Telefonía fija, telefonía móvil, TV cable, computadora e internet



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática(INEI)
 Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

Sin embargo, pese al importante crecimiento económico y avances en materia social todavía subyacen aspectos como el analfabetismo, que como condición de inequidad imposibilita a las personas el acceso a las oportunidades que le ofrece la sociedad⁴⁴. En el 2015, la tasa de analfabetismo fue de 6%, aunque con una alta diferencia según mercado: Lima (2.1%) y resto de país (7.8%).

Finalmente es de destacar que el entorno en el que se desenvuelve el consumidor es cada vez más complejo. En este sentido, los mecanismos de protección del consumidor deberán de tomar en cuenta las diversas tendencias que impactarían en los patrones de consumo, entre las que se pueden mencionar:

44 INEI. Perú: Indicadores de Educación por Departamentos Evolución del Analfabetismo.

Cuadro N° 3

Principales tendencias en el mediano y largo plazo

· Mayor envejecimiento de la población y con ello un mayor segmento de consumidores más vulnerables.
· Centros urbanos más poblados.
· Incremento de la clase media y poder adquisitivo.
· Consumidores más empoderados de la mano de las nuevas tecnologías.
· Consumidores con mayor nivel de instrucción.
· Preocupación por el medio ambiente y preferencia por productos provenientes de la agricultura ecológica.
· Profundización de la globalización y liberalización del comercio.
· Mayor desarrollo del comercio electrónico.
· Preocupación de las empresas por su reputación corporativa ligada a aspectos como el uso eficiente de recursos naturales y medioambiente.

Problemática de la protección del consumidor

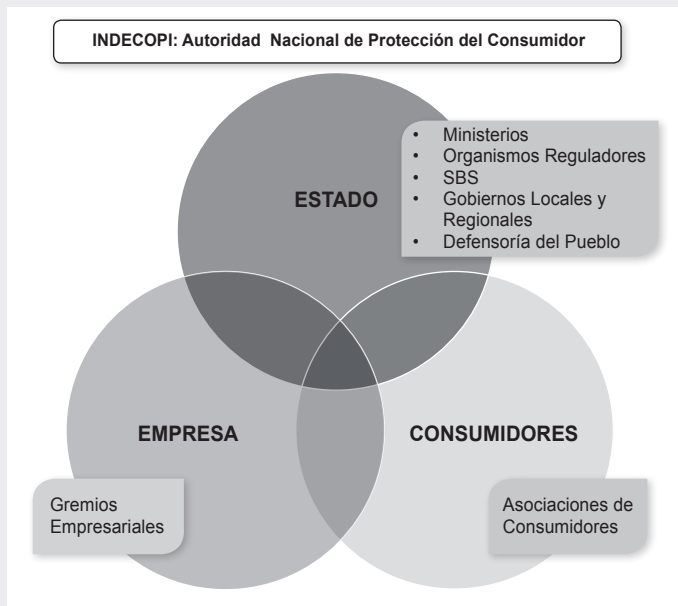
Luego de la publicación del Código⁴⁵ el escenario en materia de protección del consumidor se ha fortalecido; los consumidores cuentan con una normativa orientada a solucionar los problemas de consumo, poseen mecanismos de prevención y solución de conflictos y; gradualmente, se ha generado una mejor y mayor información que facilita la toma de decisiones de consumo.

Sin embargo, a pesar de los avances, la mayor consolidación e integración del Sistema será progresiva en la medida que se alcancen mayores niveles de coordinación, participación y cumplimiento de las funciones y competencias respectivas de cada uno de sus miembros. En este sentido, se espera la participación activa del Estado, el mayor compromiso de los proveedores⁴⁶ y una mejor participación de los consumidores a través de las asociaciones de consumidores.

45 El Código fue publicado el 02 de setiembre del año 2010.

46 Cabe destacar que para el presente Plan se incluyen en la definición de proveedores a las entidades prestadoras o empresas concesionarias, salvo se precise lo contrario.

Gráfico N° 5 Sistema Nacional de Protección del Consumidor



Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

Cabe destacar que dentro del contexto de crecimiento económico y mayor número de transacciones [y complejidad de las mismas] los conflictos en las relaciones de consumo han aumentado en general. Así se tuvo que en 2015 en comparación con el 2010 (ver Gráfico N° 6):

- Los reclamos totales presentados ante las empresas de servicios públicos⁴⁷ [englobándose a las de electricidad y gas, telecomunicaciones; agua y saneamiento e infraestructura de transporte público] aumentaron 67.2%; sumando un total de 1 737 966 reclamos⁴⁸.
- Los reclamos presentados en empresas financieras aumentaron en 3.6 veces totalizando 1 565 401 en el 2015, en un entorno en el que el coeficiente

47 Que corresponden al inicio de los procedimientos administrativos a diferencia de los reclamos en empresas financieras y de los presentados ante el SAC del Indecopi.

48 A nivel desagregado se tuvo que en las empresas de telecomunicaciones los reclamos aumentaron 106.5% (hasta los 1 273 504 reclamos en 2015); en las que brindan el servicio de distribución de energía y gas, 143.1% (hasta los 111 256 en el 2015); y en las reportadas en el sector de infraestructura de transporte público, 674.4% (637 en 2010 hasta los 4 933 en el 2015); mientras que, en las empresas de agua y saneamiento disminuyeron 7.5% (hasta los 348 303 en el año 2015).

de monetización aumentó 11.88 puntos porcentuales (crecimiento de 42.4% en términos relativos)⁴⁹.

- Los reclamos presentados ante el Indecopi (excluyéndose los correspondientes al sector financiero) aumentaron en 175.9% hasta los 28 666⁵⁰ en el año 2015.

Asimismo, del total de conflictos reportados en el año 2015, por parte de las diversas entidades miembros del Sistema, el porcentaje que fueron declarados “fundados”⁵¹ fue de 52.7% en promedio⁵². Dicho resultado refleja que las infracciones atribuidas al proveedor tuvieron como causa el comportamiento infractor⁵³ pero también probablemente el desconocimiento de sus obligaciones⁵⁴. De igual forma, en el consumidor se evidenció que no necesariamente tiene un conocimiento de sus derechos⁵⁵.

49 El coeficiente de monetización es un indicador referencial de la profundización financiera. En este caso se utilizó el dato de créditos del sector financiero como porcentaje del PBI para los años de comparación indicados.

50 Cabe destacar que el crecimiento de la atención de reclamos reportado en el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) del Indecopi reflejaría además el impacto de la ampliación de la cobertura derivada de la apertura de oficinas en el interior del país. En efecto, en el año 2010 el Indecopi contaba con un total de 14 a nivel nacional; mientras que para el año 2015 el número de oficinas se incrementó hasta alcanzar las 35 (incluyendo las oficinas regionales, oficinas locales, Centros MAC y sedes de Lima Norte y Lima Sur).

51 El indicador es referencial toda vez que corresponde a un promedio. En el sector de telecomunicaciones, el 43.2% de los reclamos resueltos en primera instancia (es decir, por las empresas proveedoras de los servicios) fueron declarados fundados; en el sector de energía, el 25.6% del total de reclamos resueltos en primera instancia; y, en el sector de infraestructura de transporte público el 25.5%. Para el caso del sistema financiero (considerando los reclamos reportados en las empresas proveedoras) el porcentaje de fundados a favor del consumidor fue de 60.2%. Para el caso de reclamos en el SAC del Indecopi se refieren a conciliaciones [86.6%].

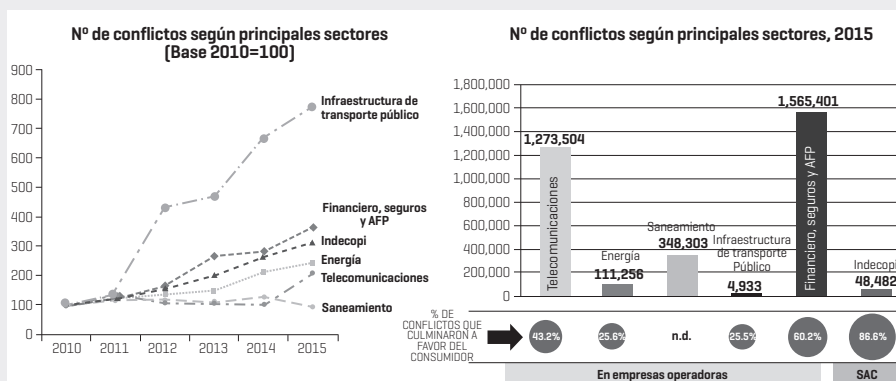
52 Se refiere al promedio ponderado considerando los reclamos resueltos, sin incluir la información relacionada a reclamos en empresas de saneamiento.

53 Por ejemplo, cuando la insatisfacción del consumidor fue causada por la falta de entrega de información por parte del proveedor [17.7% del total de reclamos reportados en el Indecopi entre 2007 y 2015] reflejando el problema de asimetría informativa; o por la idoneidad del servicio o producto entregado [50.6% del total de reclamos presentados en el Indecopi entre 2007 y 2015]. Para efectos prácticos se está considerando a la conciliación en el SAC como favorable al consumidor en el sentido que de no haber estado satisfecho no hubiese llegado a dicho resultado teniendo la posibilidad de optar por el inicio de un procedimiento administrativo a través de la denuncia. En este sentido dicho indicador es referencial toda vez que en el procedimiento de reclamo ante el SAC del Indecopi no hay una determinación de responsabilidad.

54 De forma referencial en el año 2012 durante la campaña de fiscalización de obligaciones “Libro de Reclamaciones” desarrollada por el Indecopi, se verificó que de 630 expedientes iniciados [procedimiento administrativo sancionador] por no cumplir con las obligaciones de la reglamentación, alrededor de 15% alegó en sus argumentos de defensa que no cumplía los requisitos debido al desconocimiento de la norma.

55 Un indicador referencial con respecto a este punto serían las denuncias que fueron declaradas inadmisibles e improcedentes puesto que reflejan acciones “equivocadas” por parte del consumidor, en el sentido que la invocación de derechos detrás de estas denuncias responde en realidad a un desconocimiento de los mismos, el cual del total de denuncias presentadas ante el Indecopi representaron el 14.9% en promedio entre 2007 y 2015.

Gráfico N° 6 Evolución de la magnitud de conflictos según principales sectores



Telecomunicaciones: Comprende reclamos presentados ante las operadoras que brindan servicios de telefonía fija y móvil, cable e internet. **Energía:** Comprende reclamos presentados ante las operadoras que brindan servicios de electricidad y de gas natural. **Saneamiento:** Comprende reclamos presentados ante las operadoras que brindan servicios de agua potable y alcantarillado. **Infraestructura de transporte público:** Comprende reclamos presentados ante las empresas concesionarias de infraestructura de transporte de uso público. **Financiero, seguros y AFP:** Comprende reclamos ante las entidades financieras, de seguros y AFP. **Indecopi:** Comprende reclamos totales presentados ante el SAC del Indecopi, incluyéndose los del sistema financiero; y se refieren a las conciliaciones. En ningún caso se incluye la información de denuncias y apelaciones. El porcentaje de conflictos que culminaron a favor del consumidor se calculó en función a los reclamos resueltos.

Fuente: Estadísticas Institucionales del Indecopi, Osinergmin, Ositran, Osiptel, Sunass y SBS
Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

La necesidad de conocer con mayor profundidad la problemática en materia de protección del consumidor conllevó a la generación de información primaria [cuantitativa y cualitativa] a fin de profundizar el conocimiento del estado situacional del consumidor en materia de protección⁵⁶. Sobre la base de la primera encuesta a nivel nacional en materia de protección del consumidor en el ámbito urbano⁵⁷, se tuvo hallazgos que se pueden categorizar en: i) hábitos y habilidades del consumidor, ii) percepción de conocimiento de derechos como consumidor, iii)

56 De forma referencial se realizó: i) La “Encuesta en Lima Metropolitana y Callao para la Determinación de Línea de Base en materia de Protección al Consumidor”, con una muestra de 4 050 encuestas, desarrolladas entre el 8 y el 22 de febrero de 2014, dirigida a ciudadanos mayores de 18 años, en el ámbito geográfico de Lima Metropolitana y Callao, ii) Ocho (08) focus groups, segmentados de acuerdo al nivel socioeconómico (C2/D y A2/B), rangos de edad [20 a 25 años y 35 a 50 años] y sexo (Hombres y mujeres); y iii) La “Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor, 2015”.

57 La “Encuesta Nacional Urbana en Materia de Protección al Consumidor 2015” fue realizada sobre una muestra de 4 294 entrevistados, entre el 27 de noviembre y el 10 de diciembre de 2015 con un margen de error de +/- 1.5%, la cual estuvo dirigida a ciudadanos mayores de 18 años, en la principal ciudad de cada departamento del Perú donde el Indecopi cuenta con una oficina.

experiencia de consumo y reclamo o denuncia⁵⁸, iv) vulnerabilidad del consumidor [entendida como una medición aproximada de aquellos consumidores que están en condición de ser más afectados en una relación de consumo]⁵⁹; y, v) la percepción con respecto a la discriminación.

Gráfico N° 7 Principales características del consumidor con respecto a diversos tópicos en materia de protección del consumidor



Fuente: Estadísticas Institucionales del Indecopi, Osinergmin, Ositran, Osipitel, Sunass y SBS Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

- **Hábitos y habilidades del consumidor en su experiencia de consumo.** Los consumidores manifestaron tener cierto grado de diligencia en el proceso de adquirir productos o contratar servicios, ya que, en la mayoría de casos, declararon realizar acciones como la de leer las etiquetas [51.8%] y los contratos antes de adquirir o contratar productos o servicios [53.5%], además de solicitar y verificar diversos aspectos cotidianos al momento de una transacción [como es el caso de exigir el comprobante de pago, conservarlo, comparar, etc.].

58 Para este acápite se utiliza indistintamente el término de reclamo y denuncia toda vez que los encuestados no necesariamente distinguen las diferencias entre ambos términos.

59 Cabe destacar que esta definición difiere del concepto de consumidores vulnerables según el Código, el cual está asociado a aquellos consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo que están más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.

Si bien los entrevistados manifiestan tener costumbres de consumo consideradas razonables⁶⁰, el resultado cambió considerablemente al ser expuestos a preguntas de control que requieren de un mayor grado de objetividad en la respuesta [a través del ejercicio controlado que implica un razonamiento adicional: por ejemplo para elegir entre ofertas de productos, identificar una información específica en los empaques de productos y realizar operaciones aritméticas básicas] para tomar decisiones de compra informadas.

De manera referencial, si bien 8 de cada 10 personas pudieron identificar correctamente las fechas de vencimiento de un producto, menos de la mitad (46.2%) pudo elegir una oferta más económica entre dos anuncios del mismo producto; y solo el 15.9% pudo identificar aspectos nutricionales específicos de las etiquetas, entre algunos aspectos evaluados.

- **Conocimiento sobre sus derechos como consumidor.** Seis de cada diez consumidores (60%) manifestaron conocer el Código, existiendo una relación directa entre el nivel socioeconómico y el nivel de conocimiento de la protección del consumidor: a mayor nivel socioeconómico mayor fue el conocimiento del Código. El saber de la existencia de un Ley que defiende al consumidor influye en un mayor empoderamiento de este, de la mano del mayor conocimiento de sus derechos. Sin embargo, entre los conocedores, solo el 16.6% manifestó haberlo consultado alguna vez.

Por su parte, el nivel de percepción de conocimiento de los derechos como consumidor requiere mejorar. Si bien el 84.1% afirmó conocer en diverso grado sus derechos, solo el 20% afirmó conocerlos “muy bien” (5.3%) y “relativamente bien” (14.6%). Asimismo, al evaluar mediante situaciones objetivas el conocimiento básico de sus derechos, se tuvo que solo la mitad de ellos respondieron correctamente, siendo los consumidores de los NSE más bajos los que tuvieron una menor tasa de respuesta correcta.

- **Experiencia de consumo y reclamo.** De acuerdo con la encuesta, el 28.8% de los consumidores reportó problemas de consumo que le hicieron pensar en presentar reclamos en el año 2015 (en promedio 2.5 conflictos por persona). De dicho universo (de consumidores que experimentaron un problema de consumo):

60 Se entiende que el consumidor razonable, antes de tomar decisiones de consumo, adopta precauciones comúnmente razonables y se informa adecuadamente acerca de los bienes o servicios que les ofrecen los proveedores. Boletín - Comisión de Competencia Desleal del Indecopi. Diciembre 2004.

- ✓ El 51% llegó a presentar un reclamo; principalmente debido a: i) cobros excesivos, ii) mala atención, iii) defectos del producto entregado, iv) falta de idoneidad del servicio ofrecido, v) mala calidad y; vi) publicidad engañosa. Según el canal utilizado para efectivizar el reclamo, el consumidor realizó principalmente un reclamo verbal (51.2%), reclamo formal (30.7%) o un reclamo en el Indecopi (6.9%), entre otros⁶¹.
- ✓ La otra mitad de consumidores que no present reclamo alguno, fue por factores, como: i) no tener tiempo, considerar dicha acción como una pérdida de tiempo, iii) el desconocimiento de medios donde ejercer su reclamo y; iv) evitar la ocurrencia de problemas, entre otros.

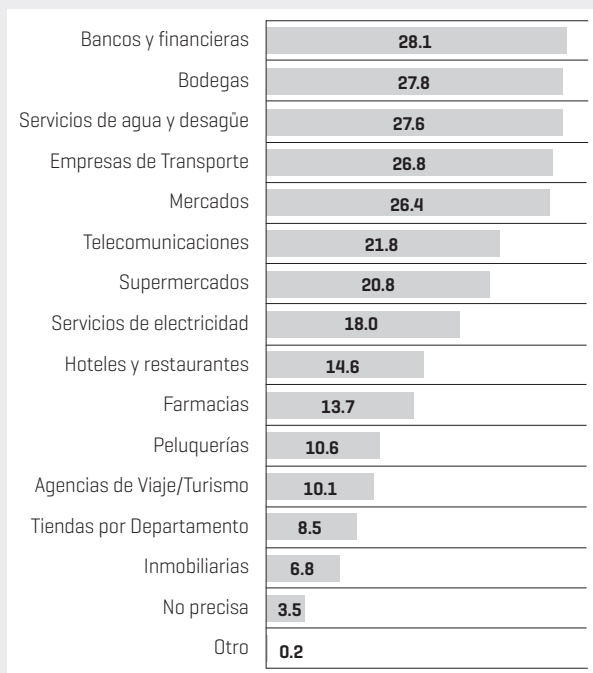
De otro lado, con respecto a las empresas:

- ✓ Los consumidores perciben que la principal razón por la que las empresas no respetan los derechos de los consumidores es por falta de fiscalización del Estado y porque los consumidores no conocen sus derechos.
- ✓ Los consumidores perciben que las empresas imponen trámites largos para que el consumidor desista de su reclamo.
- ✓ Existe la percepción que cuanto más grande y formal es una empresa la probabilidad de solución de un conflicto de consumo será mayor. A pesar de ello, existe una permeabilidad para con los proveedores informales ya que hay una disposición a adquirirles bienes y servicios si es que consideran que su calidad es buena.
- ✓ Entre las actividades que los consumidores consideran que debieran ser monitoreadas o investigadas destacan: los bancos y financieras, las bodegas, los servicios básicos, empresas de transporte y mercados (mercadillos y paraditas). [Ver gráfico 8].

61 A nivel general, los resultados permitieron inferir que existe desconocimiento por parte de los consumidores sobre las competencias que tienen algunas instituciones encargadas de brindar orientación y solución de conflictos de consumo, esto debido a que los consumidores al ser consultados por la entidad a la que recurrirían para ser orientados, en caso experimenten problemas de consumo con ciertos productos o servicios, indicaron no conocer dónde acudir, mientras que otros señalaron instituciones de manera equivocada.

Gráfico N° 8

Perú urbano: Actividades que deben de ser investigadas/monitoreadas (Respuesta múltiple, %)



Fuente: Encuesta en Materia de Protección al Consumidor, 2015.

Elaboración: Indecopi - Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

- Indicador de vulnerabilidad.** Al utilizar una medición de aproximación a la vulnerabilidad⁶² [que básicamente mide el nivel de consumidores que a) no realizan una elección informada, como por ejemplo, leer las etiquetas y contratos previo a su relación de consumo, b) desconocen sus derechos como consumidor y, c) teniendo algún conflicto en su relación de consumo, no los hace respetarse], se tuvo que, el consumidor es más vulnerable:

62 Si bien no existe un consenso con respecto a la definición de vulnerabilidad, para efectos prácticos se utilizó un índice que recoge la información de varias variables. Para ello, se utilizó preguntas asociadas a: i) la frecuencia de lectura de etiquetas, ii) la frecuencia de lectura de contratos, iii) el conocimiento de los derechos como consumidor y iv) el grado de respeto a sus derechos. A cada pregunta se le asignó un puntaje del 0 a 100 [a mayor puntaje, menor vulnerabilidad]. Para el año 2015, el índice de vulnerabilidad fue de 41%.

- ✓ Conforme tiene menor nivel de instrucción.
- ✓ En el rango de edades de 18 a 24 años.
- ✓ Con mayor frecuencia en los niveles socioeconómicos más bajos.

Cabe destacar que este índice si bien no mide la causalidad entre las variables⁶³, muestra una clara correlación entre algunas características del consumidor sobre los cuales se puede influir a través de diversos mecanismos y políticas de acción. Asimismo, muestra que la vulnerabilidad, puede afectar en diverso grado a todos los consumidores, aunque con una incidencia heterogénea según se analice por nivel educativo, NSE y grupo de edad.

- **Con respecto a la discriminación.** Partiendo de los resultados de la encuesta, se tiene que el 7.6% de los consumidores manifestó que siempre o casi siempre percibió haber sido discriminado [en empresas, bancos, restaurantes, centros comerciales, discotecas, etc.]. De otro lado, el porcentaje aumentó a 12% cuando se les preguntó si fueron testigos de un acto discriminatorio.

Cabe destacar que la discriminación ha sido una de las preguntas sobre afectaciones específicas a las normas de protección del consumidor cuyo resultado se pone de relieve, dada la gravedad de la misma. Al respecto, el Código establece la prohibición de discriminación de los consumidores. Así, los proveedores no pueden discriminar por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o cualquier otra índole⁶⁴.

Cuadro N° 4
Perú: Indicadores en materia de protección del consumidor, 2015

N°	Indicador	Definición	Valor
1	Conocimiento de la Ley de Protección del Consumidor.	Porcentaje de consumidores que han escuchado sobre la Ley de Protección [Código de Protección y Defensa del Consumidor].	60%
		Porcentaje de consumidores que han consultado el Código de Protección y Defensa del Consumidor.	17%

63 Las variables consideradas son el nivel instrucción, la edad, el nivel socioeconómico, el conocimiento de derechos y la acción de defender sus reclamos.

64 Código de Protección y Defensa del Consumidor. Artículo N° 38.

2	Conocimiento de los derechos como consumidor.	Porcentaje de los consumidores que considera conocer muy bien o relativamente bien sus derechos.	20%
3	Conocimiento del Libro de Reclamaciones.	Porcentaje de consumidores que conoce el Libro de Reclamaciones.	72%
		Porcentaje de consumidores que utilizó el Libro de Reclamaciones.	27%
4	Intención de reclamo o denuncia	Porcentaje de consumidores que han tenido un problema de consumo que los han hecho pensar en presentar un reclamo o denuncia.	29%
5	Realización efectiva de un reclamo o denuncia	Porcentaje de consumidores que habiendo tenido una mala experiencia de consumo (resultado del indicador N° 4), presentaron un reclamo o denuncia.	51%
6	Nivel de vulnerabilidad	Indicador de vulnerabilidad, elaborado sobre la base de las preguntas de frecuencia de lectura de etiquetas, frecuencia de lectura de contratos, conocimiento de derechos como consumidor y grado de respeto a sus derechos. Así, cuanto mayor es el puntaje, mayor es el nivel de vulnerabilidad.	41%
7	Discriminación	Porcentaje de consumidores que testificaron un acto discriminatorio	12%

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor - Indecopi

Finalmente, la necesidad de fortalecer la protección al consumidor es transversal. Al respecto, no solo será importante el monitoreo de los diversos sectores en los que los diversos integrantes del Sistema tienen competencias sino también impulsar la mayor formalidad a nivel de proveedores⁶⁵.

III. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

3.1. METODOLOGÍA

El presente **Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020** ha sido formulado partiendo de:

⁶⁵ Cabe destacar que según la Encuesta cuanto más bajo es el nivel socioeconómico existe una mayor permeabilidad a comprarle a proveedores informales, con los cuales difícilmente se podrán llegar a mecanismos formales de solución de conflictos.

- i) La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.
- ii) El análisis de la situación actual en cuanto a materia de protección del consumidor.
- iii) El establecimiento de la visión, misión y valores.
- iv) El proceso estratégico a través del análisis del entorno y la organización interna del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor [así como una evaluación de sus competencias]; y,
- v) El establecimiento de los objetivos y metas.

Cabe destacar que el primer esfuerzo en la elaboración del presente plan se dio en el año 2012 con la participación y validación de los diversos miembros del Consejo Nacional de Protección del Consumidor, además de considerar las recomendaciones de diversas entidades.

Finalmente es de destacar que el presente plan ha fijado metas de programación multianual y su evaluación efectiva permitirá la corrección o reformulación necesaria que correspondan en caso que las condiciones del entorno [interno como externo] varíen.

3.2. VISIÓN, MISIÓN Y VALORES DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

Visión

Ser un conjunto articulado de entidades, normas e instrumentos que interactúan de manera eficiente, coordinada y transparente en la tutela de los derechos de todos los consumidores.

Misión

Consolidar como principio del Estado y la Sociedad, la protección de los derechos del consumidor en todos los niveles, promoviendo acciones de orientación e información, generando mecanismos de prevención y solución de conflictos, implementando acciones de mejoras técnico- normativas y creando herramientas para su fortalecimiento.

Valores

- **Coordinado:** Actuar de manera armonizada con las entidades que lo integran.
- **Eficiente y eficaz:** Actuar optimizando los procedimientos para los fines fijados.
- **Transparente:** Actuar de forma clara y sencilla.
- **Inclusivo y con enfoque intercultural:** Dirigir políticas a favor de los consumidores más vulnerables, reconociendo y valorando visiones culturales, concepciones de bienestar y desarrollo de diversos grupos étnico-culturales.
- **Protector:** Promover condiciones que garanticen la transparencia y equidad en las relaciones de consumo.
- **Defensor:** Actuar en respuesta ante la vulneración de los derechos del consumidor.
- **Igualitario y no discriminador:** Garantizar que las relaciones de consumo se desarrollen de manera equitativa sin distinción ni exclusión sobre la base del origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o cualquier otra índole.

3.3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

El Sistema muestra “fortalezas” que deben ser potenciadas y “debilidades” que deben neutralizarse.

DIAGNÓSTICO INTERNO
Fortalezas
La alta especialización de las diversas entidades que conforman el Consejo.
La creación de un ente rector que lidere la ejecución de las políticas y la existencia de lineamientos establecidos en la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor [de obligatorio cumplimiento por todas las entidades del Estado] en el cual se enmarca el Plan Nacional de Protección de los Consumidores.
La naturaleza constitucional del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor instituido por el Código de Protección y Defensa del Consumidor.
Alta capacidad de proponer propuestas normativas por parte del Consejo Nacional de Protección del Consumidor y el Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección al Consumidor.
La inclusión de los Gobiernos Regionales y Locales en el Consejo.
Alta participación de los miembros del Consejo para coordinar acciones.
Existencia y participación activa de las asociaciones de consumidores y usuarios aunque todavía con baja representatividad y solidez financiera.
Debilidades
La rigidez de plazos y procedimientos para definir y ejecutar políticas.

Limitado presupuesto que asegure la ejecución de mayor alcance de las actividades contempladas en el Plan Nacional.
La escasa información de partida de los diversos mercados que apoyen la toma de decisiones.
El desconocimiento de las competencias y funciones de las diversas instituciones.
La insuficiente supervisión en diversos sectores en relación con el tamaño del mercado.
El desconocimiento de las necesidades y expectativas de los consumidores.
La falta de homogeneidad en los procedimientos de quejas y reclamos en las instituciones públicas.

Asimismo, existen riesgos y oportunidades que deben de ser atenuados y aprovechados respectivamente

DIAGNÓSTICO EXTERNO
Oportunidades
Continuidad del crecimiento de la economía peruana y el consumo de las familias ⁶⁶ .
Las políticas de fortalecimiento institucional emprendidas por el Estado ⁶⁷ .
El acceso a las experiencias de protección al consumidor en otros países, con la posibilidad de crear vínculos con instituciones relacionadas ⁶⁸ .
Las políticas del Estado orientadas a fortalecer la inclusión social y los derechos de la población más vulnerable ⁶⁹ .
El desarrollo de las tecnologías de la información como herramientas de difusión y orientación de los derechos del consumidor ⁷⁰ , considerando la mayor penetración de internet y telefonía móvil en los hogares.

66 Según el Marco Macroeconómico Multianual Revisado 2017-2019 la economía peruana crecería 4.8% en 2017, 4.3% en 2018 y 4.1% en 2019, mientras que el consumo privado lo haría en 3.7% en 2017, 4.2% en 2018 y 4.5% en 2019. Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas [MEF].

67 En el acta suscrita correspondiente al Acuerdo Nacional (2002), se estableció cuatro grandes objetivos para el Estado Peruano: Democracia y Estado de Derecho; Equidad y Justicia Social; Competitividad del País; y, Estado Eficiente, Transparente y Descentralizado. En: <http://acuerdonacional.pe/>

68 Por ejemplo, el FIAGC – Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor, que promueve la cooperación entre las diversas agencias para intercambio de información y experiencias, con la finalidad de actuar con mayor eficacia en el desarrollo y mejoramiento de las políticas públicas de protección al consumidor y establecer un mecanismo de coordinación institucional. En: <http://www.fiagc.org/fiagc/>

69 Fuente: Decreto Supremo N° 027-2007-PCM (y sus modificatorias) a través del cual se define y establece las Políticas Nacionales de obligatorio cumplimiento para las entidades del Gobierno Nacional.

70 En concordancia con lo establecido en la R.M. N° 085-2012-PCM a través de la cual se aprobó el Plan de Acción del Perú para su incorporación a la Sociedad de Gobierno Abierto que contiene compromisos en materia de transparencia y acceso a la información pública, integridad pública, participación ciudadana y gobierno electrónico y mejoras en los servicios públicos. De otro lado según el Informe Técnico N° 4 –Diciembre 2016 “Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares” publicado por el INEI, la población que tuvo acceso a internet representó el 47.7% de la población de 6 a más años de edad al trimestre Julio-Agosto-Setiembre.

Alta predisposición y/o intención del consumidor para hacer respetar sus derechos ⁷¹
Tendencia hacia la mayor preocupación por parte de los proveedores por la imagen y reputación corporativa.
Amenazas
Continuidad del alto grado de informalidad de la economía peruana ⁷² .
Las restricciones presupuestarias de las instituciones públicas para el desarrollo de proyectos de protección al consumidor ⁷³ .
La falta de una visión conjunta entre los diversos poderes del Estado respecto a la protección de los consumidores.
Ciclos políticos que afectan la composición y continuidad de equipos técnicos en las diversas entidades (Ministerios, Gobiernos Regionales, Locales, etc.).
Las presiones mediáticas sobre el Sistema a través de la reconfiguración de competencias, etc.

3.4. EJES ESTRATÉGICOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Los ejes estratégicos del presente plan (establecidos en la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor) se determinaron a partir del diagnóstico de la situación actual del entorno y estado de la protección del consumidor presentado en los capítulos precedentes, las políticas de protección⁷⁴ y los derechos de los consumidores⁷⁵ establecidos en el Código; y el establecimiento de la visión y misión.

Asimismo, es de destacar que son elaboradas a partir de las necesidades propias del país y teniendo además en cuenta la evolución de las estrategias a nivel internacional que se han dado en los principales países latinoamericanos. Su implementación y metas respectivas consideran también la capacidad efectiva de las diversas entidades integrantes del Sistema.

71 Según la “Encuesta en Materia de Protección al Consumidor”, 2015.” el 29% del total de consumidores presentaría un reclamo de tener un problema con los productos o servicios que adquiere o contrata. Del total de consumidores que dijeron que presentaría un reclamo, el 51% presentaron un reclamo o denuncia.

72 Existen diversas definiciones técnicas relacionadas a la informalidad. La actividad informal como porcentaje del PBI para el Perú según el Banco Mundial y para el año 2013 fue del 19%. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) el empleo informal en el Perú para el año 2015 fue del 73.2% ratio menor en 3.9 puntos porcentuales respecto al año 2010.

73 En la medida que no todas las Instituciones del Estado consideran en sus planes operativos y sus correspondientes presupuestos, actividades o proyectos en el marco de la protección de los consumidores, restringiendo su actuación en esta materia, debido a que deben enfocar su actuación a lo programado, de conformidad con la Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto [Ley N° 28411] y sus diversas disposiciones complementarias.

74 Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art. VI.

75 Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art. 1°.

El Plan Nacional de Protección al Consumidor está organizado en cuatro [04] ejes estratégicos que se presentan a continuación.

EJES ESTRATÉGICOS	
Nº 1:	Educación, orientación y difusión
Nº 2:	Protección de la salud y seguridad de los consumidores
Nº 3:	Mecanismos de prevención y solución de conflictos entre proveedores y consumidores
Nº 4:	Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

3.5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS E INDICADORES

Para cada uno de los ejes estratégicos mencionados se han definido los objetivos estratégicos con sus correspondientes indicadores. Asimismo, se plantean los objetivos específicos y sus indicadores.

Gráfico Nº 9
Plan Nacional de Protección de los Consumidores:
Ejes y objetivos estratégicos



Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

Cabe destacar que la Dirección, como órgano instituido por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es la encargada de velar por la ejecución del presente Plan, cuyos indicadores correspondientes al periodo de evaluación, serán verificados por el Consejo.

Eje N° 1: Educación, orientación y difusión de información

Eje N° 1: Educación, orientación y difusión de información	
Objetivo Estratégico	Fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para mejores decisiones de consumo

El Eje N° 1 denominado “Educación, orientación y difusión de información” responde principalmente a la problemática encontrada en cuanto al bajo conocimiento de los derechos como consumidor, al bajo conocimiento de las obligaciones por parte de proveedores con respecto a lo establecido en el Código y a la necesidad de disminuir la asimetría informativa y los costos transaccionales. En este sentido, se ha contemplado la ejecución de tres acciones principales caracterizadas por ser básicamente preventivas, orientadas a alcanzar el objetivo estratégico:

- i) Las acciones educativas o programas de capacitación (en la modalidad presencial o virtual), tienen por finalidad transferir conocimiento en materia de protección del consumidor⁷⁶ a los agentes⁷⁷ que se convertirán en replicadores del mismo. Cabe destacar que con las acciones educativas se tendría una mayor equidad social, en la medida que el conocimiento sobre los derechos del consumidor (que adquieran los diversos grupos objetivo) favorecerá el correcto cumplimiento de la normativa en materia de protección a nivel nacional. Asimismo, potencialmente las acciones de educación impactarían en cambios duraderos en el comportamiento de las personas acercándolas a un comportamiento de racionalidad⁷⁸.
- ii) Las acciones de orientación para los ciudadanos en materia de protección del consumidor permitirán conocer los mecanismos a través de los cuales puedan obtener soluciones rápidas e inmediatas a sus problemas, exigiendo también el cumplimiento de sus derechos. A través de esta acción además

76 Incluyéndose los derechos de los usuarios de los diversos servicios públicos.

77 Englobándose a consumidores y proveedores.

78 Las acciones de educación incluyen desde la inclusión de la temática de derechos de consumidores en los cursos escolares hasta los diversos programas de capacitación realizadas por los diversos miembros del Sistema en cuanto a derechos de los consumidores y usuarios; y las obligaciones de los proveedores.

se tendrá una retroalimentación para que las diversas entidades del Sistema puedan perfeccionar y/o mejorar su respectivo accionar.

- iii) Las acciones de difusión de información referidas a las actividades para proporcionar información relevante [por ejemplo, de sectores donde existe mayor probabilidad de ocurrencia de conflictos o de los mecanismos adecuados para la defensa de sus derechos] con énfasis en el uso de tecnologías de la información a través de herramientas y/o publicaciones amigables que permitan transparentar el mercado dotando a los consumidores de una mayor y mejor información para la toma de decisiones de consumo.

Con lo anterior se genera mayores y mejores espacios e instrumentos de información para los agentes [consumidores y proveedores] a fin de hacer más transparente el mercado. Asimismo, se impulsa a que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo a sus expectativas

Cabe destacar que el Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza⁷⁹, por lo cual las diversas actividades a realizarse pondrán énfasis en éste segmento.

Para la medición del objetivo estratégico se propone el siguiente indicador:

- Nivel de conocimiento de los derechos como consumidores, en materia de protección del consumidor, que se medirá como:

$$\text{Indicador: } \%N_{\text{ob}} = \frac{\sum n_a}{[N]} * 100$$

Donde:

- %Na= Consumidores que demostraron conocer, como mínimo, cuatro de los seis considerados como derechos básicos en materia de protección al consumidor.
- N: Total de personas encuestadas

79 En este sentido, todos los consumidores serían vulnerables en distintas etapas del ciclo de vida, en tanto se tenga al menos una de las condiciones especiales mencionadas anteriormente como las referidas a la edad, género, limitaciones físicas, ámbito geográfico y condición de pobreza. Por ello, las actividades de capacitación, orientación y difusión tendrán en cuenta a estos grupos específicos.

Nota: La población objetivo que abarca la encuesta son las personas de 18 años a más que residen en las principales ciudades de cada departamento donde el Indecopi tiene una sede. El indicador es medido en el Programa Presupuestal “Protección del Consumidor” del Indecopi.

- Nivel de cobertura de las actividades de orientación brindada a los consumidores.

Indicador: Número de usuarios que recibieron los servicios de orientación por los miembros del Sistema a través de diversos canales de comunicación

Donde:

El número de usuarios de los servicios de orientación son todas las atenciones realizadas por los servicios de orientación de las entidades miembros del Sistema [en oficinas y fuera de éstas] y bajo los diversos canales de comunicación existentes [de forma presencial, vía teléfono, por internet, etc.].

- Nivel de cobertura del servicio de información proporcionada a través de herramientas tecnológicas por parte de los miembros del Sistema a los consumidores para la mejor toma de decisiones de consumo.

Indicador: Cantidad de usuarios que accedieron a la información emitida por las entidades del Sistema

Donde:

La cantidad de usuarios es medida a través de número de accesos reportados en el uso de las diversas herramientas orientadas brindar información para la mejor toma de decisiones por parte de los agentes del Sistema [como es el caso del “Mira a quién le compras” - Indecopi, “Retasas” - SBS y las diversas herramientas de los Organismos Reguladores y demás agentes]. La mayor cobertura de las herramientas de información involucra la mejora continua de las ya existentes y el desarrollo de otras como las orientadas a consumidores que presenten alguna discapacidad.

Eje N° 2: Protección de la salud y seguridad de los consumidores

SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

Objetivo Estratégico

Garantizar la protección de la salud y seguridad de los consumidores en el marco de las relaciones de consumo.

La salud y seguridad de los consumidores son derechos de los consumidores que están contemplados en el Código, el cual establece que los productos o servicios ofertados en el mercado no deben conllevar, en condiciones de uso normal o previsible, riesgo injustificado o no advertido para la salud o seguridad de los consumidores o sus bienes.

En este sentido, el Código contempla, entre otros aspectos, que es el proveedor quien está obligado a adoptar las medidas razonables para eliminar o reducir el peligro en el plazo inmediato; entre ellas, notificar a las autoridades competentes esta circunstancia, retirar los productos o servicios, disponer su sustitución o reparación, e informar a los consumidores, a la brevedad, de las advertencias del caso.

Cabe destacar que en el caso de los alimentos, se debe proporcionar en sus etiquetas su verdadera naturaleza, sin confundir ni engañar a los consumidores. Ejemplos de casos específicos considerados en el Código se refieren a la oferta de alimentos orgánicos, advertencia de alimentos que contienen grasas trans, alimentos genéticamente modificados.

Lo anterior cobra relevancia si es que se tiene en cuenta el proceso de apertura comercial por el que ha atravesado la economía peruana, se ha reflejado en el ingreso masivo de productos importados⁸⁰ así como el desarrollo de una amplia variedad de productos y servicios locales, los cuales no están exentos de presentar fallas [en su proceso productivo, de etiquetado, de distribución, o por la inadecuada manipulación] que pudieran generar un daño potencial al consumidor.

En línea con lo anterior el Código precisó como una de las funciones asignadas al Consejo la de promover el sistema de alerta y actuación oportuna frente a productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado; y a la Autoridad la implementación de la misma.

Este sistema debe contemplar lo siguiente: i) la notificación respectiva ii) medidas a adoptar para el retiro, la sustitución o reparación de los productos o servicios; iii) mecanismos de información a la población de manera clara y sencilla. Para ello se deben establecer procedimientos que entre otros, consideren plazos adecuados para hacer efectiva la advertencia en función a la magnitud del peligro y si afecta la vida o salud de los consumidores; y iv) demás exigencias que se encuentran establecidas en el Código.

80 El intercambio comercial de bienes y servicios como porcentaje del PBI pasó de representar el 30.3% en 1990 a 44.6% en el año 2015. De otro lado, en el año 2015, se reportó importaciones de un total de 194 países.

Por lo anterior, se debe por tanto efectuar acciones ex ante (vinculadas al autocontrol) y acciones ex post (que permitan verificar y monitorear el mercado para evitar la comercialización de productos que atenten contra la seguridad de los consumidores)⁸¹.

Garantizar la seguridad de los consumidores en sus relaciones de consumo, desde el punto de vista de la salud y seguridad definidos previamente, pasa por el monitoreo constante para la detección de alertas a través de medios relevantes⁸², elaboración del marco normativo respectivo y la ejecución de un procedimiento global (en coordinación con todas las entidades del Sistema involucradas), que finalmente decanten en la emisión célere de la comunicación al consumidor y retiro de productos (de ser el caso).

El indicador propuesto para este objetivo estratégico es el indicador de eficiencia relacionado al tiempo de respuesta del Sistema ante la detección de un producto y/o servicio riesgoso, tal como se muestra a continuación:

Indicador: N° de días: Fecha de emisión de alerta – Fecha de detección de alerta

Donde:

- Fecha de emisión de la alerta se refiere a la fecha calendario en la que entidad respectiva del Sistema realizó la emisión de la alerta respectiva.
- Fecha de detección de la alerta se refiere a la fecha calendario en la que el riesgo de la existencia del producto peligroso ha sido detectada, iniciándose el procedimiento establecido⁸³.

Eje N° 3: Mecanismos de prevención y solución de conflictos entre proveedores y consumidores

MECANISMOS DE PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS ENTRE PROVEEDORES Y CONSUMIDORES

Objetivo Estratégico	Promover mecanismos expeditivos de prevención y solución de conflictos a nivel nacional, impulsando su simplificación.
----------------------	--

81 Fuente: Roca y Céspedes. La Ley y las prácticas de protección al consumidor en Perú. pp. 514.

82 Por ejemplo, las Redes Internacionales como la Red de Consumo Seguro y Salud de la Organización de Estados Americanos (OEA), entre otras.

83 Cabe destacar que el valor del indicador depende principalmente del plazo de respuesta de los proveedores al requerimiento de información por parte de la Autoridad. Por ello, se considerará solo el plazo que le demanda internamente a la Autoridad de Consumo.

Como se mencionó anteriormente no solo es necesario que los consumidores conozcan sus derechos, sino que puedan ejercerlos y solucionar los posibles conflictos, que surgen en las relaciones de consumo, sea de forma directa con los proveedores o a través de otra entidad y en plazos céleres.

Al respecto, actualmente para la solución de aquellos problemas derivados en las relaciones de consumo, el consumidor cuenta con una gama de opciones, las cuales van desde herramientas que radican en la voluntad de las partes [consumidor y proveedor] para solucionar la desavenencia encontrada, hasta procedimientos administrativos que pueden concluir con sanciones en contra del proveedor y medidas correctivas a favor de los consumidores.

De forma referencial, frente a un problema en una relación de consumo, el consumidor puede acudir inmediatamente al proveedor que le ofrece el producto o le brinda el servicio a fin de solucionarlo [o a través del Libro de Reclamaciones]. En el caso de los servicios públicos de telecomunicaciones, energía, saneamiento e infraestructura del transporte, por ejemplo, puede presentar el reclamo respectivo y posteriormente, de no serle favorable la respuesta emitida por el proveedor [empresa operadora que podría estar abajo la supervisión de Osiptel, Osinergmin, Ositran o Sunass], puede interponer un recurso de apelación en segunda instancia. En el caso del sistema privado de pensiones, el usuario debe recurrir primero ante la AFP, y si ésta no atiende favorablemente su reclamo, podrá reclamar ante la SBS, que a su vez cuenta con dos instancias de solución de controversias. En el caso de servicios de salud y seguros de salud [incluye sistema privado y público] la entidad encargada es Susalud. Si no se trata de ninguno de los sectores mencionados, es decir, en cualquier otro caso, el consumidor podrá recurrir al Indecopi teniendo la posibilidad de realizar un reclamo o presentar una denuncia e iniciar con ello un procedimiento administrativo.

- i) **El Libro de Reclamaciones.** En adelante, el Libro, el cual es un mecanismo de autotutela consistente en un documento físico o virtual y que constituye una herramienta eficiente que puede utilizar el consumidor para poder presentar su reclamo o queja frente a un producto o servicio ofrecido por el proveedor. El Libro, a su vez, otorgará al proveedor la posibilidad de solucionar el reclamo o queja de manera inmediata, sin necesidad de la intervención de la autoridad.

Este sistema de atención de problemas de consumo no impide que el consumidor pueda acudir a las instancias administrativas o a los otros mecanismos establecidos por las normas de protección al consumidor.

ii) **Mecanismos de solución de conflictos en servicios públicos regulados.**

En aquellas oportunidades en que el proveedor de servicios como el de telecomunicaciones, infraestructura de transporte de uso público, servicios de agua potable y alcantarillado y servicio público de electricidad o de gas natural no haya podido brindar una solución; el consumidor podrá acudir ante la autoridad competente según la materia: Osiptel, Osinergmin, Sunass y SBS, las cuales cuentan con procedimientos para la atención de reclamos y denuncias, según corresponda. Así tendremos distintos mecanismos según el sector donde se originó el conflicto:

- ✓ En el caso de los servicios públicos regulados el sistema ha sido diseñado de tal manera que con la presentación del reclamo ante el mismo proveedor se inicie un procedimiento administrativo. Es decir, el reclamo ante la propia empresa es la primera instancia administrativa.
- ✓ Segunda instancia administrativa: Si el consumidor no está de acuerdo con la respuesta brindada por el proveedor, tiene la potestad de presentar una apelación.
- ✓ De haberse realizado la apelación, el proveedor procederá a enviar el expediente respectivo al organismo regulador que corresponda, los cuales cuentan con tribunales especializados que resolverán en segunda y última instancia el reclamo presentado.

iii) **Mecanismos de solución de conflictos Sistema Privado de Pensiones.**

En este caso, el usuario deberá presentar su reclamo ante la AFP, como requisito previo para acceder a la SBS; vencido el plazo sin recibir respuesta o en caso no se encuentre de acuerdo con la respuesta emitida por la AFP, podrá presentar su reclamo ante la SBS, iniciando de esta manera el procedimiento administrativo. Cabe precisar que la SBS cuenta con dos instancias resolutorias, la primera a cargo de la Superintendencia Adjunta de Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, y la segunda a cargo del Superintendente de Banca, Seguros y AFP. En aquellos casos, en que se considere que existe el riesgo de un daño inminente e irreparable para el usuario, la SBS podrá recibir los reclamos que no cumplan con el requisito de haber sido previamente presentados ante el proveedor del servicio.

iv) **Servicios de salud y seguros de salud (incluye sistema privado y público).** En este caso, el consumidor puede presentar un reclamo directamente ante la IPRESS o IAFAS⁸⁴, quien deberá brindar una respuesta al mismo; y en caso no

84 IPRESS = Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud. IAFAS = Instituciones Administradoras de Fondos de Aseguramiento en Salud.

se encuentre conforme con la respuesta presentar una Queja Tuitiva⁸⁵ ante la Intendencia en Protección de Derechos en Salud (IPROT) de SUSALUD. La IPROT, en caso advierta una presunta comisión de infracción, remitirá un informe a la Intendencia de Fiscalización y Sanción (IFIS) de SUSALUD, la cual realizará una evaluación del posible inicio de un Procedimiento Administrativo Sancionador (PAS), que finalmente será determinado por la Superintendencia Adjunta de Regulación y Fiscalización (SAREFIS). Los recursos de apelación y/o revisión son resueltos por el Tribunal de SUSALUD como Segunda y última Instancia Administrativa.

- v) Resto de sectores [incluye sistema financiero y de seguros]. En caso el consumidor no haya podido solucionar su problema de manera directa con el proveedor en los sectores distintos a los referidos a servicios públicos regulados y seguros y AFP, puede optar por acudir al Indecopi, entidad que provee dos mecanismos distintos de solución de controversias:
- ✓ Servicio de Atención al Ciudadano (SAC). Los consumidores pueden presentar gratuitamente un reclamo ante el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC), por teléfono, personalmente, por carta, vía internet o por fax. En este caso, el SAC informa al proveedor respecto del reclamo, pudiendo llegar a un acuerdo en el transcurso de dicha comunicación. En caso contrario, se cita al proveedor a una audiencia de conciliación con la finalidad de propiciar un acuerdo con el consumidor, que es vinculante. Las conciliaciones se efectúan en nueve (9) días hábiles en promedio y en caso de incumplirse dicho acuerdo es posible que el proveedor sea sancionado.
 - ✓ Procedimiento administrativo, que tiene por finalidad determinar si el proveedor ha cometido una infracción y por ende puede ser sancionado (amonestación o multa) y se pueden ordenar medidas correctivas a favor del consumidor. Dependiendo de la cuantía [determinada por el valor del producto o servicio materia de controversia] estos procedimientos pueden estar a cargo de:
 - Los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor (OPS), que constituyen la primera instancia para aquellas denuncias cuya cuantía no supere las tres Unidades Impositivas Tributarias (UIT); que versen exclusivamente sobre requerimientos de información, métodos abusivos de cobranza y demora en la entrega del producto, con independencia

85 Procedimiento administrativo que tiene por objeto imponer las medidas correctivas necesarias o la apertura de un procedimiento sancionador al IPRESS o IAFAS.

de su cuantía; y, finalmente, aquellas denuncias por incumplimiento de medida correctiva, incumplimiento de acuerdo conciliatorio e incumplimiento y liquidación de costas y costos. Las apelaciones son presentadas ante las Comisiones de Protección al Consumidor.

- Las Comisiones de Protección al Consumidor (CPC) se encuentran a cargo de los procedimientos ordinarios, por lo que conocerán en primera instancia aquellas denuncias cuya estimación patrimonial supere las tres UIT así como aquellas denuncias que involucren reclamos por productos o sustancias peligrosas, actos de discriminación o trato diferenciado, servicios médicos, actos que afecten intereses colectivos o difusos. Las apelaciones son presentadas ante la Sala Especializada de Protección del Consumidor (SPC).

*** Arbitraje de Consumo.** Es un mecanismo alternativo de solución de conflictos promovido por el Indecopi⁸⁶, que posee carácter vinculante y con efectos de cosa juzgada entre consumidores y proveedores. Este procedimiento es gratuito en el sentido que el inicio del procedimiento no está sujeto al pago de una tasa por parte del consumidor.

Cuadro N° 5
Matriz de competencias sectoriales para la solución de conflictos

Rubro	Entidad competente
Servicios de telecomunicaciones	Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel)
Servicio público de electricidad o de gas natural	Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (Osinergmin)
Servicios de agua y saneamiento	Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass)
Servicio de infraestructura de transporte y el servicio ferroviario eléctrico de Lima y Callao	Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositran)
Sistema Privado de Pensiones	Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS)

86 Cabe destacar que, según el Código de Protección y Defensa del Consumidor, la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor debe de constituir las juntas arbitrales en cada localidad, en coordinación con los gobiernos regionales y locales. Pero son éstos los que deberían de organizar el sistema y promoverlo entre los agentes y usuarios, y la administración.

Servicios de salud y seguros de salud (incluye sistema privado y público).	Superintendencia Nacional de Salud (SUSALUD)
Bienes y servicios de los mercados en general exceptuando los anteriormente mencionados, incluida la publicidad engañosa y los equipos terminales de telecomunicaciones	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)

Adicionalmente a lo anterior se ha contemplado en este eje el impulso de mecanismos de solución alternativos en el ámbito privado puesto que son los proveedores, que forman parte del Sistema, los llamados a incentivar la solución de conflictos a través de la creación de mecanismos de solución de controversias [como el impulso de programas de cumplimiento normativo y mecanismos de autocomposición de controversias], para cuya implementación contarán con el apoyo de la Autoridad.

Cabe destacar que no solo es importante que existan mecanismos para la solución de conflictos disponibles para el consumidor, sino que éstos sean céleres o ágiles. En este sentido, el indicador que se propone es un informe de evaluación y recomendación orientado principalmente a la simplificación administrativa y/o reducción del tiempo de atención de las instancias competentes.

Indicador: Informe de evaluación y recomendaciones de los mecanismos de solución de conflictos existentes

Donde:

El informe englobará el análisis de los mecanismos existentes sean ligados a los servicios regulados y no regulados.

Cabe destacar que dentro de las acciones contempladas en este Eje están las de monitorear el cumplimiento de las mismas.

Eje N° 4: Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor

FORTEALECIMIENTO DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
Objetivo Estratégico	Fortalecer el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor en el cumplimiento de la normativa, capacidades de integrantes y la gestión

El proceso de articulación de las acciones del Estado en materia de protección del consumidor se da en un escenario complejo en el que están inmersos una diversidad de agentes [organismos públicos y privados, empresas y los consumidores] desplegados en mercados de heterogéneo desarrollo a lo largo del país. En ese sentido, se espera que la consolidación de las diversas acciones de protección a través del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor sea gradual y responda al escenario de cambio continuo, en el que la naturaleza de las transacciones se hace cada vez más compleja y el consumidor es más sofisticado⁸⁷.

En este escenario, el Sistema debe de velar por i) el cumplimiento de la normativa en materia de protección del consumidor, ii) fortalecer sostenidamente las capacidades de sus integrantes y; iii) tener una eficiente gestión de tal forma que funcione como un cuerpo articulado, para optimizar las políticas del Estado entorno a la protección del consumidor.

Respecto al primer punto, se requiere de un adecuado monitoreo el cual se realizará a través de los requerimientos de información a las diversas instituciones a fin de conocer el cumplimiento de la normativa en materia de consumo y de las acciones previamente planificadas. Asimismo, de ser necesario, se elaborarán informes técnicos para plantear el aseguramiento del cumplimiento de las medidas dispuestas e incluso la reformulación de actividades siempre y cuando no se afecte el diseño y objetivos estratégicos planteados en la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

El segundo punto, referido al fortalecimiento de las capacidades de sus integrantes pasa principalmente por:

- i) Fortalecer a los Gobiernos Regionales y Locales que poseen ciertas facultades en materia de consumo [como por ejemplo actividades de regulación de la salubridad y verificación de las condiciones higiénico sanitarias en los mercados de abasto, control de pesos y medidas, etc.] a través de la firma de convenios y que están en operatividad de los mismos para impulsar las acciones en materia de protección del consumidor. Con lo anterior no solo se tendría entidades fortalecidas sino una mayor cobertura del Sistema en favor de los consumidores. Cabe destacar que la realización de sesiones descentralizadas por parte del Consejo también coadyuvará a dicho objetivo.

87 Tomado de Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2013, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi. Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor [DPC]

- ii) Fortalecer a las asociaciones de consumidores, como representantes de la sociedad civil, en sus capacidades técnicas así como en el despliegue de acciones conjuntas a favor del consumidor, principalmente preventivas. Cabe recordar que las asociaciones son organizaciones cuya finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios; y para que sean reconocidas como tales, el Código establece que deben encontrarse inscritas en el registro especial a cargo del Indecopi⁸⁸; y
- iii) Fortalecimiento a través del intercambio de mejores prácticas y experiencias entre miembros del Sistema. Aparte de las reuniones de trabajo se prevé también la realización de un encuentro (foro) anual en materia de protección del consumidor.

De otro lado, el fortalecimiento de la gestión del Sistema se dará por dos frentes: i) interna, a través de la firma de acuerdos o convenios entre los miembros del Sistema, en el que se incluyen a asociaciones de proveedores; generación de mecanismos de comunicación y trabajo más eficientes; y gestión del conocimiento del Sistema; y ii) externa, a través del mapeo de oportunidades que permita identificar las principales entidades externas claves que permitan fortalecer el Sistema a través de convenios de cooperación (sean entidades locales o internacionales); así como la comunicación eficaz hacia consumidores y proveedores con respecto al rol del Sistema.

Considerando lo anterior, se plantea los siguientes indicadores:

Indicador 1:

Nº de regiones existentes en el Perú en los que se haya firmado y esté operativa los convenios ligados al fortalecimiento de actividades en materia de protección con Gobiernos Regionales o Locales

Nº total de Regiones a nivel nacional

88 Según la Directiva N° 009-2013-/DIR-COD-Indecopi "Normas Sobre Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos Sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores" el reconocimiento permitirá a las asociaciones gozar de los siguientes beneficios: a) Interponer denuncias ante la Comisión de Protección al Consumidor (CPC), Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Comisión de Defensa de la Libre Competencia y Comisión de Normalización y Eliminación de Barreras No Arancelarias en representación de los intereses colectivos y difusos de los consumidores; b) Celebrar Convenios de Cooperación Interinstitucional con el Indecopi, lo que les permitirá obtener hasta el 50% de las multas impuestas en los procedimientos promovidos por estas; c) Participar en las actividades que realice el Indecopi para la difusión de los derechos de los consumidores; d) Recibir información y capacitación respecto de temas referidos a los derechos de los consumidores por parte del Indecopi así como otros que son materia de competencia de la institución; e) Participar en las labores de investigación, defensa, difusión y promoción de los derechos de los consumidores impulsadas por el Indecopi, de acuerdo a su disponibilidad y a pedido de la autoridad.

Donde:

- El numerador corresponde al número de convenios operativos al año de análisis con Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales para el fortalecimiento de las actividades en materia de protección. Los convenios orientados a fomentar la participación activa de los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales como parte del Sistema tendrán como criterios de elección, entre otros, aspectos como la dimensión poblacional, frecuencia o magnitud de conflictos de consumo, entre otros.

Indicador 2:

Número de actividades de capacitación entre los miembros del Sistema (con énfasis en las Asociaciones de Consumidores, Consejo de Usuarios y a los Gobiernos Regionales y Locales, etc.)

Donde:

El número de capacitaciones es la sumatoria de actividades de fortalecimiento en materia de protección del consumidor sea elaborado de forma presencial o virtual a las Asociaciones de Consumidores, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y demás miembros del Sistema

Indicador 3:

Cumplimiento de competencias y normativa en materia de protección del consumidor por parte de las entidades miembros del sistema

Donde:

El cumplimiento de las competencias y normativa en materia de protección será medido a través de un informe de análisis. Para tal fin se solicitará diversa información a los miembros del Sistema de protección.

De esa forma los Ejes están alineados a los objetivos estratégicos y los cuales a su vez contienen los objetivos específicos.

Metas y objetivos específicos

2017-2020⁸⁹

— DIARIO OFICIAL DEL BICENTENARIO —

El Peruano

REQUISITO PARA PUBLICACIÓN DE
NORMAS LEGALES Y SENTENCIAS

Se comunica a las entidades que conforman el Poder Legislativo, Poder Ejecutivo, Poder Judicial, Órganismos constitucionales autónomos, Organismos Públicos, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales, que para efectos de la publicación de sus disposiciones en general [normas legales, reglamentos jurídicos o administrativos, resoluciones administrativas, actos de administración, actos administrativos, etc] con o sin anexos, que contengan más de una página, se adjuntará un diskette, cd rom o USB en formato Word con su contenido o éste podrá ser remitido al correo electrónico **normaslegales@editoraperu.com.pe**.

LA DIRECCIÓN

Para el Primer Objetivo Estratégico General: Fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para mejores decisiones de consumo, se plantean los siguientes objetivos específicos con sus correspondientes indicadores:

I. Educación, orientación y difusión									
Objetivo estratégico general: Fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para mejores decisiones de consumo									
Objetivo estratégico específico	Actividad	Indicador	Indicador (unidad de medida)	Año base 2016	METAS				Entidades involucradas
					2017	2018	2019	2020	
Capacitar a los agentes del mercado en materia de protección al consumidor	Desarrollar programas de capacitación y/o información (presencial o virtual) en materia de protección al consumidor y/o derechos de los usuarios incluyendo en éstos a consumidores vulnerables.	Número de personas beneficiados por las capacitaciones realizadas en materia de protección del consumidor y/o derechos de los usuarios	Personas capacitadas	483,721	165,850	167,830	173,860	174,490	Indecopi SBS, Osiptel, Osiplan, Osinergmin, Sunass, Minsa (Susalud)

⁸⁹ Cabe destacar que para las siguientes entidades: Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas [DIGEMID] y la Dirección General de Salud Ambiental [DIGESA] solo se está considerado las metas para el período 2017-2018, toda vez que no remitieron las metas para el período 2019-2020.

Capacitar a los agentes del mercado en materia de protección al consumidor	Incluir la temática de derechos de los consumidores en los cursos escolares	Unidades didácticas elaboradas	Documento aprobado	-	Unidades Didácticas para inicial, primaria y secundaria	-	-	-	Minedu
		Unidades didácticas implementadas	Informe de implementación	-	Primaria Urbana Polidocente Primaria Rural Polidocente con Soporte Pedagógico	Inicial Escolarizado Primaria Rural (unidocente y multigrado) y EIB Secundaria Urbana EBA Primaria	Secundaria Rural Inicial No Escolarizado EBA Secundaria EBE	-	Minedu
	Desarrollar actividades de capacitación y/o información dirigida a los proveedores sobre obligaciones con respecto a los derechos de los consumidores	Número de trabajadores beneficiados por las capacitaciones realizadas en materia de protección del consumidor y/o derechos de los usuarios	Trabajadores capacitados	8,214	8,690	9,040	9,870	10,190	Indecopi, SBS, Osiptel, Ositran, Osinergmin, Sunass, Produce, MTC [Sutran], Minsa [Susalud]
Orientar al consumidor brindándole información en materia de protección	Brindar orientación permanente con información en materia de protección del consumidor	Número de personas que recibieron los servicios de orientación a través de los diversos canales de comunicación	Personas sujetas a las actividades de orientación en oficinas y fuera de éstas a través de los diversos canales de comunicación	2,664,833	2,247,269	2,182,150	2,257,206	2,300,094	Indecopi, SBS, Osiptel, Ositran, Osinergmin, Sunass, Minsa [Susalud], MTC [Sutran]
Poner a disposición de los agentes del mercado información en materia de protección al consumidor, haciendo mayor énfasis en el uso de las tecnologías de información	Implementar y desarrollar el sistema virtual del consumidor	Sistema virtual del consumidor implementada y en funcionamiento	Sistema virtual	Web implementada [100%]	Versión Inglés de Portal	Actualización	Versión Quechua de Portal	Actualización	Indecopi
	Facilitar a los consumidores la información actualizada, simple y consolidada de los diversos mecanismos de solución de conflictos según materia o actividad económica	Informe esquemático para ser consultado y descargado en web	Informe realizado/actualizado	1	1	1	1	1	Indecopi

Poner a disposición de los agentes del mercado información en materia de protección al consumidor, haciendo mayor énfasis en el uso de las tecnologías de información	Facilitar a los consumidores la legislación y jurisprudencia relevante y actualizada en materia de consumo mediante una herramienta informática disponible en web	Sistema en web implementado y actualizado	Herramienta en web actualizado permanentemente	1	1	1	1	1	Indecopi
	Identificar los mercados relevantes de consumo y compilar y/o generar las herramientas que transparenten la información para una mejor decisión de consumo	Número de herramientas creadas, mejoradas y/o estudios disponibles que permitan tomar mejores decisiones a los consumidores	Herramientas y/o estudios	13	19	17	7	7	Indecopi, SBS, Minsa [Digemid, Digesa y Susalud]
	Propiciar la implementación del sistema de "Certificación de Calidad" en base a la norma técnica de servicio al cliente	Sistema de Certificación de Calidad Operativo	Sistema	-	-	-	-	1	Indecopi
	Generación de herramientas de información en materia de consumo orientado a las personas con discapacidad	Nº de herramientas generadas o mejoradas orientadas a las personas con discapacidad	Herramientas generadas o mejoradas	3	3	4	3	3	Indecopi, SBS, Minsa [Digesa, Susalud]

Para el Segundo Objetivo Estratégico General: Garantizar la salud y seguridad de los consumidores en sus relaciones de consumo.

II. Protección de la salud y seguridad de los consumidores									
Objetivo estratégico general: Garantizar la protección de la salud y seguridad de los consumidores en sus relaciones de consumo									
Objetivo estratégico específico	Actividad	Indicador	Indicador (unidad de medida)	Año base 2016	METAS				Entidades involucradas
					2017	2018	2019	2020	
Diseño, creación e implementación del Sistema de Alerta de productos peligrosos y acción oportuna frente a estos.	Elaborar el marco normativo para la detección y emisión de alertas del Indecopi	Decreto Supremo aprobado	Documento aprobado y publicado	1	-	-	-	-	Indecopi

Diseño, creación e implementación del Sistema de Alerta de productos peligrosos y acción oportuna frente a estos.	Desarrollar y poner en funcionamiento el sistema informático del Indecopi para la emisión de alertas de productos peligrosos	Sistema implementado y en funcionamiento	Sistema operativo en web	-	1	Actualización y versión final del Sistema	-	-	Indecopi
	Diseñar el Sistema Nacional de Alertas de Productos Peligrosos.	Informe del diseño del Sistema de Alerta [proyecto de Ley]	Proyecto de Ley	-	1	-	-	-	Indecopi Coordinación con Minsa (Digesa, Digemid), Produce, Sunat (Aduanas)
	Implementar el Sistema Nacional de Alertas de Productos Peligrosos	Sistema de la red de información sobre accidentes del consumidor ocasionados por bienes y servicios de consumo reportados en Hospitales y Clínicas	Módulo implementado	-	-	1	-	-	Minsa Indecopi
		Herramienta informática del Sistema Nacional de Alertas de Productos Peligrosos implementada	Sistema informático	-	-	-	1	-	Indecopi Coordinación con Minsa (Digesa, Digemid, Susalud), Produce, Sunat (Aduanas)

Para el Tercer Objetivo Estratégico General: III. Mecanismos de Prevención y Solución de Conflictos

III. Mecanismos de Prevención y Solución de Conflictos									
Objetivo estratégico general: Promover mecanismos expeditivos de prevención y solución de conflictos a nivel nacional, impulsando su simplificación.									
Objetivo estratégico específico	Actividad	Indicador	Indicador (unidad de medida)	Año base 2016	METAS				Entidades involucradas
					2017	2018	2019	2020	
Impulsar la simplificación de los mecanismos de solución de conflictos existentes	Evaluar y revisar los mecanismos vigentes y proponer [de ser el caso] cambios en éstos orientados a su celeridad y efectividad en coordinación con los integrantes del Sistema	Informes emitidos	Informes	1	1	1	1	1	Indecopi
	Impulsar la prevención y mejora permanente en lo referido a la atención al cliente incluyendo la solución de los reclamos	Incremento anual del número de prácticas aptas presentadas en el evento de reconocimiento a proveedores "Primero los Clientes"	Tasa de crecimiento del número de prácticas aptas del evento	Base	5.0%	10.0%	15.0%	20.0%	Indecopi
Impulsar el desarrollo de mecanismos alternativos de solución de conflictos en las relaciones de consumo	Impulsar el desarrollo de mecanismos privados alternativos de solución de conflictos	Informe de evaluación de los mecanismos privados implementados de solución de conflictos	Informe	1	1	1	1	1	Indecopi Gremios Empresariales
	Impulsar el desarrollo de juntas arbitrales	Número de juntas arbitrales constituidas al año	Juntas arbitrales constituidas	1	-	-	1	1	Gobiernos Locales, Gobiernos Regionales Indecopi
	Realizar un estudio sobre la viabilidad de la Ventanilla Única de Atención del Sistema para la solución de conflictos	Estudio de viabilidad de la Ventanilla Única	Estudio	-	-	-	-	1	Indecopi

Para el Cuarto Objetivo Estratégico General: Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor

IV. Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor									
Objetivo estratégico general: Fortalecer el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor en el cumplimiento de la normativa, capacidades de integrantes y la gestión									
Objetivo estratégico específico	Actividad	Indicador	Indicador (unidad de medida)	Año base 2016	METAS				Entidades involucradas
					2017	2018	2019	2020	
Fomentar el cumplimiento de la normativa en materia de protección del consumidor	Monitorear el estado de la protección de los consumidores, el cumplimiento de la normativa y plantear las acciones correctivas pertinentes	Informe anual aprobado por el Consejo	Informe	1	1	1	1	1	Indecopi En coordinación con todas las entidades del Sistema
Fortalecer sostenidamente las capacidades de sus integrantes	Fomentar la participación activa de los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales como parte del Sistema	Propuesta normativa para la aprobación de una Ley que disponga la creación de oficinas municipales de protección del consumidor.	Propuesta normativa remitida al Congreso	-	1				Indecopi
		Porcentaje de regiones existentes en el Perú en los que se haya suscrito convenios con Gobiernos Regionales o Locales para el fortalecimiento de las actividades en materia de protección	Porcentaje	Base	4.2%	12.5%	20.8%	29.2%	Indecopi Gobiernos Locales y Regionales
	Fortalecer las capacidades técnicas de los miembros del Sistema	Número de actividades de capacitación a los miembros del Sistema con énfasis en las Asociaciones de Consumidores, Consejo de Usuarios y a los Gobiernos Regionales y Locales	Eventos (Seminarios, talleres, etc.)		463	111	122	85	88

Fortalecer sostenidamente las capacidades de sus integrantes	Desarrollar el Congreso Anual de Protección del Consumidor	Número de Congresos realizados	Congreso	1	1	1	1	1	Indecopi
Impulsar la gestión eficiente del Sistema para optimizar las políticas del Estado entorno a la protección del consumidor	Determinar las brechas de información y conocimiento en cuanto al sistema de protección por parte de los proveedores para determinar una agenda de trabajo	Informe elaborado	Informe	-	-	-	1	-	Indecopi
	Realizar una línea base sobre el estado de protección del consumidor y de la atención de los consumidores por los integrantes del Sistema	Línea de base nacional realizada	Estudio	-	-	-	1	-	Indecopi
	Desarrollar un diagnóstico del estado situacional del Sistema que incluya propuestas para la mejora funcional	Informe de diagnóstico y número de propuestas implementadas a partir de ello	Informe	-	-	-	1	-	Indecopi En coordinación con las entidades del Sistema
	Desarrollar un sistema de intercambio de información en materia de protección del consumidor entre las entidades del Sistema	Sistema intranet implementado	Sistema	-	-	-	-	1	Indecopi En coordinación con las entidades del Sistema

Como se mencionó los indicadores que permitirían el monitoreo de los diversos ejes a nivel agregado serían:

Eje	Objetivo Estratégico General	Indicadores
Educación, orientación y difusión	Fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para mejores decisiones de consumo	Porcentaje de consumidores que conocen sus derechos básicos en materia de protección del consumidor
		Número de personas que recibieron los servicios de orientación a través de los diversos canales de comunicación
		Número de usuarios que recibieron la información proporcionada por miembros del Sistema
Eje	Objetivo Estratégico General	Indicadores
Protección de la salud y seguridad de los consumidores	Garantizar la seguridad de los consumidores en sus relaciones de consumo	Nº de días hábiles promedio tomados para la emisión de alertas de productos peligrosos de consumo [exc. Alertas de productos específicos como es el caso de alimentos, útiles escolares, juguetes y medicamentos]
Mecanismos de Prevención y Solución de Conflictos entre proveedores y consumidores	Promover mecanismos expeditivos de prevención y solución de conflictos a nivel nacional, impulsando su simplificación.	Evaluar y revisar los mecanismos vigentes y proponer [de ser el caso] cambios en éstos orientados a su celeridad y efectividad en coordinación con los integrantes del Sistema
Fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor	Fortalecer el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor en el cumplimiento de la normativa, capacidades de integrantes y la gestión	Porcentaje de regiones existentes en el Perú en los que se haya suscrito convenios con Gobiernos Regionales o Locales para el fortalecimiento de las actividades en materia de protección
		Número de actividades de capacitación a los miembros del Sistema con énfasis en las Asociaciones de Consumidores, Consejo de Usuarios y a los Gobiernos Regionales y Locales
		Informe anual de monitoreo del sistema aprobado por el Consejo

Descripción del Indicador	Año base 2016	META			
		2017	2018	2019	2020
Nivel de conocimiento de los derechos básicos de los consumidores mayores a 18 años	53.4%	55.2%	57.4%	60.6%	65%
Personas sujetas a las actividades de orientación en oficinas y fuera de éstas a través de los diversos canales de comunicación	2,664,833	2,247,269	2,182,150	2,257,206	2,300,094
Nivel de cobertura de las actividades de difusión expresada en número de usuarios que accedieron a la información brindada por miembros del Sistema	3,443,583	4,615,681	4,944,481	3,866,987	4,112,113
Descripción del Indicador	Año base 2016	META			
		2017	2018	2019	2020
Eficiencia en la emisión de las alertas de productos peligrosos [excluyendo alertas específicas: alimentos, juguetes, útiles de escritorio, juguetes y medicamentos]	Base	5	5	5	5
Informe de evaluación	1	1	1	1	1
Nivel de fortalecimiento de la red de protección del consumidor con Gobiernos Regionales y Locales a nivel nacional	0.0%	4.2%	12.5%	20.8%	29.2%
Fortalecimiento de capacidades de los integrantes del Sistema	463	111	122	85	88
Informe anual que monitorea el estado de la protección de los consumidores y plantea acciones correctivas pertinentes	1	1	1	1	1

II. BIBLIOGRAFÍA

1. Acuerdo Nacional. Acta de Suscripción de Acuerdo Nacional. 2002.
2. Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados [Apeim]. Niveles Socioeconómicos 2013. Apeim. Junio 2013.
3. Besanko y Braeutigam. Microeconomics. 2005.
4. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [CEPLAN]. Economía Informal en Perú: Situación actual y perspectivas. 2016.
5. Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571. Publicado en el Diario El Peruano el 02.09.2010.
6. Comisión Económica Para América Latina y El Caribe [Cepal]. Panorama Social de América Latina 2008.
7. Congreso Constituyente Democrático. Constitución Política del Perú (1993).
8. Consejo de Consumidores y Usuarios de España. Memoria del Consejo de Consumidores y Usuarios 2010.
9. Consejo Nacional Para la Integración de la Persona con Discapacidad. Conadis. Plan de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad 2009 – 2018. Cuarta Edición. Marzo 2012.
10. Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México [COPRED]. Encuesta sobre la Discriminación en la Ciudad de México 2013.
11. Consumers International. Marco Estratégico 2012 – 2015.
12. D’Alessio Ipinza, Fernando. El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia. 2008.
13. Decreto Legislativo N° 1158. Dispone Medidas Destinadas al Fortalecimiento y Cambio de Denominación de Sunasa [a Superintendencia Nacional Salud].
14. Fondo Monetario Internacional [FMI]. Working Paper 08/102. Measuring the Informal Economy in Latin America and the Caribbean. Documento elaborado por Guillermo Vuletin. 2008.
15. Frank, Robert. Microeconomía Intermedia. Análisis y Comportamiento Económico. Séptima Edición. 2009.
16. Frank, Robert. Microeconomía y Conducta. 2005.
17. Fuentes y Saavedra. Fundamentos, práctica y recomendaciones para una política efectiva de protección al consumidor. 2012.
18. Geraint Howells. The Potential and Limits of Consumer Empowerment by Information. Journal of Law and Society, Vol. 32, No. 3 [Sep., 2005].
19. Gómez Apac, Hugo. ¿Cómo Tutela la Legislación de Libre Competencia al Consumidor?. En Protección al Consumidor. Compendio de Doctrina, Legislación y Jurisprudencia. 2006.

20. Gravelle, H. y Rees r., Microeconomía. Tercera Edición. 2005.
21. Instituto Latinoamericano y Del Caribe de Planificación Económica y Social [Ilpes] – La Comisión Económica Para América Latina [Cepal]. Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño del Sector Público [versión preliminar]. Área de Políticas Presupuestarias y Gestión Pública. Documento elaborado por Mariana Armijo. 2009.
22. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi]. Directiva N° 009-2013-/DIR-COD. Noviembre 2013.
23. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi]. Informe Anual del Estado de la Protección de los Consumidores en el País. Edición: 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.
24. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi]. Protección al Consumidor. Anexo 02 del diseño del Programa Presupuestal “Protección al Consumidor”. 2013.
25. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [Indecopi]. Protección al Consumidor. Colección por el vigésimo aniversario del Indecopi. 2013.
26. Instituto Nacional de Estadística e Informativa [INEI]. Censo Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda. Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2007.
27. Instituto Nacional de Estadística e Informativa [INEI]. Compendio Estadístico 2010, 2012, 2013.
28. Instituto Nacional de Estadística e Informativa [INEI]. Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Informe Técnico N° 2 - Junio 2014.
29. Instituto Nacional de Estadística e Informativa [INEI]. Perú: Indicadores de Educación por Departamentos 2001- 2011. Junio 2013
30. Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. Directiva N° 001-2013-EF/50.01. Programas Presupuestales 2014, Diseño, Revisión y Articulación Territorial. 2013.
31. Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. Marco Macroeconómico Multianual 2008-2010.
32. Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. Marco Macroeconómico Multianual Revisado 2014-2017, 2017-2019.
33. Naciones Unidas [UN]. Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor [ampliadas en 1999]. Conferencia de Las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo [Unctad]. 2001.

34. Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones [Osiptel]. Política de Protección de los Derechos de los Usuarios [Política de Usuarios]. Gerencia de Usuarios. 1999.
35. Pappalardo Janis. Does Consumer Information Necessarily Promote Consumer Welfare and Competition? Mandatory Information Disclosures In the U. S. Mortgage Market. 2008.
36. Patrón A., Carlos. Un Acercamiento Preliminar a la Función Económica de la Protección del Consumidor. En Ensayos sobre Protección al Consumidor en el Perú. Universidad del Pacífico. 2011.
37. Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. Decreto Supremo N° 027-2007-PCM. Políticas Nacionales de Obligatorio Cumplimiento para las Entidades del Gobierno Nacional. 2007.
38. Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. Decreto Supremo N° 054-2011-PCM. Plan Bicentenario: El Perú Hacia el 2021. Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [Ceplan]. 2011.
39. Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. R.M. N° 085-2012-PCM. Alianza Para el Gobierno Abierto – Plan de Acción del Gobierno del Perú. 2012.
40. Presidencia del Consejo de Ministros [PCM]. Decreto Supremo N° 006-2017-PCM. Decreto que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor. 2017.
41. Roca S. y E.Céspedes. La Ley y las Prácticas de Protección al Consumidor en el Perú. 2011. En Gestión y Política Pública, Vol. XX. N° 2. Pág. 485 – 522.
42. Sernac. Servicio Nacional del Consumidor Gestión 2005 – 2010 y Perspectivas de Futuro. Documento elaborado por José Roa Ramírez.
43. Stiglitz, Joseph E. La Economía del Sector Público. 1995.
44. Stucchi, Pierino. La Ciudadanía Económica en el Perú: El Consumidor. En Ensayos sobre Protección al Consumidor en el Perú. Universidad del Pacífico. 2011.
45. Urrunaga, Roberto; Hiraoka, Tami; Risso, Antonio. Fundamentos de economía pública. Serie de Apuntes de Estudio N° 43. Universidad del Pacífico. 2014.
46. William H. Cunningham and Isabella C. M. Cunningham. Consumer Protection: More Information or More Regulation? Journal of Marketing Vol. 40, N° 2 [1976].

V. ANEXOS

ANEXO N° 1

Políticas Públicas en Materia de Protección de los Consumidores

N°	Políticas Públicas
1	El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.
2	El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.
3	El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado ; y busca que ellos tengan un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.
4	El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.
5	El Estado formula programas de educación escolar y capacitación para los consumidores a fin de que conozcan sus derechos y puedan discernir sobre los efectos de sus decisiones de consumo, debiendo formar ello parte del currículo escolar. Para tal efecto, brinda asesoría al consumidor y capacita a los docentes, implementando los sistemas que sean necesarios. Asimismo, puede realizar convenios con instituciones públicas o privadas con el fin de coordinar actividades a favor del desarrollo de los derechos de los consumidores.
N°	Políticas Públicas
6	El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos.

7	El Estado promueve la participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos en tal sentido, estimula la labor que desarrollan las asociaciones de consumidores, a fin de que contribuyan al mejor funcionamiento y a la conformación de relaciones equilibradas de consumo.
8	El Estado procura y promueve una cultura de protección del consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor.
9	El Estado promueve el consumo libre y sostenible de productos y servicios mediante el incentivo de la utilización de las mejores prácticas de comercialización y la adecuación de la normativa que favorezca su diseño, producción y distribución, con sujeción a la normativa ambiental.
10	El Estado promueve la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios a fin de que éstos sean idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.
11	El Estado orienta sus acciones para que la protección del consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos. Así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección del consumidor.
12	En materia de productos de salud, el Estado promueve el acceso universal a los productos de salud como política pública de atención integral de la salud pública con especial incidencia en las poblaciones menos favorecidas económicamente. Dicta y adopta medidas que garanticen el acceso a los medicamentos y dispositivos médicos esenciales.

Fuente: Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art. N° VI.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

ANEXO N° 2

Integrantes del Consejo Nacional de Protección del Consumidor

N°	Institución	N°	Representantes 2017
1	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)	1	Ivo Gagliuffi Piercechi [T] Teresa Ramirez Pequeño [A]
2	Ministerio de la Producción	1	- Juan Zavala De La Cruz [T]
3	Ministerio de Salud	1	Elena Zelaya Arteaga [T] Walter Curioso Vilchez [A]
4	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	1	- Elbert Panta Saldarriaga [T]
5	Ministerio de Educación	1	- Daniel Anavitarte Santillana [T]
6	Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento	1	- Rubén Segura De La Peña [T]
7	Ministerios de Economía y Finanzas	1	- Jose Alfredo La Rosa Basurco [T]
8	Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones	1	Mariela Zaldívar Chauca [T] Mila Guillén Rispa [A]
9	Gobiernos Regionales	1	-
10	Gobiernos Locales	1	-
11	Organismos Reguladores de los Servicios Públicos	1	José Luis Harmes Bouroncle [T] Cynthia Yáñez Alva [A]
12	Asociaciones de Consumidores	3	Ubén Atoche Kong [T1] Jorge Luis Carranza Caballero [T2] Favio Arciniega Luces [T3] Abdón Delgado La Cotera [A1] Margaret Morón Felipa [A2]
13	Gremios Empresariales	1	Teresa Virginia Tovar Mena [T] Rosa Estela Bueno Mera [A]
14	Defensoría del Pueblo [como observador]	1	Ana Milagros Palomino Sotelo [T] Monica Chonate Vidarte [A]

T=Titular, A=Alternó

ANEXO N° 3

Funciones del Consejo Nacional de Protección del Consumidor

N°	Funciones
1	Proponer y armonizar la política nacional de protección y defensa del consumidor, así como el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, que deben ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros.
2	Formular recomendaciones sobre la priorización de acciones en determinados sectores de consumo y sobre la generación de normas sobre protección de los consumidores.
3	Emitir opinión sobre programas y proyectos en materia de protección del consumidor que se sometan a su consideración.
4	Promover la creación del sistema de información y orientación a los consumidores, con alcance nacional, en coordinación con los demás sectores público y privado.
5	Promover la creación del sistema de información sobre legislación, jurisprudencia y demás acciones y decisiones relevantes en materia de relaciones de consumo.
6	Promover el sistema de alerta y actuación oportuna frente a los productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado.
7	Evaluar la eficacia de los mecanismos de prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, con la progresiva participación de los gobiernos locales y regionales que hayan sido acreditados por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor para tal función.
8	Canalizar la comunicación entre el sector público y privado a fin de promover una cultura de protección de los derechos de los consumidores y lograr una visión conjunta sobre las acciones necesarias para ello.
9	Promover y apoyar la participación ciudadana, a través de asociaciones de consumidores, quienes pueden gestionar ante los demás órganos del Estado y entes de cooperación el financiamiento para sus actividades y funcionamiento.

Fuente: Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art. N° 134°.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

ANEXO N° 4

Funciones de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

N°	Funciones
1	Ejecutar la política nacional de protección del consumidor y el Plan Nacional de Protección de los Consumidores.
2	Proponer la normativa en materia de consumo, con la opinión de los sectores productivos y de consumo.
3	Formular y ejecutar las acciones necesarias para fortalecer la protección del consumidor y los mecanismos para la defensa de sus derechos.
4	Implementar los mecanismos de prevención y solución de conflictos en las relaciones de consumo, de acuerdo con el ámbito de su competencia.
5	Implementar el sistema de información y orientación a los consumidores con alcance nacional.
6	Coordinar la implementación del sistema de información sobre legislación, jurisprudencia y demás acciones y decisiones relevantes en materia de relaciones de consumo.
7	Coordinar la implementación del sistema de alerta y actuación oportuna frente a los productos y servicios peligrosos que se detecten en el mercado.
8	Elaborar y presentar el informe anual del estado de la protección de los consumidores en el país así como sus indicadores.
9	Coordinar y presidir el funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.
10	En su calidad de ente rector del sistema, emitir directivas para la operatividad del mismo, respetando la autonomía técnico-normativa, funcional, administrativa, económica y constitucional, según corresponda, de los integrantes del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.

Fuente: Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art. N° 136°.

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor – Indecopi

ANEXO N° 5

Establecimiento de Ejes Estratégicos

POLÍTICAS PÚBLICAS ^{1/}	EJE ESTRATÉGICO	DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES ^{2/}
<p>2. El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.</p>	EDUCACIÓN, ORIENTACIÓN, Y DIFUSIÓN	<p>Literal b. Los consumidores tienen derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.</p>
<p>5. El Estado formula programas de educación escolar y capacitación para los consumidores, a fin de que conozcan sus derechos y puedan discernir sobre los efectos de sus decisiones de consumo, debiendo formar ello parte del currículo escolar. Para tal efecto, brinda asesoría al consumidor y capacita a los docentes, implementando los sistemas que sean necesarios. Asimismo, puede realizar convenios con instituciones públicas o privadas con el fin de coordinar actividades a favor del desarrollo de los derechos de los consumidores.</p>		<p>Literal f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.</p>
<p>8. El Estado procura y promueve una cultura de protección al consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor.</p>		
<p>4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.</p>		<p>Literal d. Los consumidores tienen derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.</p>
<p>12. En materia de productos de salud, el Estado promueve el acceso universal a los productos de salud como política pública de atención integral de la salud pública, con especial incidencia en las poblaciones menos favorecidas económicamente. Dicta y adopta medidas que garanticen el acceso a los medicamentos y dispositivos médicos esenciales.</p>		

POLÍTICAS PÚBLICAS ^{1/}	EJE ESTRATÉGICO	DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES ^{2/}
<p>1. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.</p>	<p>PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES</p>	<p>Literal a. Los consumidores tienen derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsible, representan riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.</p>
<p>9. El Estado promueve el consumo libre y sostenible de productos y servicios, mediante el incentivo de la utilización de las mejores prácticas de comercialización y la adecuación de la normativa que favorezca su diseño, producción y distribución, con sujeción a la normativa ambiental.</p>		<p>Literal b. Los consumidores tienen derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios</p>
<p>10. El Estado promueve la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios a fin de que éstos sean idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.</p>		

POLÍTICAS PÚBLICAS ^{1/}	EJE ESTRATÉGICO	DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES ^{2/}
<p>3. El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionen el mercado; y busca que ellos tengan un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.</p>	<p>MECANISMOS DE PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS</p>	<p>Literal c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.</p> <p>Literal e. El consumidor tiene derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.</p>

6. El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre **proveedores y consumidores. Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores**, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, **garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños.** Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos.

MECANISMOS DE PREVENCIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Literal g. El consumidor tiene derecho a la protección de sus derechos mediante **procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos**, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes

Literal h. Los consumidores tienen derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin **de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas** (de defensa del consumidor), empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.

Literal i. **Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios** conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.

Literal K. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

POLÍTICAS PÚBLICAS ^{1/}	EJE ESTRATÉGICO	DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES ^{2/}
<p>7. El Estado promueve la participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos. En tal sentido, estimula la labor que desarrollan las asociaciones de consumidores, a fin de que contribuyan al mejor funcionamiento y a la conformación de relaciones equilibradas de consumo.</p>	<p>FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR</p>	<p>Literal j. El consumidor tiene derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo</p>
<p>11. El Estado orienta sus acciones para que la protección al consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor. .</p>		

1/ Fuente: Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art.VI.- Políticas Públicas.

2/ Fuente: Código de Protección y Defensa del Consumidor. Art.1º.- Derechos de los Consumidores.



PERÚ Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

NORMAS COMPLEMENTARIAS

➔ DIRECTIVAS

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Viernes, 06 de diciembre de 2013

Directiva N° 007-2013-DIR-COD-INDECOPI que modifica, incorpora y deroga diversos artículos de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en Materia de Protección al Consumidor, y aprueba Texto Único Ordenado de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI

RESOLUCION DE LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI N° 298-2013-INDECOPI-COD

[SEPARATA ESPECIAL]
Lima, 3 de diciembre de 2013

CONSIDERANDO:

Que, en el Subcapítulo III del Capítulo III del Título V de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor se establece un Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor con la finalidad de brindar a los consumidores un mecanismo célere para la solución de las controversias surgidas con los proveedores de bienes y servicios, para los casos en que ello se requiera por razón de la cuantía o la materia discutida;

Que, en virtud a lo dispuesto en el artículo 125 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, mediante Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 159-2010-INDECOP-COD, el Consejo Directivo del INDECOPI aprobó la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor, la misma que fue publicada en el Diario Oficial El Peruano con fecha 14 de noviembre de 2010;

Que, mediante Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 028-2013-INDECOPI-COD, el Consejo Directivo del INDECOPI aprobó la Directiva N° 001-2013-DIR-COD-INDECOPI, a través de la cual se modificó la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI;

Que, mediante Informe N° 517-2013/GSF, la Gerencia de Supervisión y Fiscalización presentó ante el Consejo Directivo del Indecopi el proyecto de modificación de

la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, atendiendo al incremento de las denuncias presentadas y de los procedimientos que, en aplicación de éste, se inician ante los órganos resolutores de procedimientos sumarísimos;

Que, asimismo, atendiendo a que la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI ha sido modificada en una anterior oportunidad, resulta conveniente la aprobación de un Texto Único Ordenado que facilite su aplicación;

Estando al acuerdo adoptado por el Consejo Directivo del Indecopi en sesión de fecha 11 de noviembre de 2013; y,

De conformidad con lo establecido en los literales f) y h) del numeral 7.3 del artículo 7 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033;

RESUELVE:

Artículo Único.- Aprobar la Directiva N° 007-2013-DIR-COD-INDECOPI que modifica, incorpora y deroga diversos artículos de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en Materia de Protección al Consumidor, así como el Texto Único Ordenado que recoge las modificaciones efectuadas por la Directiva N° 007-2013-DIR-COD-INDECOPI, las mismas que entrarán en vigencia a partir del 01 de enero de 2014 y que forman parte integrante de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

HEBERT TASSANO VELAOCHAGA
Presidente del Consejo Directivo

**DIRECTIVA N° 007-2013-DIR-COD-INDECOPI
QUE MODIFICA, INCORPORA Y DEROGA DIVERSOS
ARTÍCULOS DE LA DIRECTIVA N° 004-2010-DIR-COD-
INDECOPI, QUE ESTABLECE LAS REGLAS COMPLEMENTARIAS
APLICABLES AL PROCEDIMIENTO SUMARÍSIMO EN MATERIA
DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

I. OBJETO

Establecer modificaciones, incorporaciones y derogar diversas disposiciones de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, a fin de que permita la aplicación eficaz del Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor previsto en el Sub Capítulo III del Capítulo III del Título V de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En ese sentido, se modifican los siguientes artículos: 3.1.1 primer párrafo, 3.1.1 literal b), 3.1.1 segundo párrafo, 3.1.2, 3.1.3, 3.1.4, 4.1, 4.2.2, 4.3 epígrafe, 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3, 4.4 epígrafe, 4.4.1, 4.4.2, 4.4.3, 4.5 epígrafe, 4.5.1, 4.5.2, 4.5.3, 4.6, 4.7, 5.1 literal c), 6.1 literales d) y f), y el numeral VII de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI.

Asimismo, se incorporan los artículos 3.1.1 tercer párrafo, 3.1.5, 3.4, 4.3.4, 4.3.5, 4.3.6, 4.3.7, 4.3.8, y 4.8 de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, así como los Anexos Nos. 1, 2, 3 y 4 de ésta.

Finalmente, se derogan los siguientes artículos: 4.4.4, 4.5.4, y 4.5.5

II. DISPOSICIONES GENERALES

2.1. Modificaciones

Modifíquese los siguientes artículos: 3.1.1 primer párrafo, 3.1.1 literal b), 3.1.1 segundo párrafo, 3.1.2, 3.1.3, 3.1.4, 4.1, 4.2.2, 4.3 epígrafe, 4.3.1, 4.3.2, 4.3.3, 4.4 epígrafe, 4.4.1, 4.4.2, 4.4.3, 4.5 epígrafe, 4.5.1, 4.5.2, 4.5.3, 4.6, 4.7, 5.1 literal c) y 6.1 literales d) y f) de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, en los siguientes términos:

3.1. Competencia de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

3.1.1. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor es competente para conocer exclusivamente, en primera instancia administrativa,

procedimientos administrativos sancionadores iniciados como consecuencia de denuncias presentadas por denunciantes interesados que versen:

[...]

- b) Por razón de materia: sobre requerimientos de información; métodos abusivos de cobranza; demora en la entrega de un producto; incumplimiento de medidas correctivas dictadas a favor del tercero interesado en un procedimiento derivado de una denuncia; incumplimiento de acuerdos conciliatorios; y, liquidación e incumplimiento de costas y costos.

La competencia territorial que corresponde a cada Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor es la misma que corresponde a la Comisión de Protección al Consumidor o a la Comisión con facultades desconcentradas en esta materia que constituye su segunda instancia administrativa; y, que se encuentra adscrita a la misma sede de la institución u oficina regional.

- 3.1.2. En aquellos casos en que el procedimiento iniciado involucre no solamente materias que el artículo 125 del Código ha reservado al Procedimiento Sumarísimo, sino también otras materias, dicho procedimiento deberá tramitarse por la vía procedimental ordinaria que corresponda y ante la Comisión competente, según lo previsto en los demás procedimientos determinados por el Capítulo III del Título V del Código.
- 3.1.3. Los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor que, en el ejercicio de sus funciones, hayan conocido hechos que pudieran ameritar el inicio de un procedimiento por iniciativa de la autoridad, informarán de inmediato sobre el particular a la Comisión competente. Sobre la base de dicha información, la Comisión correspondiente podrá ejercer sus facultades para desarrollar investigaciones preliminares e iniciar por propia iniciativa, alguno de los procedimientos previstos en el Capítulo III del Título V del Código.
- 3.1.4. En caso se encuentre en trámite un procedimiento cuyo inicio se ha producido por iniciativa de una Comisión y un procedimiento iniciado por un Órgano Resolutivo de

Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, que versen sobre los mismos hechos, dicho órgano remitirá lo actuado de inmediato a la Comisión, quien efectuara la respectiva acumulación, de conformidad con lo establecido en el artículo 149 de la Ley del Procedimiento Administrativo General.

4.1. Principios

Son de aplicación los principios establecidos en el artículo IV del Título Preliminar y en el artículo 230 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

4.2. Determinación de la cuantía

[...]

- 4.2.2. En los procedimientos referidos a falta de devolución de dinero; cobros indebidos, no autorizados o en exceso; operaciones dinerarias no reconocidas; o, situaciones similares en las que corresponda al proveedor entregar dinero al consumidor; para determinar la cuantía que permita asignar competencia a un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, se tomará en cuenta el monto reclamado por el consumidor.

[...]

4.3. Evaluación previa de la denuncia

- 4.3.1. Presentada la denuncia, se procederá a su evaluación preliminar en un plazo no mayor de 05 días, la misma que estará a cargo del personal que para tales efectos designe el Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor. La evaluación tendrá por objeto determinar si se cuenta con indicios suficientes de la comisión de una infracción que sea de competencia de dicho órgano resolutivo y si se cumple con los requisitos establecidos en el TUPA, para el inicio del procedimiento administrativo sancionador.

- 4.3.2. Si de la evaluación de la denuncia se determina que el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al

Consumidor que recibió la denuncia no es competente para conocerla, todo lo actuado será remitido de inmediato al órgano competente conforme al numeral 1 del artículo 82 de la Ley del Procedimiento Administrativo General.

- 4.3.3. En caso de incumplimiento de los requisitos del TUPA o de requerirse mayor sustento o precisión de los hechos denunciados, por parte del denunciante interesado, se otorgará un plazo improrrogable de 2 días para su acreditación, bajo apercibimiento de archivar la denuncia. La denuncia se sustenta en prueba documental, salvo que el denunciante sustente debidamente la necesidad de otra clase de medio probatorio, situación que será evaluada por la autoridad, en virtud de lo establecido en el inciso b) del artículo 126 del Código.

4.4. Inicio del Procedimiento Sumarísimo

- 4.4.1. El Procedimiento Sumarísimo se inicia de oficio como consecuencia de una denuncia de denunciante interesado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 107 del Código.
- 4.4.2. En el Procedimiento Sumarísimo no es obligatoria la intervención de abogado y, en consecuencia, no es requisito para la presentación de la denuncia, descargos, medios impugnatorios ni demás actos procedimentales que estos se encuentren autorizados por letrado.
- 4.4.3. La solicitud de medida cautelar podrá plantearse en cualquier etapa del procedimiento. Si se formula con la presentación de la denuncia, será merituada en la resolución de inicio del procedimiento administrativo sancionador.

4.5. Medios probatorios

- 4.5.1. Se entiende por documentos todo escrito u objeto que sirve para acreditar un hecho, tales como impresos, fotografías, reproducciones de audio o video incluyendo los productos materia de denuncia, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 233 y 234 del Código Procesal Civil. Se consideran medios probatorios de esta naturaleza los escritos que registran los resultados de informes periciales, informes técnicos, testimonios e inspecciones, siempre que sean presentados como documentos al momento de su ofrecimiento por las partes.

- 4.5.2. Los medios probatorios que sustenten los argumentos de descargo serán documentales, sin perjuicio de la facultad que corresponde a la autoridad para requerir, de oficio, la actuación de algún medio probatorio de naturaleza distinta, de conformidad con lo establecido en el literal b) del artículo 126 del Código.
- 4.5.3. En caso el administrado considere necesaria la actuación de medios probatorios de naturaleza distinta a la documental para el debido ejercicio de defensa, deberá solicitarlo de manera fundamentada, al momento de formular sus descargos, a efectos de que la autoridad evalúe el ejercicio de la facultad que le confiere el literal b) del artículo 126 del Código y ordene su actuación de ser pertinente y procedente.

4.6. Plazos de tramitación

- 4.6.1. Dada la naturaleza especial del Procedimiento Sumarísimo, sus plazos se computan en días hábiles, de lunes a viernes, salvo los días feriados o no laborables, sin perjuicio de lo dispuesto por normas de aplicación especial.

Los plazos concedidos a los administrados no son prorrogables; los escritos presentados fuera de plazo serán merituados en cuanto a su pertinencia por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.

- 4.6.2. El plazo máximo de tramitación del Procedimiento Sumarísimo es de treinta [30] días hábiles por instancia:
- a) En primera instancia el plazo se computará desde la fecha de notificación de la resolución de imputación de cargos, hasta la fecha de emisión de la Resolución Final.
 - b) En segunda instancia y en vía de revisión el plazo se computa desde la fecha de recepción de los actuados por parte de la Comisión o del Tribunal, según sea el caso, hasta la fecha de emisión de la Resolución Final.
 - c) El plazo máximo para elevar los actuados de una instancia a otra es de tres [3] días hábiles.

- 4.6.3. El plazo máximo para verificar la admisión de los recursos de apelación o de revisión, incluyendo la oportunidad del recurso, es de tres [3] días hábiles.
- 4.6.4. Para los administrados, rigen los siguientes plazos máximos:
- a) Para la presentación de descargos en primera instancia, siete [7] días hábiles, no prorrogables, contados a partir del día siguiente de la notificación de la resolución de imputación de cargos.
 - b) Para la absolución del traslado del recurso en segunda instancia, cinco [5] días hábiles, no prorrogables, contados a partir del día siguiente de la notificación de la apelación.
 - c) Para interponer recursos de apelación o de revisión, cinco [5] días hábiles, no prorrogables sin excepción alguna, contados a partir del día siguiente de notificada la resolución a impugnar.

4.7. Suspensión del procedimiento

La suspensión del procedimiento procede en los supuestos comprendidos en el artículo 65 del Decreto Legislativo N° 807. Excepcionalmente, también podrá suspenderse el procedimiento por un plazo máximo de diez [10] días hábiles en los siguientes casos:

- a) Cuando resulte necesario notificar a un administrado fuera de la provincia donde se ubique la oficina regional a la que se encuentre adscrito un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.
- b) Cuando el administrado deba ser notificado por publicación.
- c) Cuando se presente un supuesto de recusación o abstención del Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.

En caso deban actuarse medios probatorios distintos a los documentales o formularse requerimientos a terceros, conforme a lo previsto en la presente Directiva.

En los casos que sea necesario disponer la realización de informes técnicos, el plazo de suspensión será de quince [15] días hábiles, el cual podrá ser prorrogado por un plazo similar por causas debidamente fundamentadas.

5.1. Actos susceptibles de ser impugnados

[...]

- c) No procede la apelación del denunciante interesado, respecto de la sanción impuesta por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

6.1. [...]

- e) Emitir la Resolución Final, determinando según corresponda:
 - i) la no existencia de infracción y archivo correspondiente;
 - ii) imponiendo sanciones a los proveedores que infrinjan las normas contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor;
 - iii) ordenar las medidas correctivas que resulten aplicables;
 - iv) ordenar el pago de costas y costos del procedimiento; entre otros mandatos dentro del marco de sus atribuciones.

En caso se ordenen medidas correctivas, la resolución final establecerá la obligación a cargo del proveedor de acreditar el cumplimiento de lo ordenado, bajo apercibimiento de imponer multa coercitiva por incumplimiento de mandato.

[...]

- f) Comunicar a la Comisión de Protección al Consumidor competente las resoluciones que contengan medidas correctivas de alcance general, a efectos de que evalúe la pertinencia de verificar de oficio su cumplimiento.

2.2. Incorporaciones

Incorpórese los siguientes artículos: 3.1.1 tercer párrafo, 3.1.5, 3.4, 4.3.4, 4.3.5, 4.3.6, 4.3.7, 4.3.8, y 4.8 de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, así como sus anexos Nos. 1, 2, 3 y 4, en los siguientes términos:

3.1. Competencia de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

3.1.1. [...]

Asimismo, el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor es competente para conocer en primera instancia, procedimientos administrativos sancionadores por infracciones al artículo 5 del Decreto Legislativo No. 807 en las que incurran los terceros en la etapa de evaluación preliminar de la denuncia, así como los administrados durante el trámite de los procedimientos administrativos sancionadores a su cargo.

[...]

3.1.5. DECLARADO ILEGAL⁷⁴

3.4. Otras reglas procedimentales

Solo resultan aplicables al procedimiento sumarísimo las disposiciones establecidas en los literales a), d), e) y f) del artículo 24 y artículos 27; 28; 32, 33 y 65 del Decreto Legislativo N° 807.

4.3. Evaluación previa de la denuncia

[...]

4.3.4. Si concluido el plazo de evaluación preliminar establecido en el numeral 4.3.1 o luego de cumplir el denunciante con lo dispuesto en el numeral 4.3.3, se determina que los medios probatorios que sustentan los hechos denunciados obran en poder del administrado denunciado o de un tercero, el funcionario a cargo de la evaluación formulará el respectivo requerimiento, bajo apercibimiento de inicio de un procedimiento administrativo

74 Numeral 3.1.5 declarado ilegal por la Sentencia Acción Popular N° 10664-2015, publicada el 28 de abril de 2016, comprobándose que se ha violado el artículo 51 de la Constitución.

Texto declarado ilegal:

“3.1.5 La autoridad administrativa continuará con el procedimiento aun cuando se presente el desistimiento o conciliación, sin perjuicio de considerar dichas circunstancias como atenuantes al graduar la sanción, de conformidad con el artículo 112 del Código. Adicionalmente, de conformidad con lo establecido en el numeral 6 del artículo del referido artículo 112 del Código, la inasistencia a la audiencia de conciliación convocada por el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC), podrá ser considerada una circunstancia agravante.”

sancionador en su contra, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 del Decreto Legislativo No. 807.

- 4.3.5. La evaluación de la denuncia e investigaciones que correspondan, posteriores a la evaluación preliminar efectuada, deberán realizarse en un plazo máximo de 15 días hábiles contados a partir del vencimiento del plazo señalado en el numeral 4.3.1 o desde la subsanación de la denuncia prevista en el numeral
- 4.3.6. El archivo de la denuncia por incumplimiento de requisitos o carencia del debido sustento, es inapelable, de conformidad con lo establecido con el numeral 2 del artículo 206 de la Ley del Procedimiento Administrativo General. La comunicación del archivo se emitirá mediante carta, de conformidad con el Anexo 1.
- 4.3.7. En caso la denuncia amerite el inicio de un procedimiento administrativo sancionador, el personal asignado para su evaluación preliminar elaborará un proyecto de resolución, de conformidad con el Anexo 2, el mismo que será suscrito por el Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo de 15 días hábiles, referido en el numeral 4.3.5.
- 4.3.8. Se declarará que la denuncia no amerita el inicio del procedimiento sancionador cuando se considere que el denunciante no tiene la calidad de consumidor, o que el denunciado no es proveedor o que no existe una relación de consumo. En dicho supuesto el personal asignado para su evaluación elaborará un proyecto resolución, de conformidad con el Anexo 3, el mismo que será suscrito por el jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo referido en el numeral anterior. Dicha resolución es apelable por el denunciante.

4.8. Consentimiento de las resoluciones finales

Las resoluciones de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos que ponen fin al procedimiento sumarísimo no requieren de una declaración de consentimiento expreso. Una vez que la resolución quede consentida, el ORPS remitirá al Área de Cobranza Coactiva, la respectiva solicitud de ejecución en la cual deje constancia de tal situación.

ANEXO 1 MODELO DE CARTA DE ARCHIVO DE DENUNCIA

CARTA N° xxxxxxxx

xxxxx, xx de xxxx de 20xx

Señor
XXXXXX
XXXXX
XXXXX.-

De mi consideración:

Me dirijo a Usted con relación a la denuncia que presentó el xx de xxxxxxx de 20xx en contra de xxxxxx, por presunta infracción a las normas de Protección al Consumidor, a la cual se asignó el N° xxx-201x/PSX.

Al respecto, y de de la evaluación de la documentación presentada, se ha determinado que debido a la falta de xxxxxxxxxxxxxx, su denuncia no cumple con los requisitos establecidos en el Texto Único de Procedimientos Administrativos-TUPA del INDECOPI, lo cual impide su evaluación para determinar el inicio del procedimiento sancionador.

Por ello, en aplicación del artículo 125.4 y 125.5 de la Ley del Procedimiento Administrativo General²¹, se ha dispuesto el archivo de su denuncia. No obstante, usted podrá requerir el reembolso de la tasa abonada para su presentación, mediante solicitud dirigida a la Gerencia de Administración y Finanzas del INDECOPI.

Sin perjuicio de lo anterior, se deja a salvo su derecho de volver a presentar su denuncia, una vez cumplidos todos los requisitos establecidos por el TUPA del INDECOPI.

Atentamente,

xxxxxx
XXXX

Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor
N° xx

ANEXO 2
MODELO DE RESOLUCIÓN DE INICIO DE PROCEDIMIENTO
ADMINISTRATIVO SANCIONADOR

EXPEDIENTE : N° : xxx-201x/PS_
INTERESADO : --
DENUNCIADO : --
MATERIA : **INICIO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO**
SANCIONADOR
RESOLUCION N° : --

___, xx de xxxxxxx de 20xx

I. HECHOS

1. Mediante escrito del __ de __ de 201__, subsanado mediante escrito de fecha __ de __ de 201__, el(la) señor(a) __ hizo de conocimiento de la autoridad, a través de una denuncia en contra de __, las siguientes presuntas infracciones de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante el Código):

{Solo enumerar los hecho(s) denunciado(s) que se imputarán como infracciones}.

2. El(La) señor(a) __ presentó los medios probatorios documentales que obran de foja xxx a foja xxx del expediente, y adicionalmente ofreció/solicitó que se actúen los siguientes medios probatorios no documentales:

{Enumerar los medios probatorios no documentales presentados y/u ofrecidos por el denunciante interesado, cuando corresponda}.

3. El(la) señor(a) __ solicitó que __ **{indicar un resumen puntual señalando qué solicitó el interesado como medida correctiva}**. Asimismo, solicitó que se ordene el pago de las costas y costos derivados del procedimiento.

II. IMPUTACIÓN DE CARGOS DERIVADOS DE LA DENUNCIA

4. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor (en adelante, el OPS), es competente para conocer, en primera instancia administrativa, denuncias por presuntas infracciones al Código de

Protección y Defensa del Consumidor conforme a la competencia que le ha sido atribuida por el artículo 125 del referido cuerpo legal, y lo establecido en la Resolución N° 026-2013-INDECOPI-COD, la misma que aprueba la división temática de la competencia resolutoria de los OPS de la sede central.

5. En tal sentido, los hechos denunciados se encuentran bajo la competencia de este Órgano Resolutorio de Procedimientos Sumarísimos por razón de **cuantía/materia** y del análisis realizado corresponde el inicio del presente procedimiento por las presuntas infracciones que a continuación se detallan:

- (i)
- (ii)
- (iii)

III. AMPLIACIÓN DE CARGOS (cuando proceda)

6. De la revisión de la denuncia y medios probatorios que obran en el expediente, se aprecia que además de las presuntas infracciones antes referidas, **(identificar hecho)**....., lo cual también podría constituir**(identificar posible infracción)**.....
7. En atención a ello, también corresponde imputar cargos contra **(identificar proveedor)** por este [estos] hecho[s].

IV. INCLUSIÓN DE OFICIO DE OTROS ADMINISTRADOS (cuando proceda)

8. La denuncia fue presentada en contra de, debido a que Sin embargo, de la revisión del expediente y de los medios probatorios que forman parte de los actuados, se observa que **(identificar proveedor(es) incluido(s) de oficio y describir conducta realizada o su participación en los hechos)**, por lo que también podría tener responsabilidad en los hechos denunciados.
9. En atención a ello, corresponde imputar cargos en el presente procedimiento a por las presuntas infracciones que a continuación se detallan:

- (i)
- (ii)
- (iii)

V. REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN (cuando proceda)

10. A efectos de contar con mayores elementos que sirvan para la resolución definitiva del presente procedimiento, el OPS32, requiere lo siguiente:

A __ (administrado)

- (i) __;
- (ii) __; y,
- (iii) __

B __ (administrado)

- (i) __;
- (ii) __; y,
- (iii) __

11. El requerimiento deberá ser absuelto en el plazo improrrogable de siete (7) días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada la resolución.

VI. RESOLUCIÓN

PRIMERO: Iniciar un procedimiento administrativo sancionador a xxxxxx y a xxxx [en caso corresponda] por presunta infracción a lo establecido en el [los] artículo(s) del Código de Protección y Defensa del Consumidor [incluir el artículo en nota al pie], en tanto que [no habría/habría] xxxxxxxx.

El(los) administrado(s) deberán presentar sus descargos y los medios probatorios que los sustenten, en un plazo no mayor a siete (7) días hábiles contados desde la notificación.

SEGUNDO: Incorporar al expediente la denuncia de fecha xxxx y poner en conocimiento de xxxx y de xxxx [identificar a cada uno de los administrados por sus nombres: denunciante interesado y denunciados] todo lo actuado en el marco de dicha denuncia [de fojas xx a fojas xx].

TERCERO: Requerir a __ **(identificar a cada administrado por su nombre)** que cumpla(n) con:

- (i) Fijar domicilio procesal para el procedimiento, de conformidad con el literal 1 del artículo 442 del Código Procesal Civil;

- (ii) Presentar los documentos que acrediten su inscripción en los Registros Públicos y los poderes de su representante legal en el presente procedimiento; **[cuando proceda]**.
- (iii) Señalar el número del Documento Nacional de Identidad; **[cuando se trate de persona natural]**
- (iv) Señalar el número de Registro Único de Contribuyentes [RUC].

CUARTO: Informar a las partes que el artículo 110 del Código faculta al Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos a calificar las infracciones de la referida norma como leves, graves o muy graves e imponer sanciones que van desde una amonestación hasta una multa por un máximo de 450 Unidades Impositivas Tributarias, sin perjuicio de las medidas correctivas, reparadoras y complementarias, que puedan ordenarse de acuerdo a lo estipulado en el artículo 114 de la referida norma.

QUINTO: Requerir a ____ **[identificar a cada administrado por su nombre]**, si ostenta la calidad de micro o pequeña empresa y para efectos de la aplicación del artículo 110 del Código en caso la denuncia sea declarada fundada, que conjuntamente con sus descargos presente(n) la siguiente información:

- (i) Certificado de Inscripción o de Reinscripción vigente en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa - REMYPE, de acuerdo con lo establecido en el Título VIII del Reglamento de la Ley MYPE; y,
- (ii) Documentación que acredite el monto al que ascendieron sus ventas anuales del ejercicio inmediato anterior. Para tal efecto deberá presentar la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta de dicho ejercicio o, en su defecto, las declaraciones juradas mensuales de los pagos a cuenta del Impuesto, según corresponda a su Régimen tributario.

[NOMBRE]

Jefe

Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

Nº ___

XXX/xxx

ANEXO 3
MODELO DE RESOLUCIÓN QUE DENIEGA EL INICIO DE PROCEDIMIENTO
ADMINISTRATIVO SANCIONADOR

RESOLUCIÓN FINAL N° XXXX-201X/PSX

EXPEDIENTE : XXX-201X/PSX
AUTORIDAD : ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS
SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR N° [OPS]
ADMINISTRADO : XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
MATERIA : IMPROCEDENCIA DE INICIO DE PROCEDIMIENTO
ADMINISTRATIVO SANCIONADOR
ACTIVIDAD : XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Lima, XXXXXXXXXXXXX de 201x

ANTECEDENTES

- Mediante escrito del __ de __ de 201__, subsanado mediante escrito de fecha __ de __ de 201__, el[la] señor(a) __ hizo de conocimiento de la autoridad, a través de una denuncia en contra de __, las siguientes presuntas infracciones de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante el Código):

[Enumerar los hecho(s) denunciado(s)].

ANÁLISIS

Ejemplo en caso no ostente la condición de consumidor final:

- El Código define quiénes pueden ser considerados “consumidores o usuarios”; es decir, qué personas pueden acceder al nivel de protección especial que brinda la normativa sobre protección al consumidor. En ese sentido, corresponde determinar si es que el denunciante interesado puede ser catalogado como destinatario final en los términos establecidos en las normas de protección y defensa al consumidor.

- El numeral 1 del artículo IV del Código señala que tienen la calidad de consumidores las personas naturales o jurídicas que adquieren, usan o disfrutan un producto o servicio en beneficio propio o de su entorno familiar o social; actuando así en un ámbito ajeno a la actividad empresarial. Asimismo, se incluye en la misma categoría a los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos bienes que no formen parte del giro propio de su negocio. [...]

RESUELVE

PRIMERO: Declarar improcedente el inicio de un procedimiento administrativo sancionador en virtud de la denuncia presentada por XXX en contra de XXXX.

SEGUNDO: Informar que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto **en el literal x) del numeral xxx del Texto Único Ordenado de la Directiva que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor de la Directiva aprobado mediante Resolución N° XXX- 2013-INDECOPI-COD**, se establece un plazo de cinco (05) días hábiles para interponer recurso de apelación contra la resolución que pone fin al procedimiento. Cabe señalar que dicho recurso deberá ser presentado ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° X en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida.

XXXXXXXXX

Jefe

Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor
N° X

ANEXO 4
MODELO DE RESOLUCION FINAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO
SANCIONADOR

RESOLUCION FINAL N° XXXX-20XX-PSX

EXPEDIENTE : XXX-201X/PSX

AUTORIDAD : ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS
SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL

DENUNCIANTE : XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

ADMINISTRADO : XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

MATERIA : PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR
MEDIDAS CORRECTIVAS
GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN

ACTIVIDAD : XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Lima, XXXXXXXXXXXXX de 20XX

I. ANTECEDENTES

1. Mediante Resolución N° xxxx, de fecha xx de xxxxx de 201X el OPS inició un procedimiento administrativo sancionador en contra de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx por presunta [s] infracción [es] a lo establecido en el [los] artículo [s] xx del Código de Protección y Defensa del Consumidor [en adelante, el Código].
2. El xx de xxxx de 201X, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx presentó sus descargos, manifestando lo siguiente:

Xxxxxx
 Xxxxxx
 xxxxxxxx

II. ANÁLISIS

Marco Legal Aplicable

3. [Dependerá de las presuntas normas infringidas.]

Presunta infracción a analizar

4.

Medida Correctiva

5. En el artículo 114 del Código se establece que, sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda al proveedor por una infracción a las normas de éste, el INDECOPI puede dictar, en calidad de mandatos, medidas correctivas reparadoras y complementarias.
6. Las medidas correctivas reparadoras tienen el objeto de resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior. Las medidas correctivas complementarias tienen el objeto de revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente en el futuro.
7. Asimismo, en el artículo 117 del Código, se establece que si el obligado a cumplir con un mandato del INDECOPI respecto a una medida correctiva o a una medida cautelar no lo hace, se le impondrá una multa por incumplimiento de mandatos.
8. En el presente caso, se ha verificado que xxxxxxxx, ha incumplido lo establecido en el artículo xx del Código, por lo que, para revertir los efectos de su conducta, corresponde ordenar como medida correctiva lo siguiente:
 - (i) Cumpla con XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, en un plazo de XX días hábiles, contados a partir del día siguiente de notificada la presente resolución; y,
 - (i) Cumpla con YYYYYYYY, en un plazo de XX días hábiles, contados a partir del día siguiente de notificada la presente resolución; El proveedor tiene la obligación de presentar ante el OPS los medios probatorios que acrediten el cumplimiento de la(s) medida(s) correctiva(s) en el plazo máximo de cinco (05) días, contado a partir del vencimiento del plazo que se otorga para su cumplimiento.
9. Las medidas correctivas se dictan bajo apercibimiento de imponer una multa coercitiva no menor de tres (03) UIT por incumplimiento de mandato, conforme se señala en el artículo 117 del Código.
10. En su defecto, corresponderá la aplicación de la multa establecida en el artículo 117 del Código, sin necesidad de notificación previa.

11. [En caso corresponda hacer referencia a las medidas correctivas solicitadas por el denunciante interesado y las razones por las cuales no se ordenan].

Graduación de la sanción

12. En el artículo 112 del Código se establece los criterios que la autoridad administrativa podrá tomar en consideración para graduar la sanción que corresponde a un proveedor que ha infringido las normas a dicho cuerpo normativo. Adicionalmente, la norma prevé circunstancias agravantes y atenuantes que se podrán tomar en consideración para fijar la sanción.
13. En este caso, corresponde tomar en cuenta los siguientes criterios:
- (i). XXXXXXXXXXXXXXXX
 - (ii). XXXXXXXXXXXXXXXX
 - (iii). XXXXXXXXXXXXXXXX
 - (iv). XXXXXXXXXXXXXXXX
14. De acuerdo con la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la graduación de la sanción se rige por el principio de razonabilidad según el cual las autoridades deben prever que el ejercicio de la conducta infractora no resulte más favorable al administrado que el cumplimiento del ordenamiento legal vigente. En consecuencia, la sanción a ser impuesta debe generar incentivos para corregir las acciones contrarias al ordenamiento de protección al consumidor, correspondiendo sancionar a xxx con una amonestación/multa de xxx UIT.

Costas y costos del procedimiento

15. El artículo 7 del Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del INDECOPI dispone que es potestad de ordenar el pago de los costos y costas en que hubiera incurrido la denunciante o el INDECOPI.
16. En ese sentido, una vez que se ponga fin a la instancia administrativa, el denunciante interesado podrá solicitar el reembolso de los montos adicionales en que hubiese incurrido para la tramitación del presente procedimiento, para lo cual deberá presentar una solicitud de liquidación de costos, cuya evaluación estará a cargo del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos competente.
17. El administrado deberá cumplir en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de notificada la presente resolución, con

pagar al denunciante interesado las costas del procedimiento que a la fecha ascienden a la suma de S/. 36,00.

18. De considerarlo pertinente, una vez que se ponga fin a la instancia administrativa, el denunciante interesado podrá solicitar el reembolso de los costos en que hubiese incurrido para la tramitación del presente procedimiento, para lo cual deberá presentar una solicitud de liquidación de costos.

RESOLUCIÓN

EN CASO DE ARCHIVO

PRIMERO: Archivar el presente procedimiento administrativo sancionador iniciado contra XXXX, en los extremos referidos a los incumplimientos de lo establecido en el [los] artículo[s] XXX del Código de Protección y Defensa del Consumidor, por los motivos expuesto en la parte considerativa de la presente Resolución.

SEGUNDO: Informar que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto **en el literal x) del numeral xxxx del Texto Único Ordenado de la Directiva que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor de la Directiva aprobado mediante Resolución N° XXX-2013-INDECOPI-COD**, se establece un plazo de cinco (05) días hábiles para interponer recurso de apelación contra la resolución que pone fin al procedimiento. Cabe señalar que dicho recurso deberá ser presentado ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° X en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida.

EN CASO DE SANCIÓN

PRIMERO: Sancionar a XXXXXXXX, con xxx [xxxx] UIT por haber incurrido en infracción a lo establecido en el[los] artículo[s] xxxxx del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que no cumplió con su deber de xxxxxxxxxxxxxxxx.

SEGUNDO: Informar a XXXXX que la[s] multa[s] deberá[n] ser abonada[s] en la Tesorería del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI o a través de depósito en cuenta. La multa será

rebajada en 25% si el administrado consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

TERCERO: Ordenar a xxxxxxxx, como medida correctiva lo siguiente:

1. cumpla con XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, en un plazo de XX días hábiles, contados a partir del día siguiente de notificada la presente resolución; y,
2. cumpla con YYYYYYYY, en un plazo de XX días hábiles, contados a partir del día siguiente de notificada la presente resolución.

Para ello, XXXX deberá acreditar el cumplimiento de los numerales (i) y (ii) del presente artículo, ante este Órgano Resolutivo en el plazo máximo de cinco (05) días, contado a partir del vencimiento de plazo otorgado en el(los) párrafo(s) precedente(s), bajo apercibimiento de imponer una multa coercitiva de xxx (xx) UIT por incumplimiento de mandato, conforme a lo señalado en el artículo 117 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

TERCERO: Informar que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que **en el literal x) del numeral xxx del Texto Único Ordenado de la Directiva que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor de la Directiva aprobado mediante Resolución N° XXX-2013-INDECOPI-COD**, se establece un plazo de cinco (05) días hábiles para interponer recurso de apelación contra la resolución que pone fin al procedimiento. Cabe señalar que dicho recurso deberá ser presentado ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° X en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida.

CUARTO: Disponer la inscripción de XXXXXXXX en el Registro de Infracciones y Sanciones del INDECOPI, una vez que la resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

XXXXXXXX

Jefe

Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor
N° X

2.3. Derogación

Deróguese los siguientes artículos de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI: 4.4.4, 4.5.4, y 4.5.5.

III. VIGENCIA

La presente Directiva entra en vigencia el 01 de enero de 2014.

Los procedimientos en trámite a la fecha de entrada en vigencia de la presente Directiva, continuarán rigiéndose por las disposiciones bajo las cuales se iniciaron.

TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA DIRECTIVA QUE APRUEBA EL PROCEDIMIENTO SUMARÍSIMO EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR PREVISTO EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

I. OBJETO

- 1.1. La presente Directiva tiene por objeto establecer reglas complementarias que permitan la aplicación eficaz del Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor previsto en el Sub Capítulo III del Capítulo III del Título V de la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- 1.2. Para los efectos de la presente Directiva:
 - 1.2.1. Todas las menciones al Código se entienden referidas a la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor.
 - 1.2.2. Todas las menciones al Procedimiento Sumarísimo se entienden referidas al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.
 - 1.2.3. Todas las menciones a los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor se entienden referidas a los órganos previstos por los artículos 124 a 127 del Código.

II. BASE LEGAL

- 2.1. Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- 2.2. Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.
- 2.3. Decreto Legislativo N° 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del INDECOPI
- 2.4. Decreto Supremo N° 009-2009-PCM, Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.
- 2.5. Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

III. ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO SUMARÍSIMO

- 3.1. Competencia de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.

3.1.1. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor es competente para conocer exclusivamente, en primera instancia administrativa, procedimientos administrativos sancionadores iniciados como consecuencia de denuncias presentadas por denunciante interesados que versen:

- a) Por razón de cuantía: sobre productos o servicios cuyo valor, según lo contratado u ofertado, sea de hasta tres (3) Unidades Impositivas Tributarias [UIT].
- b) Por razón de materia: sobre requerimientos de información; métodos abusivos de cobranza; demora en la entrega de un producto; incumplimiento de medidas correctivas dictadas a favor del tercero interesado en un procedimiento derivado de una denuncia; incumplimiento de acuerdos conciliatorios; y, liquidación e incumplimiento de costas y costos.

La competencia territorial que corresponde a cada Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor es la misma que corresponde a la Comisión de Protección al Consumidor o a la Comisión con facultades desconcentradas en esta materia que constituye su segunda instancia administrativa; y, que se encuentra adscrita a la misma sede de la institución u oficina regional.

Asimismo, el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor es competente para conocer en primera instancia, procedimientos administrativos sancionadores por infracciones al artículo 5 del Decreto Legislativo No. 807 en las que incurran los terceros en la etapa de evaluación preliminar de la denuncia, así como los administrados durante el trámite de los procedimientos administrativos sancionadores a su cargo.

3.1.2. En aquellos casos en que el procedimiento iniciado involucre no solamente materias que el artículo 125 del Código ha reservado al Procedimiento Sumarísimo, sino también otras materias, dicho procedimiento deberá tramitarse por la vía procedimental ordinaria que corresponda y ante la Comisión competente, según lo previsto en los demás procedimientos determinados por el Capítulo III del Título V del Código.

3.1.3. Los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor que, en el ejercicio de sus funciones, hayan conocido hechos que pudieran ameritar el inicio de un procedimiento por iniciativa de la autoridad, informarán de inmediato sobre el particular a la Comisión competente. Sobre la base de dicha información, la Comisión correspondiente podrá ejercer sus facultades para desarrollar investigaciones preliminares e iniciar por propia iniciativa, alguno de los procedimientos previstos en el Capítulo III del Título V del Código.

3.1.4. En caso se encuentre en trámite un procedimiento cuyo inicio se ha producido por iniciativa de una Comisión y un procedimiento iniciado por un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, que versen sobre los mismos hechos, dicho órgano remitirá lo actuado de inmediato a la Comisión, quien efectuara la respectiva acumulación, de conformidad con lo establecido en el artículo 149 de la Ley del Procedimiento Administrativo General.

3.1.5. DECLARADO ILEGAL ⁷⁵

75 Numeral DECLARADO ILEGAL de conformidad con el Expediente N° 10664-2015, recaído en el proceso de Acción Popular, publicado el 28 de abril de 2016.

Texto declarado ilegal:

“3.1.5 La autoridad administrativa continuará con el procedimiento aun cuando se presente el desistimiento o conciliación, sin perjuicio de considerar dichas circunstancias como atenuantes al graduar la sanción, de conformidad con el artículo 112 del Código. Ello sin perjuicio de lo establecido en el numeral 4.3.9. Adicionalmente, de conformidad con lo establecido en el numeral 6 del referido artículo 112 del Código, la inasistencia a la audiencia de conciliación convocada por el Servicio de Atención al Ciudadano

- 3.2. Supuestos fuera del ámbito de aplicación del Procedimiento Sumarísimo
De conformidad con lo dispuesto por el artículo 125 del Código, se encuentran fuera del ámbito de aplicación del Procedimiento Sumarísimo los procedimientos iniciados por denuncias que involucren reclamos por productos o sustancias peligrosas, actos de discriminación o trato diferenciado, servicios médicos, actos que afecten intereses colectivos o difusos, así como productos y servicios cuyo valor, según lo contratado u ofertado, supere las tres [3] Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o sean inapreciables en dinero.
- 3.3. Instancias administrativas en el Procedimiento Sumarísimo
El Procedimiento Sumarísimo puede involucrar tres instancias. La primera instancia corresponde al Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor. La segunda instancia corresponde, en vía de apelación, a la Comisión de Protección al Consumidor o a la Comisión con facultades desconcentradas en esta materia, que se encuentre adscrita a la misma sede de la institución u oficina regional a la que corresponde el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor que haya actuado como primera instancia. De ser el caso, la tercera instancia corresponde, en vía de revisión, a la Sala competente en materia de Protección al Consumidor del Tribunal del INDECOPI.
- 3.4. Otras reglas procedimentales
Solo resultan aplicables al procedimiento sumarísimo las disposiciones establecidas en los literales a), d), e) y f) del artículo 24 y artículos 27; 28; 32, 33 y 65 del Decreto Legislativo N° 807.

(SAC), podrá ser considerada una circunstancia agravante.” (*)

(*) Numeral modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014

Texto anterior a la modificación:

- 3.1.5 La autoridad administrativa continuará con el procedimiento aun cuando se presente el desistimiento o conciliación, sin perjuicio de considerar dichas circunstancias como atenuantes al graduar la sanción, de conformidad con el artículo 112 del Código. Adicionalmente, de conformidad con lo establecido en el numeral 6 del artículo del referido artículo 112 del Código, la inasistencia a la audiencia de conciliación convocada por el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC), podrá ser considerada una circunstancia agravante.

IV. PROCEDIMIENTO SUMARÍSIMO

4.1. Principios

Son de aplicación los principios establecidos en el artículo IV del Título Preliminar y en el artículo 230 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

4.2. Determinación de la cuantía

4.2.1. La cuantía está determinada por el valor del producto o servicio materia de controversia, el mismo que no deberá superar las tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT), según lo contratado u ofertado, teniendo en cuenta la unidad vigente a la fecha de presentación de la denuncia. Para efectos de la determinación de la competencia del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, la cuantía no se define por el valor de la medida correctiva solicitada en la denuncia.

4.2.2. En los procedimientos referidos a falta de devolución de dinero; cobros indebidos, no autorizados o en exceso; operaciones dinerarias no reconocidas; o, situaciones similares en las que corresponda al proveedor entregar dinero al consumidor; para determinar la cuantía que permita asignar competencia a un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, se tomará en cuenta el monto reclamado por el consumidor.

4.2.3. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor tiene atribución para disponer, además de la sanción que corresponda a determinada infracción, medidas correctivas que puedan superar la cuantía a la que se refiere el numeral 4.2.1, por concepto de intereses devengados, valor de reposición o conceptos similares.

4.3. Evaluación previa de la denuncia

4.3.1. Presentada la denuncia, se procederá a su evaluación preliminar en un plazo no mayor de 05 días, la misma que estará a cargo del personal que para tales efectos designe el Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor. La evaluación tendrá por objeto determinar si se cuenta con indicios suficientes de la comisión de una infracción que sea de competencia de dicho órgano resolutivo y si se cumple con los

requisitos establecidos en el TUPA, para el inicio del procedimiento administrativo sancionador.

4.3.2. Si de la evaluación de la denuncia se determina que el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor que recibió la denuncia no es competente para conocerla, todo lo actuado será remitido de inmediato al órgano competente conforme al numeral 1 del artículo 82 de la Ley del Procedimiento Administrativo General.

4.3.3. En caso de incumplimiento de los requisitos del TUPA o de requerirse mayor sustento o precisión de los hechos denunciados, por parte del denunciante interesado, se otorgará un plazo improrrogable de 2 días para su acreditación, bajo apercibimiento de archivar la denuncia. Este requerimiento sólo podrá formularse una vez, bajo responsabilidad del funcionario encargado de la evaluación previa. La denuncia se sustenta en prueba documental, salvo que el denunciante sustente debidamente la necesidad de otra clase de medio probatorio, situación que será evaluada por la autoridad, en virtud de lo establecido en el inciso b) del artículo 126 del Código⁷⁶.

4.3.4. Si concluido el plazo de evaluación preliminar establecido en el numeral 4.3.1 o luego de cumplir el denunciante con lo dispuesto en el numeral 4.3.3, se determina que los medios probatorios que sustentan los hechos denunciados obran en poder del administrado denunciado o de un tercero, el funcionario a cargo de la evaluación formulará el respectivo requerimiento, bajo apercibimiento de inicio de un procedimiento administrativo sancionador en su contra, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 del Decreto Legislativo No. 807.

4.3.5. La evaluación de la denuncia e investigaciones que correspondan, posteriores a la evaluación preliminar efectuada, deberán realizarse en

76 Numeral modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

“4.3.3. En caso de incumplimiento de los requisitos del TUPA o de requerirse mayor sustento o precisión de los hechos denunciados, por parte del denunciante interesado, se otorgará un plazo improrrogable de 2 días para su acreditación, bajo apercibimiento de archivar la denuncia. La denuncia se sustenta en prueba documental, salvo que el denunciante sustente debidamente la necesidad de otra clase de medio probatorio, situación que será evaluada por la autoridad, en virtud de lo establecido en el inciso b) del artículo 126 del Código.”

un plazo máximo de 15 días hábiles contados a partir del vencimiento del plazo señalado en el numeral 4.3.1 o desde la subsanación de la denuncia prevista en el numeral 4.3.3⁷⁷.

4.3.6. El archivo de la denuncia por incumplimiento de requisitos o carencia del debido sustento, es inapelable, de conformidad con lo establecido con el numeral 2 del artículo 206 de la Ley del Procedimiento Administrativo General. La comunicación del archivo se emitirá mediante carta⁷⁸.

4.3.7. En caso la denuncia amerite el inicio de un procedimiento administrativo sancionador, el personal asignado para su evaluación preliminar elaborará un proyecto de resolución, el mismo que será suscrito por el Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo de 15 días hábiles, referido en el numeral 4.3.5.⁷⁹

4.3.8. Se declara que la denuncia no amerita el inicio del procedimiento sancionador cuando se considere que el denunciante no tiene la calidad de consumidor, el denunciado no es proveedor o no existe una relación de consumo, o si las partes hubieran llegado a un acuerdo conciliatorio, que incluya el desistimiento de la denuncia, antes del vencimiento

77 Numeral modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

“4.3.5 La evaluación de la denuncia e investigaciones que correspondan, posteriores a la evaluación preliminar efectuada, deberán realizarse en un plazo máximo de 15 días hábiles contados a partir del vencimiento del plazo señalado en el numeral 4.3.1 o desde la subsanación de la denuncia prevista en el numeral.”

78 Artículo modificado por el Numeral 2.2.2 del Numeral 2.2 del Acápite II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

Texto anterior a la modificación:

“4.3.6. El archivo de la denuncia por incumplimiento de requisitos o carencia del debido sustento, es inapelable, de conformidad con lo establecido con el numeral 2 del artículo 206 de la Ley del Procedimiento Administrativo General. La comunicación del archivo se emitirá mediante carta, de conformidad con el Anexo 1.”

79 Artículo modificado por el Numeral 2.2.2 del Numeral 2.2 del Acápite II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

Texto anterior a la modificación:

“4.3.7. En caso la denuncia amerite el inicio de un procedimiento administrativo sancionador, el personal asignado para su evaluación preliminar elaborará un proyecto de resolución, de conformidad con el Anexo 2, el mismo que será suscrito por el Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo de 15 días hábiles, referido en el numeral 4.3.5.”

del plazo otorgado en el numeral 4.3.9 de la presente Directiva. En dichos supuestos, el personal asignado para su evaluación elaborará un proyecto de resolución, el mismo que será suscrito por el jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo referido en el numeral anterior. Dicha resolución es apelable por el denunciante⁸⁰.

4.3.9. Estando a lo dispuesto por el numeral 6 del artículo VI del Título Preliminar y del artículo 147 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor promoverá la conciliación; para ello, dentro del plazo establecido en el numeral 4.3.1 anterior, se requerirá al administrado denunciado para que en un plazo máximo de siete [7] días hábiles cumpla con acreditar, mediante documento de fecha cierta, la existencia de un acuerdo conciliatorio, que incluya el desistimiento de la denuncia, en cuyo caso se declarará que no amerita el inicio de procedimiento sancionador. Esta regla es de aplicación, incluso, luego de la imputación de cargos siempre que el acuerdo conciliatorio sea

80 Artículo modificado por el Numeral 2.2.2 del Numeral 2.2 del Acápite II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

Texto anterior a la modificación:

“4.3.8. Se declara que la denuncia no amerita el inicio del procedimiento sancionador cuando se considere que el denunciante no tiene la calidad de consumidor, el denunciado no es proveedor o no existe una relación de consumo, o si las partes hubieran llegado a un acuerdo conciliatorio, que incluya el desistimiento de la denuncia, antes del vencimiento del plazo otorgado en el numeral 4.3.9 de la presente Directiva. En dichos supuestos, el personal asignado para su evaluación elaborará un proyecto de resolución, de conformidad con el Anexo 3, el mismo que será suscrito por el jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo referido en el numeral anterior. Dicha resolución es apelable por el denunciante.” (*)

(*) Numeral modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

4.3.8. Se declarará que la denuncia no amerita el inicio del procedimiento sancionador cuando se considere que el denunciante no tiene la calidad de consumidor, o que el denunciado no es proveedor o que no existe una relación de consumo. En dicho supuesto el personal asignado para su evaluación elaborará un proyecto resolución, de conformidad con el Anexo 3, el mismo que será suscrito por el jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de considerarlo pertinente, dentro del plazo máximo referido en el numeral anterior. Dicha resolución es apelable por el denunciante.

acreditado mediante documento de fecha cierta anterior al inicio del procedimiento sancionador⁸¹.

4.3.10. En caso no existiera acuerdo conciliatorio en los términos establecidos en el párrafo 4.3.9 anterior, en dicho plazo el proveedor podrá acreditar si ha realizado una propuesta conciliatoria, la misma que podrá ser evaluada por el órgano resolutorio para los efectos establecidos en el artículo 112 del Código de Protección y Defensa del Consumidor⁸².

4.4. Inicio del Procedimiento Sumarísimo

4.4.1. El Procedimiento Sumarísimo se inicia de oficio como consecuencia de una denuncia de denunciante interesado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 107 del Código. Asimismo, el Procedimiento Sumarísimo se inicia como consecuencia de las infracciones referidas en el artículo 5 del Decreto Legislativo No. 807. De ser posible, la responsabilidad por estas imputaciones deberá determinarse en forma conjunta con el procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor que se haya iniciado como consecuencia de los hechos denunciados.

4.4.2. En el Procedimiento Sumarísimo no es obligatoria la intervención de abogado y, en consecuencia, no es requisito para la presentación de la denuncia, descargos, medios impugnatorios ni demás actos procedimentales que estos se encuentren autorizados por letrado.

4.4.3. La solicitud de medida cautelar podrá plantearse en cualquier etapa del procedimiento. Si se formula con la presentación de la denuncia, será merituada en la resolución de inicio del procedimiento administrativo sancionador.

4.5. Medios probatorios

4.5.1. Se entiende por documentos todo escrito u objeto que sirve para acreditar un hecho, tales como impresos, fotografías, reproducciones de audio o video incluyendo los productos materia de denuncia, de

81 Numeral incorporado por el Numeral 2.2 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

82 Numeral incorporado por el Numeral 2.2 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entra en vigencia el 14 de julio de 2014.

conformidad con lo dispuesto en los artículos 233 y 234 del Código Procesal Civil. Se consideran medios probatorios de esta naturaleza los escritos que registran los resultados de informes periciales, informes técnicos, testimonios e inspecciones, siempre que sean presentados como documentos al momento de su ofrecimiento por las partes.

4.5.2. Los medios probatorios que sustenten los argumentos de descargo serán documentales, sin perjuicio de la facultad que corresponde a la autoridad para requerir, de oficio, la actuación de algún medio probatorio de naturaleza distinta, de conformidad con lo establecido en el literal b) del artículo 126 del Código.

4.5.3. En caso el administrado considere necesaria la actuación de medios probatorios de naturaleza distinta a la documental para el debido ejercicio de defensa, deberá solicitarlo de manera fundamentada, al momento de formular sus descargos, a efectos de que la autoridad evalúe el ejercicio de la facultad que le confiere el literal b) del artículo 126 del Código y ordene su actuación de ser pertinente y procedente.

4.6. Plazos de tramitación

4.6.1. Dada la naturaleza especial del Procedimiento Sumarísimo, sus plazos se computan en días hábiles, de lunes a viernes, salvo los días feriados o no laborables, sin perjuicio de lo dispuesto por normas de aplicación especial.

Los plazos concedidos a los administrados no son prorrogables; los escritos presentados fuera de plazo serán merituados en cuanto a su pertinencia por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.

4.6.2. El plazo máximo de tramitación del Procedimiento Sumarísimo es de treinta (30) días hábiles por instancia:

- a) En primera instancia el plazo se computará desde la fecha de notificación de la resolución de imputación de cargos, hasta la fecha de emisión de la Resolución Final.
- b) En segunda instancia y en vía de revisión el plazo se computa desde la fecha de recepción de los actuados por parte de la Comisión o del Tribunal, según sea el caso, hasta la fecha de emisión de la Resolución Final.

- c) El plazo máximo para elevar los actuados de una instancia a otra es de cuatro [4] días hábiles⁸³.

4.6.3. El plazo máximo para verificar la admisión de los recursos de apelación o de revisión, incluyendo la oportunidad del recurso, es de tres [3] días hábiles.

4.6.4. Para los administrados, rigen los siguientes plazos máximos:

- a) Para la presentación de descargos en primera instancia, siete [7] días hábiles, no prorrogables, contados a partir del día siguiente de la notificación de la resolución de imputación de cargos.
- b) Para la absolución del traslado del recurso en segunda instancia, cinco [5] días hábiles, no prorrogables, contados a partir del día siguiente de la notificación de la apelación.
- c) Para interponer recursos de apelación o de revisión, cinco [5] días hábiles, no prorrogables sin excepción alguna, contados a partir del día siguiente de notificada la resolución a impugnar.

4.7. Suspensión del procedimiento

4.7.1. La suspensión del procedimiento procede en los supuestos comprendidos en el artículo 65 del Decreto Legislativo N° 807. Excepcionalmente, también podrá suspenderse el procedimiento por un plazo máximo de diez [10] días hábiles en los siguientes casos:

- a) Cuando el administrado deba ser notificado por publicación. En ese caso, la publicación deberá efectuarse dentro del plazo otorgado por la administración, sin posibilidad de la emisión del nuevo aviso, al que hace referencia el numeral 5.3 de la Directiva N° 001-2013-TRI-INDECOPI que regula el Régimen de Notificación de Actos Administrativos y otras comunicaciones emitidas en los procedimientos administrativos a cargo de los órganos resolutivos del INDECOPI. [...]

⁸³ Literal modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

(...)

“c) El plazo máximo para elevar los actuados de una instancia a otra es de tres (3) días hábiles.”

4.7.2. Procede la suspensión del procedimiento por un plazo máximo de cinco (5) días hábiles, cuando la notificación deba realizarse fuera del ámbito de competencia territorial de la oficina regional a la que se encuentre adscrito un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, y sea necesario notificar un acto procedimental de necesario traslado, tal como:

- a) Imputación de cargos;
- b) Descargos;
- c) Requerimientos de información;
- d) Requerimiento para acreditar la existencia de un acuerdo conciliatorio sobre la materia denunciada;
- e) Puesta en conocimiento de medios probatorios;
- f) Actos administrativos referidos a actuaciones probatorias o que se pronuncien sobre la concesión o denegatoria de medidas cautelares.

4.7.3. En los casos que sea necesario disponer la realización de informes técnicos, el plazo de suspensión será de quince (15) días hábiles, el cual podrá ser prorrogado por un plazo similar, por causas debidamente fundamentadas⁸⁴.

84 Numeral modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

“4.7. Suspensión del procedimiento

La suspensión del procedimiento procede en los supuestos comprendidos en el artículo 65 del Decreto Legislativo N° 807. Excepcionalmente, también podrá suspenderse el procedimiento por un plazo máximo de diez (10) días hábiles en los siguientes casos:

- a) Cuando resulte necesario notificar a un administrado fuera de la provincia donde se ubique la oficina regional a la que se encuentre adscrito un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.
- b) Cuando el administrado deba ser notificado por publicación.
- c) Cuando se presente un supuesto de recusación o abstención del Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor.
- d) En caso deban actuarse medios probatorios distintos a los documentales o formularse requerimientos a terceros, conforme a lo previsto en la presente Directiva.

En los casos que sea necesario disponer la realización de informes técnicos, el plazo de suspensión será de quince (15) días hábiles, el cual podrá ser prorrogado por un plazo similar por causas debidamente fundamentadas.”

4.8. Consentimiento de las resoluciones finales

Las resoluciones de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos que ponen fin al procedimiento sumarísimo y las que imponen multas coercitivas no requieren de una declaración de consentimiento expreso. Una vez que la resolución quede consentida, el ORPS remitirá al área de cobranza coactiva, la respectiva solicitud de ejecución en la cual deje constancia de tal situación⁸⁵.

V. APELACIÓN Y REVISIÓN

5.1. Actos susceptibles de ser impugnados

Son susceptibles de impugnación las resoluciones que ponen fin a la instancia, las que se pronuncian sobre el dictado de medidas cautelares, las que imponen multas coercitivas y las que suspenden el procedimiento por las causales previstas en el artículo 65 del Decreto Legislativo N° 807, en los siguientes términos⁸⁶:

85 Artículo modificado por el Numeral 2.1 del Acápite II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

Texto anterior a la modificación:

“4.8 Consentimiento de las resoluciones finales

Las resoluciones de los Órganos Resolutivos que ponen fin al procedimiento sumarísimo no requieren de una declaración de consentimiento expreso. Una vez que la resolución quede consentida, el Órgano Resolutivo remitirá al Área de Cobranza Coactiva, la respectiva solicitud de ejecución en la cual deje constancia de tal situación.” (*)

(*) Numeral modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

4.8. Consentimiento de las resoluciones finales.

Las resoluciones de los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos que ponen fin al procedimiento sumarísimo no requieren de una declaración de consentimiento expreso. Una vez que la resolución quede consentida, el ORPS remitirá al Área de Cobranza Coactiva, la respectiva solicitud de ejecución en la cual deje constancia de tal situación.

86 Extremo modificado por el Numeral 2,1 del Acápite II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

Texto anterior a la modificación:

“5.1. Actos susceptibles de ser impugnados

Además de las resoluciones referidas en el numeral 4.3.8, son susceptibles de impugnación las resoluciones que ponen fin a la instancia, las que se pronuncian sobre el dictado de medidas cautelares y las que suspenden el procedimiento por las causales previstas en el artículo 65 del Decreto Legislativo N° 807, , en los siguientes términos:”

- a) La impugnación procede en los procedimientos sumarísimos con efectos suspensivos salvo en el caso de la impugnación de medidas cautelares y la interposición de un recurso de revisión, sin perjuicio de la facultad atribuida a la Sala en el artículo 125 del Código⁸⁷.
- b) La impugnación de medidas cautelares se tramita en cuaderno separado.
- c) No procede la apelación del denunciante interesado, respecto de la sanción impuesta por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

5.2. Recurso de apelación

El recurso de apelación se resuelve teniendo en consideración los medios probatorios que obren en el expediente, incluyendo aquellos que se ofrezcan en el recurso de apelación conforme a lo establecido en la presente Directiva.

5.3. Recurso de revisión

5.3.1. El recurso de revisión es de puro derecho, no cabe la adhesión ni la actuación de pruebas. Este recurso se presenta ante la Comisión correspondiente, la cual verificará el cumplimiento de los requisitos de admisibilidad, incluyendo la oportunidad del recurso.

5.3.2. La Sala del Tribunal del INDECOPI competente en materia de Protección al Consumidor evalúa la procedencia del recurso de revisión verificando si la pretensión del recurrente plantea la presunta inaplicación o aplicación errónea de normas del Código de Protección y Defensa del Consumidor o, la inobservancia de precedentes de observancia obligatoria y; en caso lo declare procedente, en el mismo acto, podrá emitir una resolución final determinando si el recurso es fundado o no, debiendo notificárselo a ambas partes.

87 Literal modificado por el Numeral 2.1 de la Directiva N° 003-2014-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 108-2014-INDECOPI-COD, publicada el 03 de julio de 2014, el mismo que entró en vigencia el 14 de julio de 2014.

Texto anterior a la modificación:

“a) La impugnación procede con efectos suspensivos salvo en el caso de la impugnación de medidas cautelares, ello sin perjuicio de la facultad atribuida a la Sala competente en materia de Protección al Consumidor del Tribunal del INDECOPI por el último párrafo del artículo 125 del Código.”

5.3.3. La Sala podrá convocar a audiencia de informe oral si las partes lo han solicitado o, de oficio de considerarlo conveniente, debiendo notificarlas con esta finalidad. Asimismo, la Sala podrá desestimar motivadamente la solicitud de informe oral en el mismo acto en el que se pronuncie respecto del recurso de revisión.

5.3.4. El pronunciamiento del Tribunal es irrecurrible en vía administrativa. La improcedencia del recurso tampoco puede cuestionarse a través de un reclamo en queja.

5.4. Agotamiento de la vía administrativa

La resolución de la correspondiente Comisión o, de ser el caso, de la Sala competente en materia de Protección al Consumidor del Tribunal del INDECOPI agota la vía administrativa.

VI. FACULTADES DE LA AUTORIDAD, ABSTENCIÓN, RECUSACIÓN Y QUEJA

6.1. Para efectos de la tramitación de los procedimientos a su cargo, el Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor cuenta con las facultades conferidas a una Comisión en el Título I del Decreto Legislativo N° 807 y las conferidas a un Secretario Técnico en el artículo 24 del mismo Decreto Legislativo, que resulten compatibles con la naturaleza de los Procedimientos Sumarísimos. Asimismo, cuenta con las facultades siguientes:

- a) Dictar medidas cautelares de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 109 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- b) Disponer la delegación de firma en funcionarios del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 65 y 72 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- c) Citar a audiencia única para escuchar a las partes o a sus representantes, así como para actuar algún medio probatorio, cuando lo considere necesario para el esclarecimiento de los hechos objeto de la denuncia. Esta prerrogativa incluye la posibilidad de resolver el caso en este mismo acto, notificando de ello a las partes o a sus representantes, de manera inmediata.

- d) Emitir la Resolución Final, determinando según corresponda: i) la no existencia de infracción y archivo correspondiente; ii) imponiendo sanciones a los proveedores que infrinjan las normas contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor; iii) ordenar las medidas correctivas que resulten aplicables; iv) ordenar el pago de costas y costos del procedimiento; entre otros mandatos dentro del marco de sus atribuciones. En caso se ordenen medidas correctivas, la resolución final establecerá la obligación a cargo del proveedor de acreditar el cumplimiento de lo ordenado, bajo apercibimiento de imponer multa coercitiva por incumplimiento de mandato.
- e) Conceder y denegar el recurso de apelación.
- f) Comunicar a la Comisión de Protección al Consumidor competente las resoluciones que contengan medidas correctivas de alcance general, a efectos de que evalúe la pertinencia de verificar de oficio su cumplimiento.
- g) Otras que se le encomienden o le correspondan para el debido cumplimiento de sus funciones.

6.2. La abstención y la recusación del Jefe del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor se rige por los artículos 88 a 94 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y por la Directiva del INDECOPI que aprueba el Procedimiento de Abstención y Recusación, teniendo en cuenta que el procedimiento para ello se rige por los numerales 1.8, 1.9, 2.2, 2.3 y 2.5, así como por el literal c) del numeral IV.2 de dicha Directiva. Para efectos de estos procedimientos, se considerará como superior jerárquico inmediato a la Comisión de Protección al Consumidor o a la Comisión con facultades desconcentradas en esta materia, que se encuentre adscrita a la misma sede de la institución u oficina regional a la que corresponde dicho Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor y, luego de ella, a la Sala competente en materia de Protección al Consumidor del Tribunal del INDECOPI.

6.3. La queja por defectos de tramitación del procedimiento a cargo del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor se presenta ante la Comisión de Protección al Consumidor o la Comisión con facultades desconcentradas en esta materia, que se encuentre adscrita a la misma sede de la institución u oficina regional a la que corresponde dicho

órgano y se rige por el artículo 158 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y por la Directiva de la materia.

VII. VIGENCIA

La presente Directiva entra en vigencia desde el 1 de diciembre de 2010.

ANEXO 1: DEROGADO⁸⁸

ANEXO 2: DEROGADO⁸⁹

ANEXO 3: DEROGADO⁹⁰

ANEXO 4: DEROGADO⁹¹

88 Anexo derogado por el Numeral 2.2.1 del Numeral 2.2 del Acápito II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

89 Anexo derogado por el Numeral 2.2.1 del Numeral 2.2 del Acápito II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

90 Anexo derogado por el Numeral 2.2.1 del Numeral 2.2 del Acápito II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

91 Anexo derogado por el Numeral 2.2.1 del Numeral 2.2 del Acápito II de la Directiva N° 02-2016-DIR-COD-INDECOPI aprobada por el Artículo Único de la Resolución N° 148-2016-INDECOPI-COD, publicada el 31 de agosto de 2016.

Miércoles, 11 de febrero de 2015

**INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y
DE LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

**Aprueban Directiva N° 005-2014-DIR-COD-INDECOPI
denominada “Directiva que aprueba el Procedimiento para la
Nominación de Árbitros del Sistema de Arbitraje de Consumo”**

**RESOLUCION DE LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO DIRECTIVO
DEL INDECOPI N° 024-2015-INDECOPI-COD**

Lima, 30 de enero de 2015

CONSIDERANDO:

Que, el inciso l) del artículo 5 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033, y el inciso o) del artículo 5 del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por el Decreto Supremo N° 009-2009-PCM y modificado por el Decreto Supremo N° 107-2012-PCM, establecen como funciones del Consejo Directivo del Indecopi, además de las expresamente establecidas en la referida Ley, aquellas otras que le sean encomendadas por normas sectoriales y reglamentarias;

Que, el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo, aprobado mediante Decreto Supremo N° 046-2011-PCM, establece que es función del Consejo Directivo del Indecopi -en su calidad de Autoridad Nacional de Protección al Consumidor- establecer, mediante directiva, las disposiciones reglamentarias que resulten necesarias para la implementación y funcionamiento del Sistema de Arbitraje de Consumo y el procedimiento arbitral;

Que mediante Resolución N° 161-2014-INDECOPI-COD, publicada en el Diario Oficial “El Peruano” el día 21 de octubre del 2014, el Consejo Directivo del Indecopi aprobó la publicación del “Proyecto de Directiva que aprueba el Procedimiento para la Nominación de Árbitros del Sistema de Arbitraje de Consumo” a efectos de recibir comentarios y aportes de la ciudadanía;

Que, en ese sentido, mediante Informe N° 093-2014/DPC-INDECOPI, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor puso en consideración del Consejo Directivo del Indecopi para su aprobación, el “Proyecto de Directiva que aprueba el Procedimiento para la Nominación de Árbitros del Sistema de Arbitraje de Consumo”;

Estando al acuerdo adoptado por el Consejo Directivo del Indecopi en sesión de fecha 15 de diciembre de 2014; y,

De conformidad con lo establecido en los literales f) y h) del numeral 7.3 del artículo 7 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033;

RESUELVE:

Artículo Único.- Aprobar la Directiva N° 005-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que aprueba el Procedimiento para la Nominación de Árbitros del Sistema de Arbitraje de Consumo”, la misma que forma parte integrante de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

HEBERT TASSANO VELA OCHAGA
Presidente del Consejo Directivo

DIRECTIVA QUE APRUEBA EL PROCEDIMIENTO PARA LA NOMINACIÓN DE ÁRBITROS DEL SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

La presente Directiva tiene por objeto establecer reglas complementarias a las establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 [en adelante, el Código], y el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo, aprobado por D.S. N° 046-2011-PCM [en adelante, el Reglamento], regulando el procedimiento para la nominación de los árbitros que formarán parte de los órganos arbitrales del Sistema de Arbitraje de Consumo [en adelante, SISAC].

Artículo 2.- Base legal

- 2.1. Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- 2.2. Decreto Supremo N° 046-2011-PCM, que aprueba el Reglamento del SISAC.
- 2.3. Decreto Supremo N° 009-2009-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi.

Artículo 3.- Alcance

Las disposiciones de la presente Directiva son de obligatorio cumplimiento para las asociaciones de consumidores, las organizaciones empresariales y las entidades de la administración pública en las que se constituyan las Juntas Arbitrales de Consumo, que propongan profesionales para integrar las nóminas de árbitros del SISAC, así como para estos últimos, interesados en formar parte de las referidas nóminas.

**TÍTULO II
NOMINACIÓN DE ÁRBITROS****CAPÍTULO I
Procedimiento de Nominación****Artículo 4.- Convocatoria.**

- 4.1. La Junta Arbitral de Consumo constituida, convocará a las Asociaciones de Consumidores registradas ante el INDECOPI, a las organizaciones empresariales interesadas y a la entidad de la administración pública en la que se constituyó, para que propongan a los profesionales que integrarán sus respectivas nóminas de árbitros, quienes deberán cumplir con los requisitos precisados en el Reglamento.
- 4.2. Las convocatorias deberán ser publicadas a través de los siguientes medios:
- a) En el tablón de anuncios de la sede de la Junta Arbitral de Consumo y de la entidad de la administración pública en la que se constituye.
 - b) En la página web del INDECOPI, para ello la Junta Arbitral de Consumo o la entidad de la administración pública en la que se constituye deberá remitir al INDECOPI los términos de la convocatoria con por lo menos cinco (5) días hábiles previos a la publicación de la misma.
 - c) En la página web del Gobierno Regional y/o Local donde se encuentre constituida la Junta Arbitral de Consumo, en caso contase con dicho medio.
 - d) Por única vez en el diario encargado de los avisos judiciales y en otro diario de ámbito regional o local, donde la Junta Arbitral de Consumo esté constituida.

Artículo 5.- Recepción de propuestas.

- 5.1. Las Asociaciones de Consumidores registradas ante el INDECOPI, las organizaciones empresariales interesadas, y la entidad de la administración pública en la que se constituyó la Junta Arbitral, deberán presentar un listado de profesionales propuestos para integrar la nómina de árbitros correspondiente, en un plazo máximo de quince (15) días hábiles, contado desde el día siguiente a la convocatoria, plazo que deberá ser indicado expresamente en la convocatoria realizada conforme a lo dispuesto en el artículo 4 precedente. El número máximo de árbitros propuestos será indicado en cada convocatoria.
- 5.2. Junto al listado propuesto por las entidades mencionadas en el numeral anterior, estas deberán adjuntar la aceptación por escrito de cada profesional propuesto para integrar la nómina de árbitros, acompañada de los siguientes documentos:
- a) Copia legalizada de Título profesional.
 - b) Constancia de colegiatura vigente.
 - c) Declaración jurada de no contar con impedimento para contratar con el Estado.
 - d) Currículum Vitae documentado en el cual se acredite experiencia profesional.
 - e) Copias de constancias, certificados y/o diplomas que acrediten formación y conocimiento en derecho de protección al consumidor y arbitraje. Las constancias deberán acreditar un mínimo de cuarenta (40) horas, veinte (20) horas de capacitación en arbitraje y veinte (20) horas en protección al consumidor. En caso sea requerido por la Junta Arbitral de Consumo, deberá presentarse la certificación de aptitud profesional que emita la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor a los profesionales que aprueben los cursos organizados por esta para dicho fin.
 - f) Declaración jurada de no contar con antecedentes policiales y penales.

Artículo 6.- Evaluación de las propuestas.

- 6.1. Una vez recibidas las propuestas, la Junta Arbitral de Consumo nombrará un Consejo Consultivo para la Nominación de Árbitros, el mismo que se

encontrará constituido por cinco [05] funcionarios de la entidad de la administración pública en la que se constituye la Junta Arbitral de Consumo, quienes tendrán un plazo de veinte [20] días hábiles, para proceder a la evaluación de propuestas, verificando la información presentada por el postulante y la institución que propuso su nominación como árbitro.

- 6.2. Durante el plazo mencionado en el numeral anterior, la Junta Arbitral de Consumo a través del Consejo Consultivo para la Nominación de Árbitros, podrá solicitar información a los Colegios Profesionales, así como a organizaciones públicas o privadas y/o instituciones educativas, respecto de la veracidad de los datos aportados por el postulante a árbitro y la institución que propuso su nominación.
- 6.3. En caso se presente alguna observación a la documentación presentada, la Junta Arbitral de Consumo a través del Consejo Consultivo para la Nominación de Árbitros podrá otorgar un plazo no mayor de cinco [05] días hábiles al postulante a árbitro y/o a la institución que lo propuso, contado a partir del día siguiente de la recepción de la observación, para que pueda subsanar aquellos requisitos observados por la Junta Arbitral de Consumo. Si el postulante a árbitro y/o la institución que lo propuso no cumplen con presentar la documentación solicitada, o con levantar la observación realizada, en el plazo establecido para ello, esta situación deberá ser informada por el Consejo Consultivo para la Nominación de Árbitros al Presidente de la Junta Arbitral de Consumo, quien tendrá por no admitida su solicitud debiendo señalarlo así en la Resolución de la Junta Arbitral de Consumo, que resuelva en torno a la solicitud o solicitudes de acreditación de árbitros.
- 6.4. El Consejo Consultivo para la Nominación de Árbitros emitirá un informe de recomendación respecto de los profesionales que cumpliendo con los requisitos señalados en el artículo 10 del Reglamento podrían integrar las nóminas arbitrales por cada sector.
- 6.5. Por la naturaleza del procedimiento, el mismo no se encuentra sujeto a silencio administrativo positivo.
- 6.6. Sin perjuicio de la evaluación realizada, la documentación presentada por el solicitante se encontrará sujeta a control posterior por parte de la Junta Arbitral de Consumo, la entidad de la administración pública en la que se constituyó la Junta Arbitral de Consumo o por la propia Autoridad Nacional de Protección del Consumidor. De encontrarse irregularidades en la documentación presentada, la entidad de la administración pública en la que se constituyó la Junta Arbitral de Consumo o la Autoridad Nacional

de Protección del Consumidor comunicarán dicho hecho a la Junta Arbitral de Consumo para que actúe en los términos del artículo 10 de la presente Directiva.

Artículo 7.- Certificación de árbitros por la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor del INDECOPI.

En caso de considerarlo necesario, la Junta Arbitral de Consumo podrá, previamente a la nominación de los árbitros que le sean propuestos, solicitar a la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor del INDECOPI que certifique la aptitud de los árbitros que le sean propuestos, certificación que deberá contener como mínimo la cantidad de horas de capacitación precisadas en el literal e) del numeral 5.2 del artículo 5 precedente.

Artículo 8.- Resolución y publicación.

- 8.1 Una vez recibido el informe de recomendación elaborado por el Consejo Consultivo para la Nominación de Árbitros, la Junta Arbitral de Consumo emitirá una Resolución en la que dispondrá la admisión o no de los profesionales en las nóminas de árbitros correspondientes a cada una de las entidades referidas en el artículo 4 precedente.
- 8.2 La Resolución será inapelable y deberá indicar la entidad que propuso a los árbitros nominados.

CAPÍTULO II Listado de Árbitros

Artículo 9.- Listado de Árbitros.

- 9.1. El Secretario de la Junta Arbitral de Consumo se encargará de difundir la relación de profesionales integrados a la nómina de árbitros y de mantener actualizada dicha nómina luego de cada proceso de nominación o de presentarse los casos previstos en el artículo 10 de la presente Directiva.
- 9.2. Cada Junta Arbitral de Consumo deberá enviar el listado actualizado de árbitros a la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor del INDECOPI, quien mantendrá un registro centralizado de árbitros.
- 9.3. La información del listado de árbitros de cada Junta Arbitral de Consumo será de acceso público y gratuito, para ello deberá encontrarse permanentemente actualizada en los siguientes medios:

- a) En la sede de la Junta Arbitral de Consumo y/o de la entidad de la administración pública en la que se constituye.
 - b) En la página web del INDECOPI.
 - c) En la página web del Gobierno Regional y/o Local donde se encuentre constituida la Junta Arbitral de Consumo, de contar con dicho medio.
- 9.4. La permanencia de un árbitro en el Registro será de tiempo indefinido hasta que se presente alguno de los supuestos descritos en el artículo 10 siguiente.

Artículo 10.- Renuncia o retiro de árbitros de la nómina

- 10.1. El profesional que integra una nómina arbitral podrá solicitar su retiro de la misma, presentando para ello una carta a la Junta Arbitral de Consumo a la que se encuentra adscrito, indicando expresamente su renuncia a la nómina correspondiente.
- 10.2. La Junta Arbitral de Consumo podrá retirar de las nóminas de árbitros a los profesionales, en los siguientes supuestos:
- a) Cuando pierdan cualquiera de los requisitos necesarios para integrar dicha nómina, para ello el Presidente de la Junta Arbitral emitirá la resolución correspondiente previo informe de la Secretaría Técnica.
 - b) Al ser suspendidos del ejercicio de su profesión, mediante sanción impuesta por su Colegio Profesional.
 - c) Por fallecimiento.
 - d) Cuando cuente con cuatro [04] recusaciones fundadas.
 - e) En caso que no cumplan con actualizar sus datos o documentación, cuando le sea solicitado por la Junta Arbitral de Consumo o por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.
- 10.3. La resolución que determina el retiro de un árbitro de la nómina correspondiente es inapelable en vía administrativa.

Miércoles, 11 de febrero de 2015

Aprueban Directiva N° 006-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que aprueba el Procedimiento de Adhesión de Proveedores y Creación del Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo”

RESOLUCIÓN DE LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI N° 025-2015-INDECOPI-COD

Lima, 30 de enero de 2015

CONSIDERANDO:

Que, el inciso l) del artículo 5 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033, y el inciso o) del artículo 5 del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por el Decreto Supremo N° 009-2009-PCM y modificado por el Decreto Supremo N° 107-2012-PCM, establecen como funciones del Consejo Directivo del Indecopi, además de las expresamente establecidas en la referida Ley, aquellas otras que le sean encomendadas por normas sectoriales y reglamentarias;

Que, el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo, aprobado mediante Decreto Supremo N° 046-2011-PCM, establece que es función del Consejo Directivo del Indecopi -en su calidad de Autoridad Nacional de Protección al Consumidor- establecer, mediante directiva, las disposiciones reglamentarias que resulten necesarias para la implementación y funcionamiento del Sistema de Arbitraje de Consumo y el procedimiento arbitral;

Que mediante Resolución N° 162-2014-INDECOPI-COD, publicada en el Diario Oficial “El Peruano” el día 21 de octubre del 2014, el Consejo Directivo del Indecopi aprobó la publicación del “Proyecto de Directiva que aprueba el Procedimiento de Adhesión de Proveedores y Creación del Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo” a efectos de recibir comentarios y aportes de la ciudadanía;

Que, en ese sentido, mediante Informe N° 094-2014/DPC-INDECOPI, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor puso en consideración del Consejo Directivo del Indecopi para su aprobación, el “Proyecto de Directiva que aprueba el Procedimiento de Adhesión de Proveedores y Creación del Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo”;

Estando al acuerdo adoptado por el Consejo Directivo del Indecopi en sesión de fecha 15 de diciembre de 2014; y,

De conformidad con lo establecido en los literales f) y h) del numeral 7.3 del artículo 7 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033;

RESUELVE:

Artículo Único.- Aprobar la Directiva N° 006-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que aprueba el Procedimiento de Adhesión de Proveedores y Creación del Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo”, la misma que forma parte integrante de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

HEBERT TASSANO VELA OCHAGA
Presidente del Consejo Directivo

DIRECTIVA DE ADHESIÓN DE PROVEEDORES Y CREACIÓN DEL REGISTRO DE PROVEEDORES ADHERIDOS AL SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

La presente Directiva tiene por objeto establecer reglas complementarias a las establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 [en adelante, el Código], y el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo, aprobado por D.S. N° 046-2011-PCM [en adelante, el Reglamento], regulando el procedimiento de adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo [en adelante, SISAC] por parte de proveedores y organizaciones empresariales interesadas en resolver las controversias surgidas con los consumidores a través del procedimiento arbitral de consumo, y a su vez crea el Registro de proveedores adheridos al SISAC.

Artículo 2.- Base legal.

- 2.1. Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- 2.2. Decreto Supremo N° 046-2011-PCM, que aprueba el Reglamento del SISAC.

- 2.3. Decreto Supremo N° 009-2009-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi.

Artículo 3.- Alcance

Las disposiciones de la presente Directiva son de obligatorio cumplimiento para los proveedores y organizaciones empresariales que soliciten su adhesión al SISAC.

TÍTULO II ADHESIÓN AL SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

CAPÍTULO I Procedimiento de Adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo

Artículo 4.- Solicitud.

- 4.1. El proveedor interesado en adherirse al SISAC, deberá presentar solicitud escrita ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual- INDECOPI, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, para dicho fin utilizará el formulario de adhesión al SISAC que proporcionará el INDECOPI y que forma parte de la presente Directiva como Anexo1.
- 4.2. La información mínima que será proporcionada en dicha solicitud es la siguiente:
- a) Nombre o razón social del solicitante.
 - b) Documento de Identidad y/o número de Registro Único de Contribuyente - R.U.C.
 - c) Nombre y documento de identidad de los representantes legales, de ser el caso.
 - d) Nacionalidad del solicitante y de sus representantes legales
 - e) Actividad comercial del solicitante
 - f) Domicilio real del proveedor, así como el domicilio a ser utilizado para efectos de remitir comunicaciones.
 - g) Correo electrónico, página web y números telefónicos, en caso contara con ellos.

- 4.3. La solicitud mencionada en el numeral precedente deberá ir acompañada de los siguientes documentos:
- a) Declaración de conocimiento de la regulación del Sistema Arbitral de Consumo, regulado en el Decreto Supremo N° 046-2011-PCM y en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
 - b) Ficha R.U.C. del solicitante
 - c) Copia Literal de la Partida Registral que acredite la inscripción ante Registros Públicos, de tratarse de personas jurídicas.
 - d) Vigencia de Poder de los representantes legales, con un máximo de antigüedad de 30 días.
 - e) Autorización para que las Juntas Arbitrales de Consumo y la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor utilicen los datos consignados en la solicitud de adhesión y que sean necesarios para la divulgación de la adhesión en el Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo.

Artículo 5.- Evaluación de las propuestas.

- 5.1. Presentada la solicitud, la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor tendrá un plazo de veinte [20] días hábiles, contado a partir del día siguiente a la recepción de la misma, para proceder a su evaluación, verificando la información presentada por el proveedor u organización empresarial para su adhesión al SISAC.
- 5.2. En caso que la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor realice alguna observación a la información y/o documentación presentada, podrá otorgar un plazo de hasta cinco [05] días hábiles al solicitante, contados a partir del día siguiente de la comunicación de la observación, a efectos de subsanar su solicitud.
- 5.3. Si el solicitante no cumple con subsanar la observación realizada, en el plazo establecido para ello, se tendrá por no admitida su solicitud debiendo señalarlo así la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor en la resolución correspondiente.
- 5.4. Sin perjuicio de la evaluación realizada, la documentación presentada por el solicitante se encontrará sujeta a control posterior por parte de la

administración, correspondiendo dicho control a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.

Artículo 6.- Resolución.

Una vez efectuada la evaluación de la solicitud de adhesión, la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor a través de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor emitirá una Resolución en la que dispondrá la admisión o no de la misma.

Artículo 7.- Difusión.

- 7.1. La adhesión del solicitante será comunicada por la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor a cada Junta Arbitral que estuviera implementada a nivel nacional y será publicada a través de los siguientes medios:
- a) En el tablón de anuncios de la sede de la Junta Arbitral de Consumo y de la entidad de la administración pública en la que se constituyó.
 - b) En el portal institucional de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor.
 - c) En el portal institucional del Gobierno Regional y/o Local donde se encuentre constituida la Junta Arbitral de Consumo, en caso contaran con dicho medio.
- 7.2. Adicionalmente, la adhesión al SISAC será difundida en cada uno de los locales del proveedor adherido.

Artículo 8.- Efectos de la Adhesión.

- 8.1. La adhesión al SISAC implica el sometimiento de parte del proveedor a las normas que regulan el Sistema de Arbitraje de Consumo previstas en Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el Decreto Supremo N° 046-2011-PCM y sus normas de implementación.
- 8.2. La adhesión al SISAC implica una oferta pública de sometimiento al SISAC en la resolución de controversias de consumo, por lo que a efectos de iniciar un procedimiento arbitral de consumo bastará la solicitud de arbitraje de un consumidor para demostrar la voluntad de ambas partes de someter su controversia a dicho sistema.
- 8.3. El arbitraje iniciado por adhesión al SISAC será de derecho. Sin perjuicio de ello, con anterioridad a que la Junta Arbitral de Consumo designe el órgano

arbitral competente, las partes podrán acordar válidamente que el arbitraje se decidirá en equidad o conciencia, de acuerdo al artículo 24 del Reglamento.

- 8.4. La adhesión al SISAC será única, entendiéndose realizada a todas las Juntas Arbitrales que conforman el SISAC, y tendrá una vigencia mínima de un [01] año.
- 8.5. En caso de no señalarse el plazo de adhesión, se entenderá que la oferta se ha realizado por tiempo indeterminado.

CAPÍTULO II

Signo Distintivo de Adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo

Artículo 9.- Distintivo de Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.

- 9.1. Una vez resuelta la adhesión del solicitante al SISAC, la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, a través de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, otorgará al proveedor adherido, la licencia de uso sobre el distintivo oficial de adhesión al SISAC.
- 9.2. Los proveedores adheridos al SISAC podrán utilizar en sus comunicaciones comerciales el distintivo oficial concedido, de acuerdo al reglamento y manuales de uso que le sean entregados.

CAPÍTULO III

Revocación de la Oferta Pública de Adhesión de parte del Proveedor

Artículo 10.- Revocación de la oferta pública de adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.

- 10.1. Los proveedores u organizaciones empresariales que se hubieran adherido al SISAC, podrán revocar dicha adhesión, y con ello la oferta pública que implica, por escrito ante la Junta Arbitral de Consumo correspondiente al territorio en el que el proveedor desarrolle principalmente su actividad, o ante la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor. Dicha revocatoria tendrá efectos después de cumplirse la vigencia mínima de un [1] año de la adhesión.

En caso la solicitud sea presentada ante una Junta Arbitral de Consumo, esta remitirá la misma a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, para el trámite correspondiente y su debida inscripción en el Registro de proveedores adheridos al SISAC.

Desde la fecha en que se produzca la comunicación de la revocatoria, el proveedor perderá el derecho a usar el distintivo oficial.

Si incumpliendo lo previsto en el párrafo anterior, el proveedor continuara utilizando el distintivo, se entenderán válidamente formalizados los convenios arbitrales por la mera presentación de la solicitud de arbitraje de consumo efectuada por el consumidor, si consta acreditado que ésta se formaliza durante el tiempo en el que el proveedor u organización empresarial utilizó el distintivo de adhesión al SISAC, aún cuando carezca del derecho a tal uso conforme a lo previsto en la presente Directiva.

- 10.2. La revocatoria tendrá efectos a partir de los treinta [30] días calendario de su comunicación a la Junta Arbitral o a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, salvo que en la solicitud de renuncia se establezca un plazo mayor, plazo durante el cual podrán presentarse válidamente solicitudes de arbitraje. Sin perjuicio de ello, en dicho plazo no podrá ser usado el distintivo oficial conforme a lo dispuesto en el numeral anterior.
- 10.3. La revocación no afectará a los convenios arbitrales válidamente formalizados con anterioridad a la fecha en que esta deba surtir efecto.

TÍTULO III

REGISTRO DE PROVEEDORES ADHERIDOS AL SISTEMA DE ARBITRAJE DE CONSUMO

Artículo 11.- Registro público de proveedores adheridos al Sistema Arbitral de Consumo.

- 11.1. Se crea el registro público de proveedores adheridos al SISAC, que será administrado por la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor.
- 11.2. El registro comunicará a todas las Juntas Arbitrales y a sus delegaciones de forma inmediata y en todo caso, en un plazo que no excederá de cinco [05] días calendario, las modificaciones registrales producidas.
- 11.3. La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y las Juntas Arbitrales de Consumo facilitarán el acceso a la información del registro público de proveedores adheridos al SISAC, que tendrá carácter público, de forma rápida y gratuita, especialmente por vía electrónica.

Anexo 1: FORMULARIO DE ADHESIÓN DEL PROVEEDOR AL SISTEMA de ARBITRAJE DE CONSUMO

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		
<input type="checkbox"/> Persona natural <input type="checkbox"/> Persona jurídica		
1.1. Datos del solicitante		
Nombre o denominación / Razón social		
Tipo de documento de identidad	N° Documento de identidad	NACIONALIDAD / PAÍS DE CONSTITUCIÓN
<input type="checkbox"/> RUC <input type="checkbox"/> DNI <input type="checkbox"/> Otros: ----- <input type="checkbox"/> CARNÉ DE EXTRANJERÍA		
Actividad		
DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: AVENIDA, CALLE, JIRÓN N°		
DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO
CORREO ELECTRÓNICO Y PÁGINA WEB DEL SOLICITANTE (DE CONTAR CON LOS MISMOS)	N° TELÉFONO	N° FAX
<input type="checkbox"/> Se adjunta copia literal emitida por registros públicos, de la constitución de la institución y sus modificatorias <input type="checkbox"/> Se adjunta ficha RUC		
1.2 Datos del representante o apoderad o (llenar sólo en el caso de con tar con representante)		
Nombre o denominación / Razón social		
Tipo de documento de identidad	N° Documento de identidad	N° RUC
<input type="checkbox"/> DNI <input type="checkbox"/> Otros: ----- <input type="checkbox"/> CARNÉ DE EXTRANJERÍA		
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ: AVENIDA, CALLE, JIRÓN N° (DOMICILIO PARA EFECTO DE NOTIFICACIONES)		
DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ	N° TELÉFONO	N° FAX



Se adjunta vigencia de poder del representante



Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:

SECCIÓN 2. MANIFIESTA

1°. Que mediante la firma de este documento se acepta la adhesión al Sistema Arbitral de Consumo, regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Decreto Supremo N° 046/2011-PCM y normas conexas y aplicables supletoriamente.

2°.- Autorizo a las Juntas Arbitrales de Consumo y a la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor a que utilicen los datos consignados en la oferta pública de adhesión que sean necesarios a efectos de la divulgación de publicidad y de la adhesión en el Registro de proveedores adheridas al Sistema y en el portal institucional de INDECOPÍ.

3°.- Que la adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo implica una oferta pública de someter los conflictos de consumo a la vía arbitral de consumo diseñada por la normativa citada en el numeral 1 precedente.

4°.- La oferta pública de sometimiento a la vía arbitral de consumo deberá ser entendida para el desarrollo de arbitrajes de derecho. Las partes podrán acordar que el arbitraje sea de equidad o conciencia, conforme a lo dispuesto en el artículo 24° del Reglamento.

5°.- Que esta oferta pública de adhesión se considere:

Indefinida

Temporal por periodo de..... (no inferior a un año)

SECCIÓN 5. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)

Nombre del firmante

Jueves, 04 de mayo de 2017

**INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y
DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

**Aprueban Directiva N° 007-2017-DIR-COD-INDECOPI
denominada “Directiva que regula la delegación de facultades
de difusión y educación en materia de protección al consumidor
previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor”**

**RESOLUCIÓN DE LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO DIRECTIVO
DEL INDECOPI N° 077-2017-INDECOPI-COD**

Lima, 24 de abril de 2017

CONSIDERANDO:

Que, el literal l) del artículo 5 del Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033, y el literal o) del artículo 5 del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por el Decreto Supremo N° 009-2009-PCM y modificado por el Decreto Supremo N° 107-2012-PCM, establecen como funciones del Consejo Directivo del Indecopi, además de las expresamente establecidas en la referida Ley, aquellas otras que le sean encomendadas por normas sectoriales y reglamentarias;

Que, el primer párrafo del artículo 105 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, modificado por el Decreto Legislativo N° 1308, establece que el Indecopi es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones en materia de protección al consumidor, así como para imponer sanciones y medidas correctivas conforme al ordenamiento vigente;

Que, el segundo párrafo del artículo 105 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, modificado por el Decreto Legislativo N° 1308, establece que para la cobertura a nivel nacional el Indecopi, previo acuerdo de su Consejo Directivo, puede celebrar convenios con instituciones públicas o privadas debidamente reconocidas para, de acuerdo a sus capacidades, efectuar la delegación de facultades;

Que, el numeral 8 del artículo VI de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece que el Estado procura y promueve una cultura de protección al consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los

proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor;

Que, el artículo 135 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece que el Indecopi en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, ejerce las atribuciones y funciones que le confieren las leyes para velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el presente Código, sin perjuicio de las atribuciones y autonomía de los demás integrantes del sistema;

Que, el artículo 136 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece que son funciones del Indecopi el ejecutar la política nacional de protección al consumidor y el Plan Nacional de Protección de los Consumidores, así como fortalecer y ejecutar acciones necesarias para fortalecer la protección del consumidor y los mecanismos para la defensa de sus derechos;

Que, de acuerdo con lo establecido en el Eje de Política 1 de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, aprobada por Decreto Supremo N° 006-2017-PCM, constituye un objetivo del Estado fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para tomar mejores decisiones de consumo;

Que, el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017 - 2020, aprobado por Decreto Supremo N° 024-2017-PCM, también reconoce como primer objetivo estratégico general el fomentar que los agentes del mercado conozcan los derechos de los consumidores y dispongan de información relevante para mejores decisiones de consumo,

Que, mediante Informe N° 0012-2017/GOR-INDECOPI se ha planteado al Consejo Directivo la necesidad de establecer una Directiva que regula la delegación de facultades de difusión y educación en materia de protección al consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, la misma que deberá tener en cuenta las disposiciones legislativas referidas anteriormente;

Que, atendiendo a lo expuesto, el Consejo Directivo ha considerado pertinente emitir una Directiva que regula la delegación de facultades de difusión y educación en materia de protección al consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor;

Estando al Acuerdo 034-2017 adoptado por el Consejo Directivo de la Institución en sesión de fecha 17 de abril de 2017;

De conformidad con lo establecido en los literales f) y h) del numeral 7.3 del artículo 7 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033;

RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la Directiva N° 007-2017-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que regula la delegación de facultades de difusión y educación en materia de protección al consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor”, la misma que forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer la publicación de la Directiva en el portal electrónico del Indecopi <http://www.indecopi.gob.pe> y en el Diario Oficial El Peruano.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

IVO GAGLIUFFI PIERCECHI
Presidente del Consejo Directivo

DIRECTIVA N° 007-2017-DIR-COD-INDECOPI

DIRECTIVA QUE REGULA LA DELEGACIÓN DE FACULTADES DE DIFUSIÓN Y EDUCACIÓN EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR PREVISTO EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

I. OBJETO

- 1.1. La presente Directiva tiene por objeto establecer reglas para la delegación de facultades de difusión y educación en el marco de lo dispuesto por el Artículo 105 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, modificado por el Artículo 1 del Decreto legislativo N° 1308.

II. BASE LEGAL

- 2.1. Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- 2.2. Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del INDECOPI.
- 2.3. Decreto Legislativo 1033, Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.
- 2.4. Decreto Supremo 009-2009-PCM, Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.

III. FINALIDAD

- 3.1. La presente directiva tiene como finalidad mejorar el acceso de los usuarios a información sobre temas relacionados a protección y defensa del consumidor.

IV. ÁMBITO DE APLICACIÓN

- 4.1. La presente directiva será de aplicación a las asociaciones de consumidores, colegios profesionales, universidades y otras instituciones públicas o privadas, que soliciten a INDECOPI la delegación de facultades de difusión y educación en temas relacionados con protección y defensa del consumidor.

V. REQUISITOS

- 5.1. Las asociaciones de consumidores, colegios profesionales, universidades y otras instituciones públicas o privadas, que soliciten a INDECOPI la delegación de facultades de difusión y educación en temas relacionados con protección y defensa del consumidor deberán cumplir con los siguientes requisitos:
 - a) Tener al menos un [1] año de constituida o creada según el caso.
 - b) No haber sido objeto de sanciones por infracciones a las normas de protección al consumidor relacionadas con intereses colectivos y difusos durante al menos dos [2] años antes de la solicitud de delegación de facultades de difusión y educación.
 - c) No ser reincidentes en infracciones a las normas de protección al consumidor.
 - d) No estar inhabilitado para contratar con el estado.

- e) No contar entre sus directivos o miembros que se encuentren inscritos en el Registro de Sanciones e Inhabilitaciones del Estado.
- f) Contar con la infraestructura, recursos humanos y financieros y la capacidad logística necesaria para las acciones de difusión y educación, según sea el caso.

5.2. La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor será la encargada de verificar el cumplimiento de los presentes requisitos.

VI. LA ESCUELA NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

6.1. La Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual cuyas actividades se orienten a la formación y especialización de profesionales en las distintas materias temáticas de competencia del INDECOPI; tiene las siguientes facultades en el marco de la presente directiva:

- a) Impartir el Curso de formación de formadores para la delegación de facultades de difusión y educación para las entidades que cumplan los requisitos previamente mencionados, al menos dos (2) veces al año.
- b) Realizar la evaluación y la calificación de los participantes del Curso de formación de formadores para la delegación de facultades de difusión y educación, para lo cual elaborará el reglamento correspondiente.
- c) Otorgar la certificación del Curso de formación de formadores para la delegación de facultades de difusión y educación a las entidades que hubiesen aprobado el mismo de acuerdo al reglamento.
- d) Coadyuvar en el desarrollo de la malla curricular de los programas de educación que impartan las entidades certificadas que hayan suscrito convenios de delegación de facultades de difusión y educación, en el marco de la presente directiva.

VII. CONVENIOS DE DELEGACIÓN DE FACULTADES DE DIFUSIÓN Y EDUCACIÓN

7.1. Las instituciones que obtengan la certificación otorgada por la Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual estarán aptas para suscribir un convenio de delegación de facultades de difusión y educación con el INDECOPI.

En este convenio se establecerán las condiciones necesarias para asumir las facultades delegadas, así como las obligaciones a las que se encontrarán sometidas ambas partes.

7.2. Será causales de resolución del convenio:

- a) No presentar los informes de actividades de difusión y educación establecidos en el convenio.
- b) No realizar actividades de difusión y educación por el periodo de un año.
- c) No cumplir las metas específicas de difusión y educación establecidas en el convenio.
- d) A solicitud de una de las partes, siempre y cuando se remita comunicación escrita a la otra parte, manifestando dicho propósito, con 30 días calendario de anticipación, cumpliendo además con las obligaciones establecidas en el convenio para conclusión de la delegación de facultades.
- e) Otras causales definidas en el convenio.

7.3. Los convenios tendrán una duración inicial de dos años y podrán ser renovados por periodos de un año, previo acuerdo de ambas partes.

7.4. La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor será el coordinador de los convenios que se suscriban en virtud a la presente directiva.

VIII. DISPOSICIONES FINALES

8.1. El Indecopi implementará y ejecutará mecanismos de monitoreo y supervisión de las actividades de difusión y educación desarrolladas por las instituciones públicas y privadas, en aplicación de la presente directiva, de forma inopinada.

8.2. El Indecopi mantendrá el ejercicio de sus facultades de difusión y educación a nivel nacional, sin perjuicio de delegación de facultades otorgadas en el marco de la presente directiva.

8.3. La suscripción y ejecución de los convenios de delegación de facultades no conllevará transferencia de fondos a las instituciones públicas o privadas; ni irrogará gasto alguno al Indecopi.

IX. VIGENCIA

La presente Directiva entra en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.



PERÚ

Ministerio de Justicia
y Derechos Humanos

NORMAS COMPLEMENTARIAS

➔ SENTENCIA DEL
TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

Declaran fundada demanda e inconstitucional el Decreto de Urgencia N° 061-2010

EXPEDIENTE N° 00028-2010-PI-TC

[Publicado: 09-04-2011]

CONCORDANCIA:

Sentencia del Tribunal Constitucional Expediente N° 00028-2010-PI-TC

Declaran improcedente aclaración de sentencia que declaró inconstitucional el Decreto de Urgencia N° 061-2010

EXPEDIENTE N° 00028-2010-PI/TC LIMA

YONHY LESCANO ANCIETA
APODERADO DE CONGRESISTAS DE LA REPÚBLICA

SENTENCIA DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

En Lima, a los 4 días del mes de abril de 2011, el Pleno del Tribunal Constitucional, integrado por los magistrados Mesía Ramírez, Álvarez Miranda, Vergara Gotelli, Beaumont Callirgos, Calle Hayen, Eto Cruz y Urviola Hani, pronuncia la siguiente sentencia

ASUNTO

Proceso de inconstitucionalidad interpuesto por don Yonhy Lescano Ancieta y otros congresistas de la República, que en conjunto superan el veinticinco por ciento del número legal de congresistas, contra el Decreto de Urgencia N° 061-2010, emitido por el Poder Ejecutivo y publicado en el diario oficial El Peruano con fecha 5 de septiembre de 2010, que determina los alcances del numeral 54.1 del artículo 54 y del numeral 66.7 del artículo 66 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

ANTECEDENTES

Argumentos de la demanda

Con fecha 15 de octubre de 2010, don Yonhy Lescano Ancieta y otros congresistas, que en conjunto superan el veinticinco por ciento del número legal de congresistas, demandan la inconstitucionalidad del Decreto de Urgencia N° 061-2010, que

determina los alcances del numeral 54.1 del artículo 54 y del numeral 66.7 del artículo 66 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, por considerar que vulnera el inciso 19 del artículo 118 de la Constitución; así como el inciso 1] del artículo 102, sobre la atribución del Congreso de dar leyes; el artículo 65 que establece el deber del Estado de defender el interés de los consumidores y usuarios; entre otras disposiciones constitucionales.

Señalan los demandantes que el Presidente de la República promulgó el 1 de septiembre de 2010 el Código de Protección y Defensa del Consumidor, que fue publicado al día siguiente en el diario oficial “El Peruano”. Sin embargo, tres días después [el 5 de septiembre de 2010] fue publicado en “El Peruano” el Decreto de Urgencia materia del presente proceso de inconstitucionalidad, que, bajo la apariencia de determinar los alcances de los numerales 54.1 del artículo 54 y del numeral 66.7 del artículo 66 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, dispone en realidad la inconstitucional modificación de dicho Código.

Citan al respecto los demandantes las referidas disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor:

“Artículo 54.- Aprobación de cláusulas generales de contratación

54.1. En el caso de los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos, sujetos o no a regulación económica, la aprobación administrativa de las cláusulas generales de contratación está a cargo del organismo regulador competente, conforme a la ley de la materia y a las disposiciones que emita para dicho efecto”.

“Artículo 66.- Garantía de protección a los usuarios de servicios públicos regulados

66.7. Los consumidores del servicio de transporte nacional en cualquier modalidad pueden endosar o transferir la titularidad del servicio adquirido a favor de otro consumidor plenamente identificado o postergar la realización del servicio en las mismas condiciones pactadas, pudiendo ser considerado como parte de pago según lo pactado, debiendo comunicar ello de manera previa y fehaciente al proveedor del servicio con una anticipación no menor a veinticuatro [24] horas de la fecha y hora prevista para la prestación del servicio, asumiendo los gastos únicamente relacionados con la emisión del nuevo boleto, los cuales no deben ser superiores al costo efectivo de dicha emisión”.

Por su parte, el Decreto de Urgencia N° 061-2010, objeto de este proceso constitucional, modifica, a juicio de los demandantes, el citado Código, con los siguientes términos:

“Artículo 1.- Determina alcance del numeral 54.1 del artículo 54 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

El numeral 54.1 del artículo 54 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, está referido únicamente a los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos sujetos a regulación económica.

Artículo 2.- Determina alcance del numeral 66.7 del artículo 66 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

- 2.1. Los derechos de endoso, transferencia y postergación contemplados en el numeral 66.7 del artículo 66, de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, se ejercen siempre que sean parte de las condiciones pactadas con los consumidores.
- 2.2. Las empresas prestadoras de servicios de transporte nacional deben cumplir con informar previamente y de manera clara las condiciones para el ejercicio de los derechos de endoso, transferencia y postergación”.

De esta forma, según los demandantes, el Decreto de Urgencia cuestionado ha realizado dos modificaciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor, bajo el “eufemismo” de “determinación de alcances”: en el numeral 54.1 del artículo 54, referido a la aprobación administrativa de cláusulas generales de contratación en contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos; y en el numeral 66.7 del artículo 66, referido a los derechos de endoso, transferencia y postergación de boletos en el servicio de transporte público de pasajeros de cualquier modalidad.

Así, mientras que el numeral 54.1 del artículo 54 del Código disponía que las cláusulas generales de las empresas prestadoras de servicios públicos fueran aprobadas en todos los casos por el organismo regulador competente, se trate de servicios sujetos o no a regulación económica, el Decreto de Urgencia cuestionado [artículo 1] restringe tal aprobación únicamente a las empresas de servicios públicos sujetos a regulación económica, con lo cual modifica el Código en forma encubierta, restringiendo sus alcances y realizando un vaciamiento de su contenido jurídico.

Con relación a los derechos de endoso, transferencia y postergación, contemplados en el numeral 66.7 del artículo 66 del Código, el referido Decreto de Urgencia

señala, en su artículo 2, que estos derechos se “ejercen siempre que sean parte de las condiciones pactadas con los consumidores”, con lo cual en realidad anula la disposición del Código, pues no alcanzará a regir en el ordenamiento jurídico, por más que esté en vigencia, ya que será una disposición que las empresas prestadoras de servicios de transporte nacional nunca incorporarán en sus contratos de adhesión, pues ellos mismos los configuran e imponen al momento de contratar con los consumidores.

Alegan los demandantes que el citado Decreto de Urgencia fue expedido sin cumplir los supuestos habilitantes previstos en el inciso 19 del artículo 118 de la Constitución, dado que no existía una circunstancia extraordinaria, imprevisible y que ponga en peligro la economía nacional o las finanzas públicas.

A juicio de los demandantes, el camino correcto que el Poder Ejecutivo debió seguir para modificar el Código en los aspectos contenidos en el Decreto de Urgencia N° 061-2010, era enviar al Congreso de la República un Proyecto de Ley en tal sentido, al amparo de los artículos 107 y 105 [parte final] de la Constitución. Asimismo, el Presidente de la República tiene la potestad de solicitar que el Congreso le conceda la facultad de legislar a través de Decreto Legislativo. Además, el Presidente de la República lejos de presentar observación alguna sobre el Código de Protección y Defensa del Consumidor, lo promulgó el 1 de septiembre de 2010.

También, los demandantes sustentan que el Decreto de Urgencia N° 061-2010 no cumple con los criterios para el dictado de decretos de urgencia señalados en la Sentencia recaída en el Expediente N° 0025-2008-PI/TC. Entre otros criterios, mencionan la transitoriedad, para indicar que el Decreto de Urgencia N° 061-2010 no cumple con ello, pues su contenido normativo no es transitorio, sino por el contrario, tiene “vocación de permanencia en el ordenamiento jurídico, es decir presenta un ánimo de modificar inconstitucionalmente lo regulado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor, de manera permanente e indefinida”.

Argumentos de la contestación de la demanda

Con fecha 20 de diciembre de 2010, la Procuraduría Pública especializada en materia constitucional del Ministerio de Justicia contesta la demanda, solicitando que sea declarada infundada por los siguientes argumentos:

El establecimiento de las tarifas económicas y/o promocionales por parte de las aerolíneas, ha tenido éxito respecto del incremento de las ventas de pasajes aéreos nacionales y este logro depende del hecho de que los boletos aéreos adquiridos a tarifas económicas y/o promocionales mantengan como términos para su venta las condiciones de:

- a. No transferibles, y
- b. No estar sujetos a cambio de fecha.

La aprobación del numeral 66.7 del artículo 66 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, implica que las empresas estarían impedidas de aplicar en sus términos de venta la prohibición de transferencia y de cambio de fecha. Sin embargo, la libre transferencia de la titularidad de pasajes ofrecidos a tarifas económicas y/o promocionales, constituye un incentivo para que personas inescrupulosas efectúen la compra indiscriminada de este tipo de pasajes, con la única finalidad de lucrar con la reventa de los mismos, encareciéndose así el costo real pagado por el usuario.

En consecuencia, la transferencia de la titularidad de los pasajes ocasionaría informalidad en el servicio de transporte, en razón de que existe la posibilidad de que un tercero ajeno a la relación contractual incremente los precios de los pasajes obteniendo una ganancia económica en desmedro de los usuarios, de las empresas de transporte y del Estado. Asimismo, el tercero ajeno a la relación contractual se beneficiaría económicamente y no asumiría responsabilidad frente a los usuarios por los problemas presentados durante la prestación del servicio, trasladando dichas responsabilidades a las empresas de transportes.

También, liberar la venta de pasajes adquiridos a tarifas económicas y/o promocionales, generaría incertidumbre a las empresas sobre la cantidad de asientos ocupados por fecha. Esta situación limitaría la posibilidad de las empresas de transporte de colocar asientos a tarifas económicas y/o promocionales, mientras no se confirme la utilización de los asientos vendidos. Dicha situación juega en contra de los intereses de los consumidores finales, a quienes el Código de Protección y Defensa del Consumidor pretende proteger.

En resumen, la problemática descrita amenaza el correcto funcionamiento del mercado de transporte aéreo, por la posibilidad de generar un mercado paralelo o informal en la venta de pasajes, así como el desincentivo para la provisión de tarifas económicas y/o promocionales, problemas que afectarían además a otros tipos de transporte como el transporte acuático y terrestre.

Respecto a la aprobación administrativa de cláusulas generales de contratación, prevista en el numeral 54.1 del artículo 54 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, era necesario precisar que ello será exigible respecto a los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos sujetos a regulación económica, dado que los Organismos Supervisores carecen de competencias en el caso de servicios no regulados, en los que las relaciones comerciales deben regirse por las reglas de la oferta y la demanda.

También, el demandando argumenta que se ha cumplido con los criterios para la expedición de un Decreto de Urgencia, contenidos en la Sentencia recaída en el Expediente N° 008-2003-AI/TC.

Así, el demandado considera que la excepcionalidad se justifica en que el Decreto de Urgencia N° 061-2010 “está orientado a revertir una situación extraordinaria e imprevisible que se genere debido a que en la fórmula legal del Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobada por el Parlamento, se han incorporado disposiciones, que no corresponde a la finalidad del Código antes aludido y que afectaría negativamente la eficiencia y el crecimiento de uno de los sectores más dinámicos de nuestra economía como es el transporte de pasajeros, que a su vez tiene un impacto directo en otros sectores económicos como el turismo y hotelería [...] con la dación del Decreto de Urgencia N° 061-2010, se determinó ciertos criterios para ser aplicados de manera adecuada y urgente, sin retrasar la vigencia del Código de Protección y Defensa del Consumidor, a fin de evitar consecuencias de imposible reparación ulterior”.

Respecto al criterio de transitoriedad, el demandado sostiene que las medidas extraordinarias aplicadas por el Decreto de Urgencia N° 061-2010 “no deben mantenerse vigente por un tiempo mayoral estrictamente necesario para revertir la coyuntura adversa. En este aspecto, las [...] disposiciones [del Decreto de Urgencia N° 061-2010] tendrán vigencia en tanto se mantenga la situación adversa que las originaron, a fin de evitar un perjuicio grave e irreparable al mercado de transporte de pasajeros, así como también al sector de turismo y hotelería. Es por tal razón, que el Poder Ejecutivo remitirá al Congreso de la República, “iniciativas legislativas” tendentes a reglamentar y efectuar las modificaciones a las que hubiera lugar para complementar el Código de Consumo y asegurar el eficaz y correcto desarrollo del mercado en los sectores transporte de pasajeros, turismo y hotelería”.

También, respecto al criterio de generalidad, el demandando señala que se cumple con este requisito, ya que “es de interés nacional y no de ciertos grupos económicos, como mal se podría especular, la ejecución de medidas inmediatas para prevenir la afectación negativa a la competitividad del mercado de transportes de pasajeros, con las consiguientes consecuencias irreparables en los sectores de turismo y hotelería”.

FUNDAMENTOS

Delimitación del petitorio

1. Los demandantes plantean el presente proceso de inconstitucionalidad contra el Decreto de Urgencia N° 061-2010, alegando que, bajo la supuesta

figura de “determinar los alcances” de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en realidad se pretende modificar el numeral 54.1 del artículo 54 y el numeral 66.7 del artículo 66 de dicho Código, mediante un Decreto de Urgencia que resulta inconstitucional, pues no existe una circunstancia extraordinaria, imprevisible y que ponga en peligro la economía nacional o las finanzas públicas que lo justifique, además que no cumple con otros requisitos exigibles a todo decreto de urgencia. En todo caso, el Poder Ejecutivo tenía instrumentos constitucionales si se encontraba en desacuerdo con el Código aprobado por el Congreso, como son haberlo observado antes del promulgarlo o proponer su modificación enviando un proyecto de ley al Congreso o solicitarle facultades legislativas delegadas para modificar el Código vía Decreto Legislativo.

Decreto de Urgencia y Estado Constitucional

2. Como este Colegiado ha señalado, “es un lugar común reconocer, dentro de la teoría constitucional, que el principio de la división de poderes [reconocido en el tercer párrafo del artículo 43 de la Constitución] no se condice más con una tesis monovalente de las funciones correspondientes a cada uno de los poderes del Estado, según la cual, a cada uno de ellos corresponde una función específica no susceptible de ser ejercida por los demás, bajo cargo de quebrantar el principio de independencia y autonomía de los poderes estatales que sirve de garantía contra la instauración del Estado absoluto. En efecto, hoy se reconoce que esta garantía no supone una férrea impenetrabilidad entre los poderes estatales, sino un equilibrio entre los mismos, expresado en la mutua fiscalización y colaboración. De ahí que el ejercicio de la función legislativa [por antonomasia, parlamentaria] por parte del ejecutivo, no sea, per se, contraria al Estado social y democrático de derecho, siempre que sea llevada a cabo conforme con las reglas que, para dicho efecto, contemple la propia Carta Fundamental” [Expediente N° 0008-2003-AI/TC, fundamento 57]. Así, tratándose de la impugnación de normas con rango legal expedidas por el Ejecutivo, además de la evaluación de su constitucionalidad sustancial, esto es, de su compatibilidad con los requisitos de orden material exigidos por la Ley Fundamental, resulta de particular relevancia la evaluación de su constitucionalidad formal; es decir, de su adecuación a los criterios de índole procedimental establecidos en la propia Constitución.
3. En el caso de los decretos de urgencia, los requisitos formales son tanto previos como posteriores a su promulgación. Así, el requisito ex ante está constituido por el refrendo del Presidente del Consejo de Ministros (inciso 3 del artículo 123 de la Constitución), mientras que el requisito ex post

lo constituye la obligación del Ejecutivo de dar cuenta al Congreso de la República, de acuerdo con lo previsto por el inciso 19 del artículo 118 de la Constitución, en concordancia con el procedimiento contralor a cargo del Parlamento, contemplado en la norma de desarrollo constitucional contenida en el artículo 91 del Reglamento del Congreso.

Del análisis de autos, es posible concluir que el Decreto de Urgencia N° 061-2010 ha sido expedido en observancia de las reglas formales constitucionalmente previstas en nuestro ordenamiento.

4. En lo que respecta a los criterios sustanciales, este Colegiado, a través del sentencia recaída en el Expediente N° 0008-2003-AI/TC, y en particular en su fundamento 59, ha dejado claramente establecido que “la legitimidad de los decretos de urgencia debe ser determinada sobre la base de la evaluación de criterios endógenos y exógenos a la norma, es decir, del análisis de la materia que regula y de las circunstancias externas que justifiquen su dictado. En cuanto al primer tópico, el propio inciso 19 del artículo 118 de la Constitución establece que los decretos de urgencia deben versar sobre “materia económica y financiera”.
5. Este requisito, interpretado bajo el umbral del principio de separación de poderes, exige que dicha materia sea el contenido y no el continente de la disposición, pues en sentido estricto pocas son las cuestiones que, en última instancia, no sean reconducibles hacia el factor económico, quedando en todo caso proscriba, por imperativo del propio parámetro de control constitucional, la materia tributaria [párrafo tercero del artículo 74 de la Constitución]. Escaparía a los criterios de razonabilidad, empero, exigir que el tenor económico sea tanto el medio como el fin de la norma, pues en el común de los casos la adopción de medidas económicas no es sino la vía que auspicia la consecución de metas de otra índole, fundamentalmente sociales.

El análisis conjunto de las disposiciones del Decreto de Urgencia N° 061-2010, permite concluir que éste versa sobre materia económica, pues adopta medidas que inciden en el mercado [de prestación de servicios públicos y de servicios de transporte nacional], con el propósito de la “protección y defensa de los consumidores”, según declara el mismo Decreto en el segundo párrafo de su parte considerativa; tal como este Colegiado ha podido apreciar en otro caso en que el decreto de urgencia incidía en el mercado y los consumidores o usuarios, como en el Expediente N° 0008-2003-AI/TC (fundamento 59). En tal sentido, la norma trata sobre la materia constitucionalmente exigida.

6. Asunto distinto, sin embargo, es determinar si las circunstancias fácticas que, aunque ajenas al contenido propio de la norma, sirvieron de justificación a su promulgación, respondían a las exigencias previstas por el inciso 19 del artículo 118 de la Constitución, interpretado sistemáticamente con el inciso c) del artículo 91 del Reglamento del Congreso. De dicha interpretación se desprende que el decreto de urgencia debe responder a los siguientes presupuestos habilitantes, contenidos en la jurisprudencia de este Tribunal [cfr. Exps. N°s. 0008-2003-AI/TC (fundamento 60), 00025-2008-PI/TC (fundamento 5), 00007-2009-PI/TC (fundamento 9)]:
- a. **Excepcionalidad:** La norma debe estar orientada a revertir situaciones extraordinarias e imprevisibles, condiciones que deben ser evaluadas en atención al caso concreto y cuya existencia, desde luego, no depende de la “voluntad” de la norma misma, sino de datos fácticos previos a su promulgación y objetivamente identificables. Ello sin perjuicio de reconocer, tal como lo hiciera el Tribunal Constitucional español, en criterio que este Colegiado sustancialmente comparte, que “en principio, y con el razonable margen de discrecionalidad, es competencia de los órganos políticos determinar cuándo la situación, por consideraciones de extraordinaria y urgente necesidad, requiere el establecimiento de una norma” [STC N° 29/1982, F.J. 3].
 - b. **Necesidad:** Las circunstancias, además, deberán ser de naturaleza tal que el tiempo que demande la aplicación del procedimiento parlamentario para la expedición de leyes [iniciativa, debate, aprobación y sanción], pudiera impedir la prevención de daños o, en su caso, que los mismos devengaran en irreparables.
 - c. **Transitoriedad:** Las medidas extraordinarias aplicadas no deben mantener vigencia por un tiempo mayor al estrictamente necesario para revertir la coyuntura adversa.
 - d. **Generalidad:** El principio de generalidad de las leyes que, conforme se ha tenido oportunidad de precisar en el Caso Colegio de Notarios de Lima [Expedientes Acumulados N°s. 0001-2003-AI/TC y 0003-2003-AI/TC, fundamento 6 y ss.], puede admitir excepciones, alcanza especial relevancia en el caso de los Decretos de Urgencia, pues tal como lo prescribe el inciso 19 del artículo 118 de la Constitución, debe ser el “interés nacional” el que justifique la aplicación de la medida concreta. Ello quiere decir que los beneficios que depara la aplicación de la medida no pueden circunscribir sus efectos en intereses determinados, sino por el contrario, deben alcanzar a toda la comunidad.

- e. **Conexidad:** Debe existir una reconocible vinculación inmediata entre la medida aplicada y las circunstancias extraordinarias existentes. En tal sentido, este Tribunal comparte el criterio de su homólogo español cuando afirma que la facultad del Ejecutivo de expedir decretos de urgencia no le autoriza a incluir en él “cualquier género de disposiciones: ni aquellas que por su contenido y de manera evidente, no guarden relación alguna [...] con la situación que se trata de afrontar ni, muy especialmente aquellas que, por su estructura misma, independientemente de su contenido, no modifican de manera instantánea la situación jurídica existente, pues de ellas difícilmente podrá predicarse la justificación de la extraordinaria y urgente necesidad” (STC N° 29/1982, F.J. 3).

Las medidas extraordinarias y los beneficios que su aplicación produzcan deben pues surgir del contenido mismo del decreto de urgencia y no de acciones diferidas en el tiempo, pues ello sería incongruente con una supuesta situación excepcionalmente delicada.

Análisis de la constitucionalidad del Decreto de Urgencia N° 061-2010

7. La aplicación de los presupuestos habilitantes indicados en el fundamento precedente al Decreto de Urgencia N° 061-2010, demuestra que éste es inconstitucional por los siguientes motivos:
- a) La Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, fue debatida y aprobada en el Congreso de la República y luego remitida al Presidente de la República para su promulgación -como ordena el procedimiento constitucional-, por lo que el Poder Ejecutivo tuvo pleno conocimiento de su contenido y sus consecuencias antes de su promulgación. Previamente a promulgar tal Código, si el Presidente de la República tenía objeciones sobre la ley aprobada -como las que le han llevado a dictar el cuestionado Decreto de Urgencia N° 061-2010- pudo presentar sus observaciones al Congreso, en ejercicio de la facultad presidencial prevista en el artículo 108 de la Constitución. No obstante, el Presidente de la República promulgó el Código de Protección y Defensa del Consumidor, para, tres días después, dictar el Decreto de Urgencia cuestionado, conteniendo las medidas que, a juicio del Ejecutivo, perfeccionan dicho Código.
 - b) Estas circunstancias hacen que las medidas adoptadas por el Decreto de Urgencia N° 061-2010 no cumplan con las características de

excepcionalidad, imprevisibilidad y urgencia a las que se ha hecho referencia.

En efecto, no pueden resultar excepcionales e imprevisibles las consecuencias de una ley debatida y aprobada por el Congreso, que el Poder Ejecutivo conocía antes de su promulgación y estuvo en posibilidad de observarla conforme al artículo 108 de la Constitución.

- c) No siendo ni extraordinarias ni imprevisibles las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, no es razonable afirmar que constituye un peligro esperar la aplicación del procedimiento parlamentario legislativo para evitar los supuestos daños que el Poder Ejecutivo intenta evitar con el dictado del Decreto de Urgencia aquí impugnado.
- d) Del mismo modo, el Decreto de Urgencia N° 061-2010 no cumple con el criterio de transitoriedad. En efecto, del texto del Decreto de Urgencia cuestionado no se advierte cuál es el tiempo estrictamente necesario para revertir la coyuntura adversa que justifique la vigencia de dicho Decreto. Más bien, el Decreto de Urgencia interpreta -según analizaremos más adelante- dos disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, teniendo tal interpretación aparte un carácter indefinido [“vocación de permanencia” le llaman los demandantes].
- e) Una prueba de la falta de transitoriedad de las medidas adoptadas por el Decreto de Urgencia N° 061-2010, es que el Poder Ejecutivo señale, al contestar la demanda, que “remitirá” al Congreso de la República “iniciativas legislativas tendentes a reglamentar y efectuar las modificaciones a las que hubiera lugar para complementar el Código de Consumo”. Como puede apreciarse, para el Ejecutivo no parecen ser transitorias las medidas adoptadas con el Decreto de Urgencia cuestionado, pues no indica que “ha remitido”, sino que “remitirá” iniciativas legislativas al Congreso, y ni siquiera para recoger en una ley el contenido del Decreto de Urgencia N° 061-2010, sino para las modificaciones “a las que hubiera lugar para complementar el Código de Consumo”. Con ello puede concluirse que las disposiciones del Decreto de Urgencia N° 061-2010 revisten un carácter indefinido, contrario a la transitoriedad que debe caracterizar a todo decreto de urgencia.

8. Las objeciones del Poder Ejecutivo al Código de Protección y Defensa del Consumidor luego de la promulgación presidencial, pueden ser canalizadas

a través de un proyecto de ley modificatorio enviado al Congreso de la República, que incluso el Poder Ejecutivo puede remitir con carácter de urgencia [artículo 105 de la Constitución]. También, el Poder Ejecutivo podría modificar dicho Código mediante decreto legislativo, con ocasión de la delegación de facultades legislativas que le haya hecho el Congreso, en los términos del artículo 104 de la Constitución.

9. No declarar la inconstitucionalidad del Decreto de Urgencia N° 061-2010, implicaría el riesgo de sentar como antecedente que el Poder Ejecutivo pueda intentar el incumplimiento de una ley vía decreto de urgencia, no obstante que, como en este caso, pudo formularle observaciones antes de promulgarla o, posteriormente, pudo remitir un proyecto de ley al Congreso a fin de que se debata su modificación o recibir facultades legislativas delegadas del Congreso para tal efecto. De no realizarse el control de constitucionalidad por este Colegiado, el ejercicio de las facultades legislativas del Poder Ejecutivo mediante decretos de urgencia contravendría las reglas que al respecto contempla la Constitución, en clara vulneración del equilibrio de poderes, según se ha sustentado en el fundamento 2, supra, y del deber del Ejecutivo de cumplir y hacer cumplir las leyes, conforme al artículo 118, inciso 1, de la Constitución.

Sobre la incidencia del Decreto de Urgencia N° 061-2010 en el Código de Protección y Defensa del Consumidor

10. Sin perjuicio de la inconstitucionalidad del Decreto de Urgencia impugnado por incumplimiento de los mencionados presupuestos habilitantes, en tanto que los demandantes alegan que éste estaría modificando el Código de Protección y Defensa del Consumidor, se hace necesario comparar ambas normas, a fin de poder advertir la real incidencia que tiene el Decreto de Urgencia materia del presente proceso de inconstitucionalidad sobre el mencionado Código:

<p style="text-align: center;">Ley N° 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor”</p>	<p style="text-align: center;">Decreto de Urgencia N° 061-2010 “Determinan los alcances de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor”</p>
<p>Artículo 54.- Aprobación de cláusulas generales de contratación 54.1 En el caso de los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos, sujetos o no a regulación económica, la aprobación administrativa de las cláusulas generales de contratación está a cargo del organismo regulador competente, conforme a la ley de la materia y a las disposiciones que emita para dicho efecto [subrayado nuestro].</p>	<p>Artículo 1.- Determina alcance del numeral 54.1 del artículo 54 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor El numeral 54.1 del artículo 54 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, está referido <u>únicamente</u> a los contratos de consumo celebrados por las empresas prestadoras de servicios públicos <u>sujetos a regulación económica</u> [subrayado nuestro].</p>
<p>Artículo 66.- Garantía de protección a los usuarios de servicios públicos regulados 66.7 Los consumidores del servicio de transporte nacional en cualquier modalidad pueden endosar o transferir la titularidad del servicio adquirido a favor de otro consumidor plenamente identificado o postergar la realización del servicio en las mismas condiciones pactadas, pudiendo ser considerado como parte de pago según lo pactado, debiendo comunicar ello de manera previa y fehaciente al proveedor del servicio con una anticipación no menor a veinticuatro [24] horas de la fecha y hora prevista para la prestación del servicio, asumiendo los gastos únicamente relacionados con la emisión del nuevo boleto, los cuales no deben ser superiores al costo efectivo de dicha emisión.</p>	<p>Artículo 2.- Determina alcance del numeral 66.7 del artículo 66 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor 2.1 Los derechos de endoso, transferencia y postergación contemplados en el numeral 66.7 del artículo 66, de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, se ejercen siempre que sean parte de las condiciones pactadas con los consumidores [subrayado nuestro]. 2.2 Las empresas prestadoras de servicios de transporte nacional deben cumplir con informar previamente y de manera clara las condiciones para el ejercicio de los derechos de endoso, transferencia y postergación.</p>

11. Conforme al artículo 6 del Decreto Supremo N° 008-2006-JUS, Reglamento de la Ley Marco para la Producción y Sistematización Legislativa, el título de una norma legal constituye parte integrante de su texto, expresa su alcance integral y permite su interpretación. Asimismo, el artículo 23 de dicho Decreto Supremo señala que los artículos de las normas deben ser precedidos por un epígrafe que resuma el contenido o la materia a que se refieren.

12. El Decreto de Urgencia N° 061-2010 lleva por título: “Determinan los alcances de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor”. Por su parte, los epígrafes del artículo 1 y del artículo 2 del mencionado Decreto de Urgencia, señalan que determinan los alcances, respectivamente, del numeral 54.1 del artículo 54 y del numeral 66.7 del artículo 66 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
13. De conformidad con las citadas disposiciones del Reglamento de la Ley Marco para la Producción y Sistematización Legislativa [artículos 6 y 23], el Decreto de Urgencia N° 061-2010 -por su título y los epígrafes de sus artículos 1 y 2- no modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor, sino que hace una determinación de sus alcances, que, en rigor, no es otra cosa que una interpretación del numeral 54.1 del artículo 54 y del numeral 66.7 del artículo 66 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
14. Si nos vamos al texto mismo del Decreto de Urgencia N° 061-2010, podremos confirmar que lo que éste hace es en realidad una interpretación de las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor. En efecto, el artículo 1 interpreta que las cláusulas generales de contratación que, conforme a dicho Código [numeral 54.1 del artículo 54], podrán aprobar los organismos reguladores, serán únicamente las de los servicios públicos sujetos a regulación económica. Asimismo, el artículo 2 interpreta que, de acuerdo al referido Código [numeral 66.7 del artículo 66], los consumidores de servicios de transporte nacional podrán endosar, transferir y postergar tales servicios siempre que esta posibilidad haya sido previamente pactada entre consumidor y proveedor. Es decir, en ningún caso el Decreto de Urgencia N° 061-2010 ha alterado el texto del Código de Protección y Defensa del Consumidor como para entender que ha realizado una modificación de éste, sino que sólo ha realizado una interpretación, ciertamente restrictiva, del numeral 54.1 del artículo 54 y del numeral 66.7 del artículo 66 de dicho Código.
15. A juicio de este Colegiado, al no presentarse los presupuestos habilitantes para la expedición del Decreto de Urgencia N° 061-2010, la interpretación que éste hace del Código de Protección y Defensa del Consumidor resulta, consecuentemente, inconstitucional, ya que, en tal escenario, dicho Decreto usurpa una competencia propia del Congreso de la República, organismo al que compete dar una ley que interprete otra ley [como el Código de Protección y Defensa del Consumidor], conforme al artículo 102, inciso 1, de la Constitución.
16. Por tanto, el Decreto de Urgencia N° 061-2010 no es una norma que al modificar los artículos 54.1 y 66.7 del referido Código, haya sustituido el texto

de aquellos por unos nuevos -los contenidos en el D.U. inconstitucional-, sino constituyen sólo una interpretación [inconstitucional] de éstos. Consecuentemente, al declararse inconstitucional las disposiciones interpretativas del Decreto de Urgencia y expulsarse a éstas del ordenamiento jurídico al día siguiente de la publicación de esta sentencia, subsistirán el texto del numeral 54.1 del artículo 54 y el texto del numeral 66.7 del artículo 66 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, sin las precisiones interpretativas declaradas inconstitucionales, no siendo de aplicación por ello, el último párrafo del artículo 83 del Código Procesal Constitucional, pues el mencionado Decreto no ha modificado, ni mucho menos derogado, disposición alguna del referido Código.

Por estos fundamentos, el Tribunal Constitucional, con la autoridad que le confiere la Constitución Política del Perú

HA RESUELTO

1. Declarar **FUNDADA** la demanda inconstitucionalidad; en consecuencia, inconstitucional el Decreto de Urgencia N° 061-2010.
2. Declarar que puesto que la presente sentencia no se pronuncia sobre el texto del numeral 54.1 del artículo 54 y el texto del numeral 66.7 del artículo 66 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, y que éstos no fueron modificados por el Decreto de Urgencia N° 061-2010, ellos subsisten en los términos que aparecieron publicados en el diario oficial "El Peruano"⁹² el 2 de septiembre de 2010, conforme al fundamentos 16, supra.

Publíquese y notifíquese.

SS.

MESÍA RAMÍREZ
 ÁLVAREZ MIRANDA
 VERGARA GOTELLI
 BEAUMONT CALLIRGOS
 CALLE HAYEN
 ETO CRUZ
 URVIOLA HANI

92 Nota SPIJ: En el presente edición de Normas Legales del Diario Oficial "El Peruano", dice "El Peruano" debiendo decir "El Peruano"

ÍNDICE

Prólogo	5
Presentación	13
Resolución Ministerial Nº 0172-2017-JUS	15
Guía del lector	17
Principio del Servidor Público	19
Abreviaturas y Siglas	21
Normas concordadas	23

**CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA
DEL CONSUMIDOR**

TÍTULO PRELIMINAR	29
-------------------------	----

TÍTULO I

**Derechos de los consumidores y relación
consumidor-proveedor**

• Capítulo I : Derechos de los consumidores	35
• Capítulo II: Información a los consumidores	37
- Subcapítulo I: Información en general	37
- Subcapítulo II: Protección del consumidor frente a la publicidad	41
• Capítulo III: Idoneidad de los productos y servicios.....	43
• Capítulo IV: Salud y seguridad de los consumidores	46
- Subcapítulo I: Protección a la salud y seguridad de los consumidores.....	46
- Subcapítulo II: Protección de los consumidores en los alimentos.....	49
• Capítulo V: Protección de los intereses sociales y económicos.....	50

TÍTULO II**Contratos**

• Capítulo I: Disposiciones generales	53
• Capítulo II: Cláusulas abusivas.....	55
• Capítulo III: Aprobación administrativa.....	57

TÍTULO III

Métodos comerciales abusivos

•	Capítulo I: Métodos comerciales coercitivos	58
•	Capítulo II: Métodos comerciales agresivos o engañosos	60
•	Capítulo III: Métodos abusivos en el cobro	62

TÍTULO IV

La protección del consumidor en productos o servicios específicos

•	Capítulo I: Servicios públicos regulados	63
•	Capítulo II: Productos o servicios de salud	67
•	Capítulo III: Productos o servicios educativos	69
•	Capítulo IV: Productos o servicios inmobiliarios.....	71
•	Capítulo V: Productos o servicios financieros	77
•	Capítulo VI: Servicios de crédito prestados por empresas no supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.....	83

TÍTULO V

Responsabilidad y sanciones

•	Capítulo I: Responsabilidad del proveedor y derechos del consumidor	86
•	Capítulo II: Responsabilidad civil.....	88
•	Capítulo III: Responsabilidad administrativa.....	89
-	Subcapítulo I: Disposiciones generales	89
-	Subcapítulo II: Procedimiento sancionador en materia de protección al consumidor	92
-	Subcapítulo III: Procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor	108

TÍTULO VI

Defensa colectiva de los consumidores

TÍTULO VII

Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

• Capítulo I: Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.....	115
• Capítulo II: Justicia de consumo.....	118
- Subcapítulo I: Sistema de Arbitraje de Consumo.....	118
- Subcapítulo II: Mecanismos alternativos de solución de conflictos.....	121
- Subcapítulo III: El libro de reclamaciones.....	122
• Capítulo III: Asociaciones de consumidores.....	123
• Capítulo IV: Calidad y normalización en la producción de productos y servicios.....	127
• DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES.....	127
• DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS.....	129
• DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA.....	130
• DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS DEROGATORIAS.....	131

NORMAS COMPLEMENTARIAS

Ley

• Ley N° 29694 – Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares.....	137
--	-----

Decretos Legislativos

• Decreto Legislativo N° 1033 – Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.....	147
--	-----

Decretos Supremos

- Decreto Supremo N° 011-2011-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones a que hace referencia el artículo 150° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor..... 189
- Decreto Supremo N° 029-2011-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones a que hace referencia el artículo 119° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. 213
- Decreto Supremo N° 030-2011-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de procesos judiciales para la defensa de intereses colectivos de los consumidores y del Fondo Especial a que hace referencia el artículo 131° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor..... 216
- Decreto Supremo N° 032-2011-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores a que hace referencia el artículo 156° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor..... 222
- Decreto Supremo N° 046-2011-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo a que hacen referencia los artículos del 137° al 144° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor..... 226
- Decreto Supremo N° 015-2012-ED – Reglamento de la Ley N° 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares..... 240
- Decreto Supremo N° 050-2016-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Reglamento que establece el procedimiento de comunicación de advertencias y alertas de los riesgos no previstos de productos o servicios colocados en el mercado que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores..... 251
- Decreto Supremo N° 006-2017-PCM – Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor..... 264
- Decreto Supremo N° 024-2017-PCM – Decreto Supremo que aprueba el Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020..... 292

Directivas

- Resolución N° 298-2013-INDECOPI-COD – Directiva N° 007-2013-DIR-COD-INDECOPI que modifica, incorpora y deroga diversos artículos de la Directiva N° 004-2010-DIR-COD-INDECOPI, que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en Materia de Protección al Consumidor, así como el Texto Único Ordenado que recoge las modificaciones efectuadas por la Directiva N° 007-2013-DIR-COD-INDECOPI. 365
- Resolución N° 024-2015-INDECOPI-COD – Directiva N° 005-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que aprueba el Procedimiento para la Nominación de Árbitros del Sistema de Arbitraje de Consumo” 405
- Resolución N° 025-2015-INDECOPI-COD – Directiva N° 006-2014-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que aprueba el Procedimiento de Adhesión de Proveedores y Creación del Registro de Proveedores Adheridos al Sistema de Arbitraje de Consumo” 412
- Resolución N° 077-2017-INDECOPI-COD – Directiva N° 007-2017-DIR-COD-INDECOPI denominada “Directiva que regula la delegación de facultades de difusión y educación en materia de protección al consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor” 421

Sentencia del Tribunal Constitucional

- Expediente N° 00028-2010-PI-TC – Declaran fundada demanda e inconstitucional el Decreto de Urgencia N° 061-2010..... 431

ESTE LIBRO SE TERMINO DE IMPRIMIR
EN JUNIO DE 2018
EN LOS TALLERES GRÁFICOS DE
LITHO & ARTE S.A.C.
JR. IQUIQUE N° 026 - BREÑA



Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria
Dirección de Sistematización Jurídica y Difusión
www.minjus.gob.pe

ISBN: 978-612-4225-29-1

