

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI
DE CAJAMARCA
PROCEDIMIENTO : DE OFICIO
DENUNCIADA : TRADING FASHION LINE S.A. – TOPI TOP
MATERIAS : DEBER DE INFORMACIÓN
LISTA DE PRECIOS
ACTIVIDAD : VENTA MINORISTA PRODUCTOS TEXTILES,
CALZADO

SUMILLA: *Se revoca la Resolución N° 0175-2012/INDECOPI-CAJ, del 18 de junio de 2012, en el extremo que halló responsable a Trading Fashion Line S.A. por infracción del artículo 5º.1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, y reformándolo se declara infundado dicho extremo. Ello en tanto, en el presente procedimiento ha quedado acreditado que el establecimiento denunciado cumplía con consignar de manera fácilmente perceptible para los consumidores los precios de todos sus productos en sus etiquetas, a fin de permitir que éstos puedan informarse del valor de los mismos antes de adoptar una decisión de consumo, condición que cumple la finalidad prevista en el artículo 5º.1 del Código.*

Lima, 6 de junio de 2013

ANTECEDENTES

1. El 22 de noviembre de 2011, la Oficina Regional del Indecopi de Cajamarca, efectuó una diligencia de inspección¹ en el establecimiento comercial de Trading Fashion Line S.A.² (en adelante, Trading Fashion), en la que se verificó lo siguiente:
 - (i) Se consignaba de manera fácilmente perceptible para el consumidor los precios de los productos en los espacios destinados para su exhibición; y,
 - (ii) no contaba con una lista de precios de los productos ofertados.
2. Mediante Resolución 1 del 27 de diciembre de 2011, la Secretaría Técnica de la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Cajamarca (en adelante, la Secretaría Técnica) inició un procedimiento de oficio contra Trading Fashion por presunta infracción del artículo 5º.1 de la Ley 29571, Código de Defensa y Protección del Consumidor (en adelante, el Código), por no contar con una lista de precios de los productos que ofrecía en su local comercial.

¹ A foja 11 del expediente: Acta de Inspección.

² RUC: 20501057682, con domicilio fiscal en avenida Santuario 1323, Urbanización Zárate, (altura cuadra 12 avenida Gran Chimú), Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia y Departamento de Lima.

3. El 23 de enero de 2012, Trading Fashion presentó sus descargos indicando entre otros puntos, los siguientes:
 - (i) Exigirle la implementación de una lista de precios implicaba una barrera de acceso al mercado;
 - (ii) el deber de información sobre los productos ofertados se satisface con la colocación de los precios en cada uno de los productos ofertados;
 - (iii) los precios de los productos que ofertaba estaban sujetos a variación - dependiendo de la temporada, la oferta o la moda-, por lo que exigirle la implementación una lista unitaria de precios significaría un sobrecosto innecesario; además debía tenerse en consideración que los consumidores no estaban sujetos a coacción alguna al momento que ingresaban a su establecimiento comercial;
 - (iv) contaban con un formato de lista de precios identificables con código de barras en sus ordenadores y en las cajas registradoras de su establecimiento comercial; y,
 - (v) no había obtenido beneficio ilícito alguno, ni se había producido una afectación real al mercado.
4. Mediante Resolución 0175-2012/INDECOPI-CAJ del 18 de junio de 2012, la Comisión declaró fundada la denuncia contra Trading Fashion, al haberse acreditado que no contaba con una lista en la que constaran los precios de los productos que ofertaba, sancionándola con una multa de 1 UIT por la referida infracción.
5. El 3 de julio de 2012, Trading Fashion apeló la Resolución 0175-2012/INDECOPI-CAJ, reiterando los argumentos expresados en su escrito de descargos. Asimismo, solicitó que la Sala se pronunciara respecto de la competencia de la Comisión para requerirle información con relación sus ingresos totales, así como se emitiera un pronunciamiento respecto de la necesidad de que negocios como su empresa contaran con una lista de precios.

ANÁLISIS:

Cuestión Previa: Sobre la competencia de la Comisión para requerir información respecto de los ingresos de la denunciada

6. La denunciada solicitó que la Sala se pronuncie respecto de la competencia de la Comisión para requerirle información con relación sus ingresos totales.

7. Al respecto, este Colegiado debe indicar que según lo establecido en el inciso a, del artículo 2° del Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi³, las Comisiones del Indecopi tienen la facultad de exigir a personas naturales y jurídicas la exhibición de todo tipo de documentos, incluyendo los libros contables y societarios, los comprobantes de pago, así como solicitar información referida a la organización, los negocios, el accionariado y la estructura de propiedad de las empresas.
8. Por lo tanto, según la disposición legal acotada las Comisiones del Indecopi dentro del ámbito de su competencia tienen la facultad de requerir todo tipo de información incluyendo los ingresos brutos totales de los proveedores, en tanto que al momento de graduar la sanción a imponer no se vulnera lo regulado en el artículo 110° del Código⁴.

El derecho de información de los consumidores

9. El derecho de los consumidores al acceso a la información, reconocido en los artículos 1°.1 literal b)⁵ y 2° del Código⁶, involucra el deber de los proveedores de proporcionar toda la información relevante sobre las características de los productos y servicios que ofrecen, a efectos de que los consumidores puedan realizar una adecuada elección o decisión de

³ **DECRETO LEGISLATIVO 807, LEY SOBRE FACULTADES, NORMAS Y ORGANIZACIÓN DEL INDECOPI. Artículo 2°.** Sin que la presente enumeración tenga carácter taxativo cada Comisión u Oficina del Indecopi tiene las siguientes facultades:

a) Exigir a las personas naturales o jurídicas la exhibición de todo tipo de documentos, incluyendo los libros contables y societarios, los comprobantes de pago, la correspondencia comercial y los registros magnéticos incluyendo, en este caso, los programas que fueran necesarios para su lectura, así como solicitar información referida a la organización, los negocios, el accionariado y la estructura de propiedad de las empresas.(...)

⁴ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 110°.- Sanciones administrativas: (...)**

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.(...).

⁵ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 1°.- Derecho de los Consumidores:**

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

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. (...).

⁶ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. 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.(...)

consumo, así como para efectuar un uso o consumo correcto de los bienes y servicios que hayan adquirido.

10. El derecho a la información que poseen los consumidores, en el marco de una economía social de mercado, constituye uno de los derechos más importantes, debido a que a través de su ejercicio, los consumidores cumplen su función económica de ordenar el mercado, premiando con su elección a las empresas más eficientes y orientando las prácticas productivas en función a sus preferencias. No en vano es el primer derecho reconocido constitucionalmente a favor de los consumidores⁷:

Constitución Política del Perú de 1993

Artículo 65º.- *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.*

11. Atendiendo a su importancia, el derecho de información, regulado en los artículos 1º.1 literal b) y 2º del Código, obliga a los proveedores a proporcionar toda la información relevante sobre las características de los productos y servicios que oferten, a fin de evitar que los consumidores sean inducidos a error en su contratación o en el uso o consumo de los mismos.
12. El derecho general a la información se protege a través de tipos infractores más específicos como es el caso de la lista de precios, previsto en el artículo 5º.1 del Código⁸, o en función a mercados determinados, como ocurre en el caso de servicios financieros y de seguros.

⁷ Ello no implica que los derechos a la salud y a la seguridad cedan paso en importancia a la información, pues estos derechos se reconocen a la persona humana en su condición de tal sin importar la función económica que cumplen, como es el caso de los consumidores.

⁸ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 5º.- 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.

13. Un elemento importante en la decisión de compra es el precio, porque permite comparar la oferta existente en el mercado, aun cuando no es el único factor considerado por los consumidores. Conseguir los precios de los productos y servicios ofrecidos en el mercado tiene un costo que se traduce en tiempo de búsqueda y comparación, por ello el Código mediante su artículo 5.1° ha querido reducir tales costos a favor de los consumidores. Para ello, el referido artículo establece expresamente lo siguiente:

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.

14. Es necesario destacar que la norma no regula una forma específica en la que deba estar contenida la lista de precios a disposición de los consumidores; por lo que pueden existir diversos medios de información que permitan cumplir con dicha obligación, considerando además las particularidades de cada tipo de negocio⁹. En tal sentido, el citado numeral 5°.1 establece que 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 organizadas y de fácil manejo para los consumidores.
15. En el presente caso, en la diligencia de inspección del 22 de noviembre de 2011 realizada en el establecimiento de la denunciada se constató que en dicho local los productos consignaban los precios respectivos de manera fácilmente perceptible para el consumidor, a través de sus etiquetas, las cuales estaban adheridas a los mismos. Adicionalmente, en sus descargos y en su apelación Trading Fashion adjuntó las mencionadas etiquetas e indicó que contaba con una lista de precios la cual estaba implementada en sus ordenadores y cajas identificables con el código de barra de cada producto. Para acreditar ello presentó copia de la referida lista.

⁹ La Sala se ha pronunciado al respecto en anteriores ocasiones como ejemplo, pueden verse las siguientes resoluciones: Resolución 0272-2011/SC2-INDECOPI del 10 de febrero de 2011, emitida en el procedimiento seguido por la Comisión de Protección al Consumidor-Lima Sur contra el señor Carlos Jesús Fernández Flores; Resolución 0532-2011/SC2-INDECOPI del 17 de marzo de 2011, emitida en el procedimiento seguido por la Asociación Civil Defensoría del vecino contra Negociaciones América S.A.C.; Resolución 0448-2011/SC2-INDECOPI del 2 de marzo de 2011, emitida en el procedimiento seguido por la Comisión de la Oficina Regional del indecopi de Tacna contra Angelo Distribuciones S.A.C. Es preciso indicar que si bien dichos pronunciamientos interpretan el deber de tener listas de precios, establecido en la derogada Ley de Protección al Consumidor, su razonamiento puede perfectamente trasladarse al Código.

16. Se debe indicar que la finalidad del artículo 5^o.1 del Código no es otra que proporcionar a los consumidores la información sobre los precios de los productos que se expenden en los establecimientos, sin necesidad de consultarlos con su personal, garantizando el acceso directo y uniforme a dicha información¹⁰. No obstante, esta Sala advierte que la finalidad expuesta se cumple plenamente con el modelo de negocios de aquellos establecimientos que, por ejemplo, consignan sus precios en etiquetas adheridas a cada producto, bastando el ingreso al local, sin que sea necesario solicitar la asistencia del personal del proveedor.
17. Exigir que aun en estos casos se cuente con una lista de precios, colocaría tal obligación como una formalidad que en la práctica solo impactaría en el diseño o sistema de atención de estos negocios, sin que ello importe mayores beneficios al consumidor, pues la finalidad se habría cumplido con la exhibición de los precios de los productos que se ofertan.
18. La legislación en materia de protección al consumidor, como toda aquella que delimita la libertad de empresa en aras a lograr objetivos de interés público, debe ser aplicada racionalmente, buscando el equilibrio entre los derechos en conflicto y que las limitaciones que se establezcan se justifiquen en beneficios efectivos para el consumidor y no en meras formalidades.
19. En este tipo de establecimientos, la exhibición de los precios con relación al producto está completamente al alcance de los consumidores, en tanto que a cada prenda que se exhibe se le asigna una etiqueta o rótulo informando sobre su precio, por lo que cualquier consumidor que ingrese a éstos locales estará en la posibilidad de conocer el valor de los productos ofertados, sin necesidad de consultarlos con su personal.
20. Distinto sería el caso, de los establecimientos comerciales, en los que los precios de los productos que se ofertan no sean visibles, o en los que los proveedores tuvieran bienes ofertados que no hubieran sido colocados en exhibición a sus clientes, no siendo posible para estos conocer el precio de los mismos; por lo que en este tipo de casos, el derecho a la información de los consumidores no resultaría protegido, razón por la cual los proveedores sí tendrían la obligación de contar con una lista de precios.
21. De lo expuesto se puede concluir que, además de la lista de precios, existen otros mecanismos que cumplen la finalidad del artículo 5.1^o del Código como sucede en los locales en los que a cada producto se le asigna una etiqueta con el respectivo precio. Por cuanto, el deber de información se satisface con

¹⁰ La Sala ya ha seguido dicho razonamiento en pronunciamientos anteriores. Véase la Resolución 2149-2009/SC2-INDECOPI del 23 de noviembre de 2010 y la Resolución 0273-2011/SC2-INDECOPI del 10 de febrero de 2011.

la sola exhibición del mismo en su respectiva etiqueta, no siendo necesario exigir que estos proveedores cuenten adicionalmente con una lista de precios, no afectándose con ello el derecho a la información de los consumidores.

22. Sin embargo, cabe indicar que en este último caso, debe haberse probado que todos los productos exhibidos en estos establecimientos cuenten con la información de su precio en su respectiva etiqueta, de tal manera que cuando los consumidores ingresen a estos locales obtengan la información de primera mano y de forma directa, situación que ha quedado acreditada en el presente procedimiento, a través de la diligencia de inspección efectuada en dicho local.
23. Teniendo en consideración que mediante diligencia de inspección del 22 de noviembre de 2011¹¹ se verificó que todos los productos que se encontraban en el establecimiento de la denunciada contaban con los precios en sus etiquetas; y, que no se verificó la existencia de otros bienes ofertados que no se encontraban puestos en exhibición de sus clientes, esta Sala considera que en el presente caso, Trading Fashion no incurrió en infracción alguna a la normativa de protección al consumidor.
24. Por las razones expuestas, este Colegiado considera que corresponde revocar la Resolución 0175-2012/INDECOPI-CAJ en el extremo que halló responsable a Trading Fashion por infracción del numeral 5.1 del artículo 5º del Código, por no contar con una lista de precios en su establecimiento comercial, en tanto que la denunciada cumplía con brindar la información de los precios con anterioridad a su adquisición, a través de etiquetas adheridas en todos sus productos.
25. Dado que en esta instancia se ha revocado la resolución en el extremo que declaró fundada la denuncia por no contar con una lista de precios, corresponde también dejar sin efecto la sanción de 1 UIT impuesta a Trading Fashion.

RESUELVE:

PRIMERO: Revocar la Resolución 0175-2012/INDECOPI-CAJ en el extremo que halló responsable a Trading Fashion Line S.A. por infringir el artículo 5º.1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, por no haber cumplido con la obligación de contar con una lista de precios en su establecimiento comercial, en tanto que la denunciada cumplía con consignar de manera fácilmente perceptible para los consumidores los precios de todos sus productos, a fin de permitir que

¹¹ A foja 11 del expediente: Acta de Inspección.

éstos puedan informarse del valor de los mismos antes de adoptar una decisión de consumo.

SEGUNDO: Dejar sin efecto la sanción de 1 UIT impuesta por la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Cajamarca a Trading Fashion Line S.A.

Con la intervención de los señores vocales Julio Baltazar Durand Carrión, Hernando Montoya Alberti, Ana Asunción Ampuero Miranda, Alejandro José Rospigliosi Vega y Javier Francisco Zúñiga Quevedo.

JULIO BALTAZAR DURAND CARRIÓN
Presidente