

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y NORMAS COMPLEMENTARIAS

TERCERA EDICIÓN OFICIAL



PERÚ

Ministerio
de Justicia
y Derechos Humanos



BICENTENARIO
PERÚ 2021



PERÚ

Ministerio
de Justicia
y Derechos Humanos

MANUAL SOBRE LA PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR



MANUAL SOBRE LA PROTECCIÓN
Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR





PARTE 1:

¿CUÁLES SON LOS FUNDAMENTOS DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR?

1. ¿Quién defiende a los consumidores?

La Constitución Política de 1993 establece en el artículo 65 el principio de defensa de los consumidores y usuarios conforme a lo siguiente:

“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.”

Esta disposición constituye uno de los principios generales del régimen económico de la Constitución, entre los cuales también está la libre iniciativa privada y la libre competencia de los agentes económicos, las cuales se deben ejercer en el marco de una economía social de mercado¹.

De esta manera, la Constitución vela, de un lado, por los agentes económicos que se encargan de realizar la oferta de productos y/o servicios en el mercado (los que

1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ DE 1993

Artículo 58.- La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura.

Artículo 61.- El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares.



en materia de protección al consumidor son denominados proveedores) y, por otro lado, protege a los consumidores que producen la demanda de dichos productos y/o servicios.

En ese contexto, la protección de los consumidores es ejercida por el Indecopi², entidad que, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es competente para verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor³ (en adelante, el Código).

Es importante señalar que, de acuerdo con lo señalado en el Código, la protección al consumidor en nuestro país es transversal, es decir, que involucra a todos los poderes

2 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 PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL – INDECOPI

Artículo 2.- Funciones del INDECOPI.-

2.1 EL INDECOPI es el organismo autónomo encargado de:

(...)

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;

3 LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

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.

(...)

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.



públicos y a la sociedad en su conjunto⁴. En tal sentido, las facultades asignadas al Indecopi para la protección de los consumidores son ejercidas sin perjuicio de las atribuciones y de la autonomía con la que cuentan las demás entidades integrantes del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor (en adelante, el Sistema).

Lo antes indicado permite identificar que el Estado tiene la obligación de garantizar a los consumidores que el desarrollo de cualquier actividad económica se efectúe respetando los derechos de información, seguridad y salud, no discriminación en el consumo, entre otros, habiendo dispuesto para tal efecto que el Indecopi es la autoridad encargada de la protección de estos derechos, sin perjuicio de las competencias que hayan sido otorgadas a otras instituciones.

2. ¿Qué es el Código de Protección y Defensa del Consumidor?

Es el conjunto de normas jurídicas que reconocen y tutelan los derechos de las y los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política y del régimen de economía social de mercado. Sus disposiciones tienen por finalidad que los consumidores accedan a productos y servicios apropiados y adecuados en el mercado y que cuenten con mecanismos efectivos para la solución de controversias en sus consumos.

4 LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Artículo VI.- Políticas públicas

[...]

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.

[...]

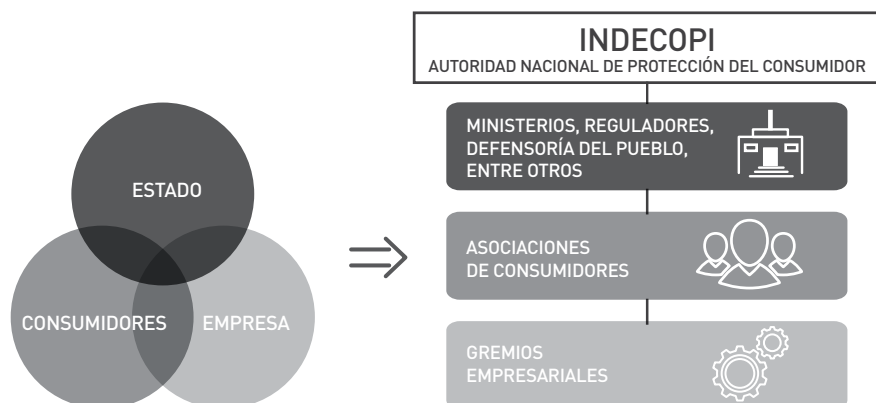


El Código aborda temas referidos a los derechos de los consumidores y su relación con el proveedor, contratos de consumo, métodos comerciales abusivos, protección del consumidor en productos o servicios específicos (servicios públicos regulados, salud, educativos, inmobiliarios y financieros), responsabilidad y sanciones, defensa colectiva de los consumidores (rol y funciones de las asociaciones de consumidores) y el Sistema.

Sin embargo, en lo que se refiere a los derechos de los consumidores, se debe considerar que el Código contiene una relación no limitativa, pues aquellos que se enumeran no son los únicos que los amparan, sino todos aquellos en los cuales pudieran ser afectados los consumidores.

El Código crea el Sistema, que es el conjunto de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos destinados a armonizar las políticas públicas, con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas de protección y defensa del consumidor en todo el país. Asimismo, delega en el Consejo Nacional de Protección del Consumidor (en adelante, el Consejo) la propuesta y armonización de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.

SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR





Bajo ese contexto, el Código establece que el Consejo es un órgano de trabajo interinstitucional creado para la integración del marco normativo local y nacional sobre protección del consumidor, así como para el fortalecimiento de las actividades que se realizan a favor de los consumidores. Está conformado por representantes de catorce entidades del sector público y privado: ministerios, organismos reguladores de servicios públicos, gremios empresariales y asociaciones de consumidores, en coordinación con la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM).

Asimismo, está presidido por el Indecopi como Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y constituye un soporte organizacional para el Sistema.

3. ¿Cuáles son las políticas públicas en materia de protección al consumidor?

El artículo VI del Título Preliminar del Código, desarrolla el accionar del Estado para ejercer la protección del consumidor en nuestro país, enunciando como Políticas Públicas la labor del Estado de proteger la salud y seguridad de los consumidores, de garantizar el derecho a la información de los mismos promoviendo el trabajo conjunto entre el sector público y privado, de orientar acciones para defender los intereses de los consumidores contra las prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado, entre otras.

En ese sentido, el Código reconoce que el Indecopi, en su rol de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, se encuentra a cargo de la protección y defensa de los derechos de los consumidores en todo el Perú.

Así, la Autoridad Nacional cuenta con el apoyo de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, desde el 15 de marzo de 2012, para las coordinaciones e implementación de todas aquellas acciones que permitan el cumplimiento de sus funciones.



Estas funciones y actividades se ejecutan en el marco de la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor⁵, herramienta fundamental de política pública, que permite, con una visión a largo plazo, contribuir a un mayor y más eficaz nivel de 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, que fue creado por el artículo 132 del Código.

La Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se sustenta en los siguientes principios:

- a. 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.
- b. 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.
- c. 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.
- d. Protección:** Promover la generación de condiciones que garanticen la transparencia y equidad en las relaciones de consumo.

⁵ Decreto Supremo N° 006-2017-PCM que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor.



- e. **Defensa:** Actuar en respuesta ante la vulneración de los derechos de los consumidores.

- f. **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.

Asimismo, la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor se estructura sobre la base de cuatro (4) ejes de política, que permiten guiar las actividades del Sistema y facilitan la medición de sus avances a través de los siguientes 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.

4. ¿Quién es un consumidor?

Es la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta como destinatario final 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.



Para determinar si una persona, ya sea natural o jurídica, tiene la calidad de consumidor, se debe verificar si el producto o servicio ha sido adquirido en un ámbito diferente al de una actividad empresarial o profesional. Por ello, se entiende a la actividad empresarial o profesional como cualquier labor, función o acción que se realiza con habitualidad para producir, distribuir, desarrollar o suministrar productos o servicios.

En ese sentido, las disposiciones del Código protegen a las personas naturales y jurídicas que adquieren o pretenden adquirir productos y/o servicios fuera del espacio en el que se desarrolla una actividad empresarial o profesional; salvo el caso de los microempresarios, a quienes ampara la normativa de protección al consumidor siempre que el producto o servicio que haya adquirido no forme parte del giro del negocio y exista asimetría informativa respecto del mismo.

5. ¿Quién es un proveedor?

Se considera como tal a la persona de derecho público o privado que habitualmente fabrica, elabora, manipula, acondiciona, mezcla, envasa, almacena, prepara, expende, suministra productos o presta servicios de cualquier naturaleza.

Dentro del concepto se incluyen a distribuidores o comerciantes, productores o fabricantes, importadores y/o prestadores, etc., por lo que no es necesario que el proveedor participe o no del contrato que materializa la venta para que se encuentre dentro de una relación de consumo.

Así, un proveedor se dedicará a la producción o comercialización de bienes, esto es, a la fabricación, elaboración, manipulación, acondicionamiento, mezcla, envasado, almacenamiento, preparación, expendio o suministro de bienes, o a la prestación de servicios en el territorio nacional; listado que se encuentra establecido en el numeral 2 del Artículo IV del Título Preliminar del Código, y que sin ser limitativo, define detalladamente a los distintos proveedores involucrados en la cadena producción – consumo.





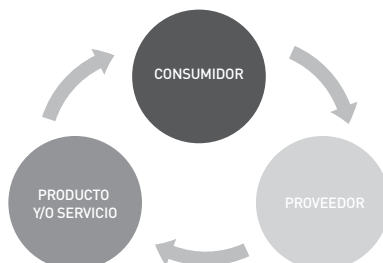
6. ¿Qué es la relación de consumo?

La relación de consumo ha sido definida por el Código como “la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica”. La relación de consumo es el eje central en materia de protección al consumidor, debido a que en atención a esta se determina si es aplicable o no lo dispuesto en el Código.

Es así como el ámbito de aplicación del Código, tanto territorial como subjetivo, se establece en función a la relación de consumo. En ese sentido, refiere que sus disposiciones son aplicables a todas aquellas relaciones de consumo que se celebran o que producen sus efectos dentro del territorio nacional. Mientras que, en el ámbito subjetivo, señala que las disposiciones del Código solo amparan a los consumidores que se encuentren, directa o indirectamente, expuestos o comprendidos en una relación de consumo, sin importar si esta es onerosa o no, siempre que esté dirigida a fomentar el consumo.

Esto quiere decir que se puede considerar como relación de consumo a aquella interacción entre un consumidor y proveedor, a pesar de que no haya contrato ni se haya efectuado compra alguna de por medio.

Así, en una relación de consumo concurren los siguientes elementos: a) consumidor, b) proveedor, c) producto y/o servicio, por lo que podrían encontrarse una o más personas como agentes y uno o más bienes o servicios.





Entonces estaremos frente a una relación de consumo cuando se constate que quien reclama es una persona que ha adquirido o pretende adquirir un producto o servicio fabricado, comercializado o distribuido por algún proveedor para beneficio propio o de su grupo familiar/social, o que producto de dicha interacción, quien reclama vea afectado sus derechos, tales como el derecho a la no discriminación.

7. ¿Cuáles son los derechos de los consumidores?

Algunos de los derechos de los consumidores, se enumeran a continuación:

1. Derecho a recibir un producto o servicio apropiado y adecuado (idoneidad)

Debe existir una correspondencia entre lo que el consumidor espera recibir y lo que el proveedor brinda efectivamente. Para ello es necesario verificar la publicidad e información recibida, las condiciones o circunstancias de la compra, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores.

2. Derecho a recibir una protección eficaz respecto a productos y servicios que representen riesgo o peligro para la vida y la salud

Los productos y servicios deben ser seguros. Sin embargo, si, en condiciones normales o previsibles estos representan un riesgo o peligro a la vida o a la salud, se debe garantizar al consumidor una protección eficaz ante estas circunstancias.

3. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente y veraz

La información que se brinda al consumidor tiene que ser relevante para garantizar una buena decisión de compra que se ajuste a los intereses del consumidor, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.





4. Derecho a la protección contra métodos comerciales abusivos

No están permitidos los métodos comerciales coercitivos, agresivos o engañosos, y abusivos en el cobro. La información que nos brinda el proveedor no debe inducirnos al error.

5. Derecho a un trato justo y equitativo en toda compra de un producto o contratación de un servicio

Los proveedores no pueden establecer discriminación por motivos de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole respecto de los consumidores que se encuentren dentro o expuestos a una relación de consumo.

6. Derecho a la reparación o reposición de un producto

A una nueva ejecución del servicio o, incluso, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias o casos que establezca el Código.

7. Derecho a una indemnización por daños o perjuicios

Si el proveedor ocasiona daños y perjuicios al consumidor está obligado a indemnizarlo de conformidad con las disposiciones del Código Civil, en la vía jurisdiccional o arbitral correspondiente.

8. Derecho a elegir libremente

El consumidor tiene derecho a elegir el producto o servicio más conveniente a sus necesidades, sin ningún tipo de presión externa o condicionamiento, sobre la base de la información brindada por el proveedor. Los productos y servicios deben ser apropiados, adecuados y de calidad.



9. Derecho a ser escuchado de manera individual o colectiva

Las entidades públicas o privadas están llamadas a atender, dentro de los plazos legales establecidos, los reclamos o denuncias formulados por los consumidores de manera individual o colectiva, empleando los medios que establecen las normas para la defensa del consumidor.

10. Derecho al pago anticipado o prepago de saldos en toda operación de crédito

Estos pagos pueden ser en forma total o parcial, con la consecuente reducción de intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que se apliquen penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

Cabe mencionar que, tal como lo establece el Código, los derechos previamente desarrollados no excluyen otros que puedan derivarse de sus disposiciones ni aquellos que se encuentran reconocidos en leyes especiales. Asimismo, resulta nula la renuncia a estos derechos, siendo de igual manera nulo el pacto en contrario.

11. Derecho a no ser discriminado

El Código reconoce el mandato de no discriminación, establecido en la Constitución Política, en el acceso a productos o servicios, esto es, en el marco de una relación de consumo. En el contexto de la protección al consumidor, se considera que discriminar es distinguir a los consumidores por razones no objetivas, como el origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica u otra de cualquier índole.





8. ¿Cuáles son los deberes de los proveedores?

Los proveedores tienen la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para que este tome decisiones de consumo adecuadas al comprar un producto o contratar un servicio.

Cabe señalar que la información que brindan los proveedores debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, pues, a través de ello, se busca corregir la asimetría informativa que existe en toda relación de consumo. Esta asimetría informativa se genera porque el proveedor está en mejor posición de conocer las características y funciones de los productos y/o servicios que ofrece en el mercado, por lo que se le exige trasladar dicha información al consumidor para que tome una decisión de consumo adecuada. Los proveedores no deben inducir a error al consumidor.

De igual manera, los proveedores son responsables por la idoneidad de los productos o servicios que ofrecen, entendiéndose por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe en función a lo que se le hubiera ofrecido, a la publicidad e información brindada por el proveedor, entre otros factores, según las circunstancias del caso.

Tal como se ha señalado, la idoneidad es la coincidencia entre lo que el consumidor espera y lo que finalmente recibe. Así pues, la expectativa del consumidor respecto del producto o servicio que ha adquirido se forma sobre la base de la información brindada por el proveedor, por lo cual existe una vinculación intrínseca entre ambos deberes: información e idoneidad.

De esta manera, la expectativa que el consumidor crea es un elemento objetivo que se determina en atención a los tipos de garantías que existen en torno al producto o servicio contratado. Estas garantías se clasifican en legal, explícita e implícita, y son descritas a continuación:



GARANTÍA LEGAL

Cuando la ley, normas o regulaciones vigentes no permiten la comercialización de un producto o la prestación de un servicio sin que cumpla con ciertas condiciones. Esta garantía se entiende incluida en los contratos de consumo, así no se haya señalado expresamente.

GARANTÍA EXPLÍCITA

Esta se deriva de los términos y condiciones que el proveedor ha ofrecido de forma expresa tanto en el contrato, como etiquetado, publicidad, comprobante de pago o cualquier otro medio que permita que se pruebe específicamente el ofrecimiento al consumidor.

GARANTÍA IMPLÍCITA

Ante la falta de información por parte del proveedor, se asume que el producto o servicio cumple con el fin para el que ha sido adquirido, en atención a los usos y costumbres del mercado, entre otros aspectos a considerar.

Como se puede apreciar, la matriz es la garantía legal que no puede ser desplazada ni por la garantía explícita ni la implícita, por lo que cualquier pacto en contrario de los mandatos legales se tiene por no puesto.

Asimismo, se debe tener en cuenta que la garantía explícita desplaza a la implícita, pues lo establecido por el proveedor en el contrato o en la publicidad puede delimitar la expectativa que el consumidor puede haber formado respecto del producto que adquiere.

Por otro lado, ante la ausencia de garantía explícita, la garantía implícita vincula al proveedor, considerando como tales, a todos aquellos involucrados en la cadena de producción atendiendo su grado de responsabilidad. Sin embargo, el proveedor



PERÚ

Ministerio
de Justicia
y Derechos Humanos

no está obligado a cumplir con toda expectativa que el consumidor se genere, sino con aquella que esté acorde a la finalidad ordinaria del producto o servicio que ha adquirido, con las circunstancias o el contexto en el que se dio la adquisición, así como con los usos y costumbres comerciales.

PARTE 2:

¿QUÉ MECANISMOS PODEMOS EMPLEAR PARA PROTEGER NUESTROS DERECHOS COMO CONSUMIDORES?

1. ¿Qué entidades protegen a los consumidores?

El Indecopi, como Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, coordina y dirige el Sistema y preside el Consejo conformado por miembros del Estado, los consumidores y el empresariado.

Así, con la finalidad de orientar a los consumidores en la protección de sus derechos, el Indecopi elaboró el Mapa de Consumo, una herramienta que consolida la información de todas las entidades públicas que atienden reclamos o denuncias de consumidores y usuarios a nivel nacional, con el fin de que los ciudadanos sepan a qué entidad acudir cuando se presenta un inconveniente frente a la compra de un producto o la contratación de un servicio.



Indecopi

Gospitel

Osinergmin

Sunass

OSITRAN

Superintendencia de Banca y Seguros

ISUALUD



Este instrumento ha sido elaborado en diferentes formatos e idiomas, con la participación de los miembros del Consejo, como son el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (Osinergmin), el Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositrán), la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass), la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), y la Superintendencia Nacional de Salud (Susalud); a efectos de reconocer la importancia de que todos los consumidores sepan dónde y cómo pueden presentar sus reclamos o denuncias, así tenemos:

1.1. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI

¿Qué funciones tiene?

Protege a los consumidores frente a la adquisición de productos y servicios en general, tales como:

- ▶ Servicios bancarios y de seguros.
- ▶ Equipos tecnológicos.
- ▶ Transporte aéreo, terrestre y fluvial de pasajeros.
- ▶ Servicios educativos privados.
- ▶ Inmobiliarias.
- ▶ Servicios turísticos.
- ▶ Automóviles.

¿Cuáles son sus mecanismos de atención?

- ▶ Consultas y reclamos ante el Servicio de Atención al Ciudadano.
- ▶ Arbitraje de Consumo.
- ▶ Denuncias ante los órganos de procedimientos sumarísimos o las comisiones de protección al consumidor.





¿Qué problemas no soluciona?

- ▶ Calidad del servicio de telecomunicaciones (Osiptel).
- ▶ Electricidad y gas natural (Osinergmin).
- ▶ Agua potable y alcantarillado (Sunass).
- ▶ Servicios de salud (Susalud).

1.2. Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL

¿Qué funciones tiene?

Protege a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, tales como:

- ▶ Telefonía fija.
- ▶ Telefonía móvil.
- ▶ Televisión paga.
- ▶ Internet.

¿Qué problemas soluciona?

- ▶ Facturación.
- ▶ Suspensión o corte del servicio.
- ▶ Calidad del servicio.
- ▶ Falta de entrega de recibo.

¿Cuáles son sus mecanismos de atención?

- ▶ Consultas.
- ▶ Reclamos y reconsideraciones ante las empresas operadoras.
- ▶ En caso de disconformidad con la respuesta brindada por las empresas



operadoras, el Tribunal Administrativo de Solución de Reclamos de Usuarios del Osiptel, resolverá en segunda instancia.

¿Qué problemas no soluciona?

- ▶ Problemas con equipos celulares (Indecopi).

1.3. Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería – OSINERGMIN

¿Qué funciones tiene?

Protege a los usuarios de servicios y productos suministrados por las empresas de los sectores eléctricos e hidrocarburos, tales como:

- ▶ Electricidad.
- ▶ Gas Natural Domiciliario.

¿Qué problemas soluciona?

- ▶ Facturación.
- ▶ Calidad del servicio.
- ▶ Corte de servicio.
- ▶ Negativa de instalación.

¿Cuáles son sus mecanismos de atención?

- ▶ Consultas.
- ▶ Reclamos ante las empresas concesionarias.
- ▶ En caso de disconformidad con la respuesta brindada por las empresas concesionarias, la Junta de Apelaciones de Reclamos de Usuarios del Osinergmin resolverá en segunda instancia.





1.4. Organismo Supervisor de la Inversión en infraestructura de transporte de Uso Público –OSITRAN

¿Qué funciones tiene?

Protege a los usuarios de la infraestructura de transporte de uso público concesionada, tales como: carreteras, aeropuertos, vías férreas Metro de Lima y Callao, puertos e hidrovías.

¿Qué problemas soluciona?

- ▶ Facturación y cobro de servicios por uso de la infraestructura.
- ▶ Condicionamiento de la presentación del reclamo al pago de la tarifa.
- ▶ Calidad y oportuna prestación de los servicios.
- ▶ Daños o pérdidas en perjuicio de los usuarios.
- ▶ Problemas en el acceso a la infraestructura o limitaciones en el servicio.

¿Qué problemas no soluciona?

- ▶ Servicios prestados por empresas de transporte aéreo y terrestre (Indecopi).

¿Cuáles son sus mecanismos de atención?

- ▶ Consultas y denuncias ante la Gerencia de Atención al Usuario del Ositran.
- ▶ Reclamos ante las empresas concesionarias.
- ▶ En caso de disconformidad con la respuesta brindada por las empresas concesionarias, se presentan apelaciones ante el Tribunal de Solución de Controversias y Atención de Reclamos del Ositran, en segunda instancia.



1.5. Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento – SUNASS

¿Qué funciones tiene?

Protege a los usuarios para la prestación de los servicios de: agua potable y alcantarillado.

¿Cuáles son sus mecanismos de atención?

- ▶ Orientación y consultas.
- ▶ Reclamos y reconsideraciones ante las Empresas Prestadoras de Servicio de Saneamiento (EPS).
- ▶ En caso de disconformidad con la respuesta brindada por las EPS, el Tribunal Administrativo de Solución de Reclamos de la Sunass resolverá en segunda instancia.

¿Qué problemas soluciona?

- ▶ Facturación.
- ▶ Corte de servicio.
- ▶ Calidad del agua.
- ▶ Colapso de redes.

1.6. Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones - SBS

¿Qué funciones tiene?

Resuelve los reclamos de los afiliados y/o beneficiarios del Sistema Privado de Pensiones frente a cualquier vulneración de:





- ▶ Las Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (AFP).
- ▶ Empresas de Seguros (solo en caso de seguros previsionales).

¿Cuáles son sus mecanismos de atención?

- ▶ Asesoría especializada sobre los productos previsionales y los beneficios del Sistema Privado de Pensiones.
- ▶ Reclamos sobre temas previsionales ante las AFP y compañía de seguros. En caso de falta de respuesta, se presenta solicitud de solución de reclamo ante la SBS.

¿Qué problemas soluciona?

- ▶ La negativa, demora o suspensión en el pago de pensión y/o gastos de sepelio.
- ▶ Disconformidad con la orientación brindada en el marco de la tramitación de una pensión u otra prestación previsional.
- ▶ El pago de una pensión menor a la que le corresponde percibir al afiliado y/o beneficiario.
- ▶ Cualquier otra afectación a los derechos de los afiliados al Sistema Privado de Pensiones.

2. ¿Cómo es el procedimiento sancionador a cargo del Indecopi?

El Indecopi, posee órganos administrativos competentes y especializados para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en este a través de dos procedimientos:

2.1. Procedimiento Ordinario

En el procedimiento ordinario se conocen denuncias cuya cuantía supere las





3 UIT, salvo denuncias que versen exclusivamente sobre requerimientos de información y falta de atención a reclamos, métodos abusivos de cobranza y falta de entrega del producto, las que se tramitan a través de los procedimientos sumarísimos. Asimismo, se conocen las denuncias referidas a productos o sustancias peligrosas, actos de discriminación o trato diferenciado, actos que afecten intereses colectivos o difusos que sean inapreciables en dinero.

Dicho procedimiento se inicia de oficio, como consecuencia de una denuncia de parte, desde la notificación con la imputación de cargos al posible infractor; siendo el plazo para emitir resolución final el de 120 días hábiles.

Las Comisiones de Protección al Consumidor (CPC) se encuentran a cargo de los procedimientos ordinarios, y les corresponde velar por el cumplimiento del Código de Protección y Defensa del 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, entre otras.

En la actualidad existen tres Comisiones, las cuales fueron establecidas por Resolución N° 027-2013-INDECOPI-COD y por Resolución N° 102-2015-INDECOPI-COD, las que tienen competencia en:

**COMISIÓN DE
PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR N° 1**

Aborda procedimientos e investigaciones relacionados a: servicios bancarios y financieros, mercado de valores, sistema de pensiones, planes de salud, servicios de salud humana, y otros seguros.

**COMISIÓN DE
PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR N° 2**

Aborda procedimientos e investigaciones en materia de protección al consumidor que comprenden los demás segmentos económicos que no son de competencia de la Comisión de Protección al Consumidor N° 1.

**COMISIÓN DE
PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR N° 3**

Es competente de forma exclusiva para investigar, iniciar y resolver, procedimientos administrativos sancionadores por propia iniciativa en materia de protección al consumidor.



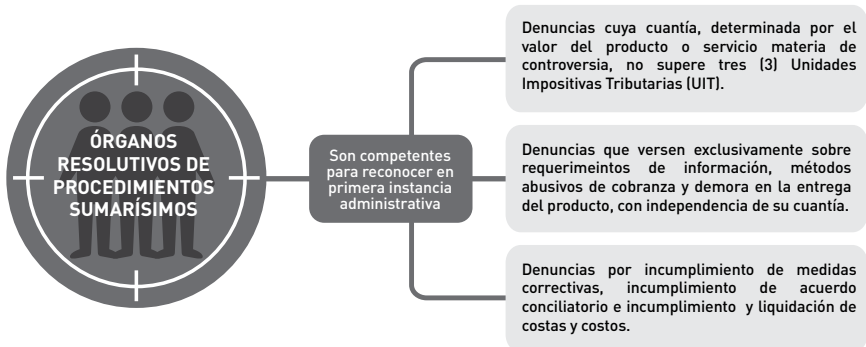
Al constituirse la Comisión de Protección al Consumidor como la primera instancia la segunda instancia en vía de apelación es la Sala Especializada de Protección al Consumidor.

2.2. Procedimiento Sumarísimo

El procedimiento sumarísimo es un procedimiento especial de carácter célere o ágil para los casos en que ello sea necesario por la cuantía o la materia en controversia. Se inicia de oficio, como consecuencia de una denuncia de parte, cuyo plazo es de treinta (30) días hábiles desde la notificación con la imputación de cargos al posible infractor hasta la emisión de la resolución final.

La primera instancia la constituyen los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor (OPS) y la segunda instancia, en vía de apelación, es la Comisión de Protección al Consumidor. En la actualidad no existe el recurso de revisión.

Los OPS fueron creados por el Consejo Directivo del Indecopi y atienden este tipo de procedimientos, cuya competencia se circunscribe a:





Cabe señalar que, para contabilizar la cuantía de la denuncia, esta no se encuentra determinada por el valor de la medida correctiva solicitada con la denuncia, sino por el valor del producto o servicio materia de controversia.

Tanto en el procedimiento ordinario como el sumarísimo, no es obligatoria la intervención de un abogado, por lo que no es requisito para la presentación de la denuncia o cualquier otro escrito, que el mismo se encuentre autorizado por letrado.

2.3. Diferencias entre el procedimiento ordinario y sumarísimo

A continuación, se podrá identificar las diferencias entre el procedimiento ordinario y sumarísimo:

	Procedimiento Ordinario	Procedimiento Sumarísimo
Por la naturaleza jurídica de los intereses involucrados	<ul style="list-style-type: none">▶ Conductas que afecten intereses particulares.▶ Conductas que afecten intereses difusos o colectivos.	<ul style="list-style-type: none">▶ Conductas que afecten intereses particulares.
Por la materia involucrada	<ul style="list-style-type: none">▶ Productos o sustancias peligrosas.▶ Actos de discriminación y trato diferenciado.	<ul style="list-style-type: none">▶ Métodos abusivos de cobranza.▶ Falta de entrega del producto.▶ Falta de atención de reclamos y requerimientos de información.▶ Incumplimientos de medidas correctivas, acuerdo conciliatorio y liquidación de costas y costos.
Por la razón de la cuantía	<ul style="list-style-type: none">▶ No apreciable en dinero.▶ Valor mayor a 3 UIT.	<ul style="list-style-type: none">▶ Valor menor a 3 UIT.



3. Además del procedimiento sancionador, ¿existen otros mecanismos para proteger nuestros derechos?

3.1. Libro de reclamaciones

El Libro de Reclamaciones es una herramienta útil para la protección de los derechos de los consumidores que debe estar disponible en todos los establecimientos comerciales o plataformas de ventas por internet que cuenten con una sucursal en el país.

Permite presentar las quejas o reclamos por inconvenientes que surjan frente a la compra de un producto o contratación de un servicio; generando la obligación del proveedor de ponerlo a disposición de los consumidores cuando lo soliciten. Sobre ello veamos:

¿Qué es una queja?

Es una disconformidad frente a una mala atención del proveedor, pero que no guarda relación directa con el producto o servicio adquirido. Por ejemplo: los servicios higiénicos de un restaurante que no se encuentran en buen estado, una mala atención del personal de una tienda, etc. Ante la formulación de una queja el proveedor no se encuentra en la obligación de emitir una respuesta. Este tipo de manifestaciones por parte de consumidor ayudan al proveedor a mejorar la calidad de su atención.

¿Qué es un reclamo?

Se produce cuando el consumidor no se encuentra conforme con el producto adquirido o servicio brindado. Por ejemplo: una disconformidad por la calidad de un producto, consumos no reconocidos, publicidad engañosa, etc. En ese





caso, el proveedor tiene la obligación de brindar una respuesta dentro del plazo legal de 30 días calendario⁶.

Cabe señalar que ni la queja ni el reclamo constituyen denuncias, por lo cual no dan inicio a un procedimiento administrativo sancionador por infracción a la normativa de protección al consumidor.

Debemos considerar que el Libro de Reclamaciones puede encontrarse en formato físico o virtual; en este último caso, cuando el libro es de naturaleza virtual debe estar alojado en la página principal o de inicio del portal web.

En este instrumento, como se ha mencionado, el consumidor puede registrar cualquier reclamo o queja que tenga sobre los productos y/o servicios que ha adquirido o pretende adquirir, por lo que los proveedores deben contar con un aviso en el que indiquen que cuenta con el mismo, precisando además la naturaleza del mismo (físico o virtual).

El Libro de Reclamaciones se constituye en un mecanismo de solución de conflictos autocompositivo porque promueve la mediación entre el consumidor y el proveedor, ya que cuando el consumidor llena una hoja de reclamación, el proveedor tiene la obligación de brindar una respuesta a ese reclamo.

En esa respuesta, el proveedor tiene la posibilidad de ofrecer una solución al consumidor, la cual se puede consignar en el mismo acto en que es llenado el libro

⁶ Conforme a lo previsto en el artículo 6 del Decreto Legislativo N° 011-2011-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el proveedor tiene la obligación de dar respuesta al reclamo formulado 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). Sin embargo, 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 reclamaciones, o posteriormente. En ese caso, únicamente será necesario que el consumidor, si está de acuerdo con la solución propuesta, indique “acuerdo aceptado para solucionar el reclamo” u otra fase similar para entender que se ha resuelto la controversia.

Los acuerdos a los que pueden llegar el consumidor y el proveedor para dar solución al conflicto, a través de dicha herramienta, son considerados como acuerdos conciliatorios.

3.2. El Servicio de Atención de Reclamos del Indecopi

El Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi realiza una labor gratuita de intermediación entre los consumidores y los proveedores para que puedan arribar a la solución de sus conflictos. De esta manera, los funcionarios actúan como terceros independientes que facilitan la mediación y conciliación entre consumidores y proveedores, así tenemos:

Representante del Indecopi

- Se reúne en calidad de moderador (persona imparcial que dirige la reunión y se encarga de mantener el orden) con el proveedor y el consumidor.

Se busca

- Propiciar una conversación en la que se exponga el caso y los puntos de vista en conflicto.

El objetivo del diálogo es

- Conciliar; es decir, llegar a un acuerdo que beneficie a ambas partes, evitando así llegar a instancias legales mayores.

En caso no se logre un acuerdo

- Debe presentar su denuncia ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos o ante la Comisión de Protección al Consumidor, según corresponda, efectuando el pago de una tasa administrativa.



Este mecanismo se inicia cuando el consumidor presenta un reclamo ante el Indecopi; entonces se establece contacto con el proveedor para informarle de ello y se le otorga un plazo para que brinde información al respecto o, de considerarlo conveniente, ofrezca una solución. Esta labor de mediación es la primera etapa de este servicio, en la que únicamente se canaliza y facilita la comunicación entre el consumidor y el proveedor.

La segunda etapa se da cuando las partes, pese al intercambio de comunicaciones, no llegan a una solución, en ese caso el Indecopi cita a una audiencia de conciliación. En esta participa el consumidor y el proveedor, así como un representante del Indecopi, quien coadyuva a las partes a arribar a un acuerdo e incluso puede proponer fórmulas de solución a su conflicto.

Es importante tener en cuenta que no es un requisito previo que el consumidor utilice este servicio antes de presentar su denuncia administrativa o su solicitud de inicio de arbitraje ante la Junta Arbitral, ni tampoco es deber del proveedor dar respuesta a las comunicaciones que le curse el Indecopi ni asistir a la audiencia de conciliación.

Este mecanismo, al igual que el Libro de Reclamaciones, depende de la voluntad del proveedor y del consumidor para llegar a un acuerdo. De darse el caso que las partes lleguen a un acuerdo conciliatorio, este será consignado en un acta que es vinculante para las partes, y su incumplimiento puede ser sancionado.

El Indecopi impulsa permanentemente el desarrollo de este mecanismo, con el fin de que la ciudadanía pueda fácilmente acceder a él, por ello, en el marco de la Agenda Digital⁷ del Indecopi, se ha puesto a disposición de la ciudadanía herramientas digitales como el “Reclama Virtual” y el “Concilia Fácil”, dos mecanismos que permiten a los consumidores, sin necesidad de desplazarse

⁷ Disponible en: <https://bit.ly/2l540VU>



físicamente, poder presentar sus reclamos e incluso celebrar audiencias de conciliación de manera virtual y accesible.

Asimismo, el Indecopi viene sumando esfuerzos para el desarrollo del proyecto interinstitucional denominado “Ventanilla única de atención del sistema para la solución de conflictos de consumo”, que permitirá estandarizar la normativa de atención de quejas y reclamos de consumo, fortaleciendo los canales de información establecidos para recibir y atender reclamos de los usuarios y brindar orientación a la ciudadanía.

3.3. El arbitraje de consumo

El Arbitraje de Consumo es otra herramienta que el Indecopi pone a disposición del consumidor para que pueda obtener la solución a inconvenientes que se puedan presentar al adquirir un producto o durante la prestación de un servicio.

Mediante el Arbitraje de Consumo, consumidores y proveedores pueden dar fin a los inconvenientes que se puedan presentar entre ambos, de manera sencilla, gratuita y rápida, a través del pronunciamiento de un profesional independiente y especializado en la materia, que recibe el nombre de árbitro.

La solución se da a través del pronunciamiento de un Tribunal Arbitral que es vinculante y de obligatorio cumplimiento para el proveedor, porque tiene los efectos de cosa juzgada. Este pronunciamiento no solo resuelve el conflicto, sino que también puede conllevar al otorgamiento de indemnizaciones a favor del consumidor por los daños y perjuicios que ha sufrido.

Es fundamental hacer hincapié en que las partes participan voluntariamente del arbitraje de consumo para que un tercero, denominado Tribunal Arbitral, sea quien resuelva la controversia a través del examen de lo manifestado por las partes y de los medios probatorios que han aportado al proceso. En consecuencia,



a través del arbitraje de consumo las partes no dan solución a su conflicto a través del diálogo, sino que dejan esta labor al Tribunal Arbitral.

Así las características del Arbitraje de Consumo son:

- ▶ **Voluntario:** requiere el consentimiento del consumidor y del proveedor para emplearlo como mecanismo de solución de controversias.
- ▶ **Gratuito:** Ni el consumidor ni el proveedor deben realizar pagos por concepto de tasas administrativas u honorarios arbitrales.
- ▶ **Sencillo:** No requiere obligatoriamente asesoría legal, el trámite es flexible dado que no se debe cumplir con requisitos rigurosos, y se fomenta el uso de medios electrónicos para la presentación y notificación de escritos.
- ▶ **Vinculante:** el laudo es de obligatorio cumplimiento para el proveedor y consumidor.
- ▶ **Rápido:** la controversia se resuelve en 45 días hábiles y no hay doble instancia.
- ▶ **Confidencialidad:** El consumidor y el proveedor deben mantener reserva sobre el problema que se está resolviendo a través del arbitraje de consumo.
- ▶ **Otorga indemnizaciones⁸:** El consumidor puede solicitar el otorgamiento

⁸ Decreto Supremo N° 103-2019-PCM

Artículo 23.- Adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo

[...]

23.4 Los proveedores o las organizaciones empresariales que soliciten su adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo, pueden pedir que dicha adhesión sea limitada solo para los siguientes supuestos:

[...]

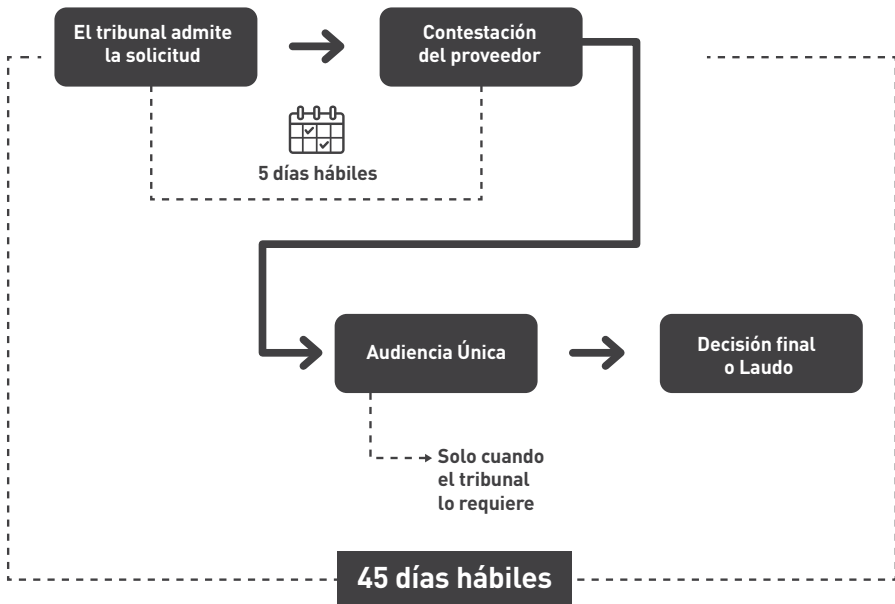
b. Cuando se requiera que en el arbitraje de consumo solo se analice la petición de indemnización por daño emergente y/o lucro cesante, pudiendo establecer un monto máximo por dichos conceptos, dejando a salvo el derecho del consumidor de acudir al Poder Judicial para solicitar una indemnización por daño a la persona y daño moral, de ser el caso.



de una indemnización siempre que acrediten el daño causado, debiendo el Tribunal Arbitral verificar que se ha producido un menoscabo patrimonial o personal al consumidor a través de medios probatorios, para otorgarla.

- ▶ Libre de sanciones: El Tribunal Arbitral no puede imponer sanciones (amonestaciones o multas) al proveedor.

El procedimiento que se sigue ante el Tribunal Arbitral es el siguiente:





3.4. Las defensorías gremiales

El Indecopi, a través del Consejo promueve la creación e implementación de las Defensorías Gremiales del Consumidor, acompañando a las empresas en dichos procesos.

Así, las Defensorías Gremiales son sistemas de autorregulación, independientes del Indecopi, creados libremente por los proveedores de un determinado gremio empresarial, con la finalidad de ofrecer a los consumidores la solución directa a sus reclamos.

Estos sistemas de autorregulación consisten en un órgano unipersonal o colegiado, denominado defensor o tribunal gremial, que se encarga de resolver los reclamos que los consumidores presenten ante este. Este órgano se conforma al interior de un gremio empresarial, pero suele gozar de independencia funcional, lo que permite que las controversias, entre los consumidores y los proveedores que conforman el gremio, se resuelvan con objetividad.

Sin embargo, el pronunciamiento de la defensoría gremial es diferente al que puede emitir un órgano resolutorio del Indecopi o un Tribunal Arbitral, en tanto no existe norma que dé fuerza vinculante a estas decisiones. Por lo tanto, los pronunciamientos serán efectivos en la medida que los propios gremios empresariales se preocupen por crear herramientas para obligar a los proveedores que cumplan lo que las defensorías determinen.

Asimismo, el trámite del reclamo ante las defensorías gremiales se realizará según las reglas que establezca cada gremio empresarial al crear su defensoría.



















El consumidor que haya reclamado ante una determinada defensoría gremial, puede emplear otro de los mecanismos de resolución de conflictos de consumo de forma posterior de no encontrarse de acuerdo con lo decidido.





Finalmente, las defensorías gremiales pueden establecer diferentes canales orientados a la protección de los derechos de los consumidores en cada uno de sus sectores, este es el caso de los “Alós”⁹, que son espacios creados en coordinación con el Indecopi a fin de establecer canales directos dirigidos a promover la solución de controversias de manera rápida, ágil y eficiente en los sectores de competencia de cada Defensoría.

Así, a modo de resumen se puede establecer que las principales características de los diferentes “Mecanismos de Solución de Conflictos” establecidos en las normas de protección y defensa del consumidor, son las siguientes:

		PLAZO	COSTO	INDEMNIZACIÓN
RECLAMA VIRTUAL 		5-15 días hábiles	Gratuito	No
ALOS 		7-15 días hábiles	Gratuito	No
DEFENSORÍAS GREMIALES 		15-30 días hábiles	Gratuito	No
LIBRO DE RECLAMACIONES 		30 días calendario	Gratuito	No
ARBITRAJE DE CONSUMO 		45 días hábiles	Gratuito	Si
DENUNCIAS PROCEDIMIENTOS SUMARISIMOS 	 30 días Primera instancia +  30 días Segunda instancia =  60 días Hábiles		S/ 36.00	No
DENUNCIAS ORDINARIAS 	 120 días Primera instancia +  120 días Segunda instancia =  240 días Hábiles		S/ 36.00	No

⁹ Hasta la fecha el Indecopi en convenio con las Defensoría Gremiales, viene impulsando el AlóBanco, AlóSeguros y AlóAuto, disponibles en: <https://www.indecopi.gob.pe/en/pc-procedimiento>



EL PERÚ PRIMERO

Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria
Dirección de Sistematización Jurídica y Difusión

Scipión Llona 350 Miraflores, Lima 18
Teléfono: [511] 204-8080
<https://www.gob.pe/minjus>
<https://spijweb.minjus.gob.pe>