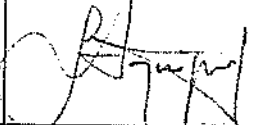



A	:	Jorge Antonio Apoloni Quispe Gerente General
c.c.	:	Presidencia del Consejo Directivo
ASUNTO	:	Comentarios al Proyecto de Ley N° 3432/2013-CR, Ley que combate la publicidad no deseada por vía telefónica
Ref:	:	Oficio N° 910-2013-2014-CODECO/CR
FECHA	:	24 de junio de 2014

		Cargo	Nombre	Firma
APROBADO POR	:	Gerente de Asesoría Legal	L. Alberto Arequipaño T.	
	:	Gerente de Protección y Servicio al Usuario (e)	Rosario Chuecas V.	

I. OBJETO

El presente Informe tiene por objeto expresar nuestras sugerencias y comentarios sobre el Proyecto de Ley 3432/2013-CR, Ley que combate la publicidad no deseada por vía telefónica, para que, de considerarlo pertinente, sea remitido a la Presidencia del Consejo de Ministros, de acuerdo a lo señalado en el Oficio N° 12-2007/PCM-DM-OCP ⁽¹⁾ del 5 de marzo de 2007.

II. COMENTARIOS GENERALES

De la revisión del Proyecto de Ley, se verifica que el objetivo del mismo es el incorporar a las empresas operadoras de servicios públicos de telecomunicaciones (servicio de telefonía fija o móvil) como una entidad a través de la cual los abonados podrán informar si desean o no recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales, con la finalidad de que, en caso de negativa, la empresa operadora

⁽¹⁾ Mediante el cual se dispone que las respuestas a los pedidos de opinión, de información u otros asuntos formulados por las comisiones del Congreso de la República sobre los proyectos de Ley no presentados por el Poder Ejecutivo y por los señores congresistas deben ser canalizadas a través de la Oficina de Coordinación Parlamentaria del Sector la Presidencia del Consejo de Ministros.



ponga en conocimiento del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, para que proceda con el registro respectivo.

Sobre el particular, luego de revisar el texto del Proyecto, consideramos que a efectos de su aprobación definitiva, resulta conveniente revisar los siguientes temas:

a) Artículo 1. Del Objeto

El artículo 1° del proyecto de Ley ⁽²⁾, señala que su objeto es regular "las comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas, realizadas vía telefónica, en forma verbal o escrita".

Sobre el particular, recomendamos se mejore la redacción del mismo teniendo en consideración que las comunicaciones realizadas por vía telefónica pueden efectuarse a través de llamadas, locuciones o mensajes de texto. En tal sentido se recomienda la siguiente redacción:

"Artículo 1. Objeto

La presente Ley regula las comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas, realizadas vía telefónica a través de llamadas, locuciones, mensajes de texto o cualquier otro medio de entablar comunicación con el abonado y/o usuario del servicio de telefonía fija o móvil."

b) Artículo 2. Derechos de los Usuarios

Consideramos que al referirse a los derechos de los usuarios de los servicios telefónicos, debe hacerse referencia a los abonados, en quienes recae la titularidad del servicio público de telefonía fijo o móvil contratado.

En este sentido, se recomienda la siguiente redacción:

"Artículo 2. Derechos de los Abonados

Son derechos de los abonados de los servicios públicos de telefonía fija y móvil, los siguientes:

- 2.1. *Elegir si desea o no acceder a comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas.*
- 2.2. *A revocar su decisión por medio de los mismos mecanismos."*

⁽²⁾ **"Artículo 1. Infracción y sanción**

Toda persona que, a sabiendas, efectúa o permite que desde cualquier teléfono bajo su control se realice una llamada malintencionada dando señales o alarmando respecto de la existencia de fuego, bomba explosiva, delito, auxilio médico o violencia familiar, o haga mal uso del servicio telefónico, o efectúa más de una llamada para no contestar a cualquier sistema o central telefónica de emergencias, urgencias o información administrada por la Policía Nacional del Perú, el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú u otra institución administradora de servicios especiales básicos, incurre en infracción administrativa (...)"

(El subrayado es nuestro)



c) Artículo 3, Deberes de los operadores de los servicios telefónicos

Conforme se alude en la Exposición de Motivos del Proyecto de Ley, la telefonía fija y móvil se ha convertido en un canal recurrido por las empresas para ofrecer sus productos y servicios, muchas veces sin la posibilidad de brindar realmente información cabal de las características del mismo, con la cualidad de la persistencia, pero por sobre todo sin haberla solicitado, es decir, invadiendo la intimidad y tranquilidad de la persona.

Ahora bien, en la contratación de los servicios de telefonía fija y móvil, si bien las empresas operadoras asignan un número de abonado sus contratantes, dicho número no puede ser proporcionado a terceros por constituir un dato personal conforme a lo dispuesto en la Ley de Protección de Datos Personales - Ley N° 29733.

Siendo así, las empresas operadoras únicamente pueden registrar en sus bases de datos el número de abonado y demás datos asociados a sus abonados y emplearlo exclusivamente para fines vinculados a la prestación del servicio público contratado ⁽³⁾. Solo en el caso que el contratante lo autorice se le podrá enviar publicidad de la misma empresa ⁽⁴⁾.

Ahora bien, con relación a la información y publicidad brindada por otras empresas debe tenerse presente que toda vez que el número telefónico es asignado a un abonado, este entra a su ámbito de administración y disposición, pudiendo el abonado prestar su consentimiento para que pueda ser empleado para brindarle información y/o publicidad a una o diversas empresas, de considerarlo acorde a sus intereses.

En tal sentido, resulta beneficioso que las empresas operadoras brinden dentro de sus servicios de atención al cliente la posibilidad de que los abonados proporcionen

⁽³⁾ Ley de Protección de Datos Personales
 Artículo 6. Principio de finalidad

Los datos personales deben ser recopilados para una finalidad determinada, explícita y lícita. El tratamiento de los datos personales no debe extenderse a otra finalidad que no haya sido la establecida de manera inequívoca como tal al momento de su recopilación, excluyendo los casos de actividades de valor histórico, estadístico o científico cuando se utilice un procedimiento de disociación o anonimización.

⁽⁴⁾ Ley de Protección de Datos Personales
 *Artículo 5. Principio de consentimiento

Para el tratamiento de los datos personales debe mediar el consentimiento de su titular.

Por su parte, el artículo 2° de la misma ley establece que el tratamiento de los datos personales implica, entre otros, la utilización de los mismos.

*Artículo 2. Definiciones

Para todos los efectos de la presente Ley, se entiende por:

(...)

17. Tratamiento de datos personales. Cualquier operación o procedimiento técnico, automatizado o no, que permite la recopilación, registro, organización, almacenamiento, conservación, elaboración, modificación, extracción, consulta, utilización, bloqueo, supresión, comunicación por transferencia o por difusión o cualquier otra forma de procesamiento que facilite el acceso, correlación o interconexión de los datos personales.

El reglamento de esta Ley puede realizar un mayor desarrollo de las definiciones existentes."



su consentimiento para recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales en general, sin que ello implique que en caso de emitir su consentimiento la empresa operadora pueda efectuar un tratamiento de sus datos personales que no fuera única y exclusivamente para comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales de la misma empresa operadora.

Asimismo, que en caso los abonados no manifiesten su consentimiento a recibir publicidad, sean las empresas operadoras las encargadas de registrar dicha información en el Registro creado para tal fin por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

En este sentido, se recomienda que el artículo 3° del proyecto quede redactado bajo el siguiente tenor:

“Artículo 3. Deberes de las empresas operadoras de los servicios públicos de telefonía fija y móvil.

Las empresas operadoras de los servicios públicos de telefonía fija o móvil deberán, como parte de su servicio al cliente - ya sea vía telefónica, virtual o presencial en sus centros de atención al momento de suscribir un contrato por un nuevo servicio público de telefonía fija o móvil – permitir que el abonado informe si desea recibir o no comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales.

En el caso de que los abonados de los servicios telefónicos manifiesten que no desean recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales, el operador deberá registrarlo de manera interna y comunicarlo al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI – a fin de que lo inscriba en el registro implementado para tal efecto.”

d) Artículo 5. Información no comprendida

Consideramos necesario establecer la competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI para efectuar la calificación de las comunicaciones no consideradas comerciales, publicitarias o promocionales, sea bien porque están destinadas a brindar información relevante al cliente, así como aquellas que no promueven productos o servicios de manera directa o indirecta.

Adicionalmente, consideramos que se debe dotar al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI de la facultad de supervisar y solicitar información para el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente norma.

e) Artículo 6. De la infracción

El Proyecto propone que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, sea el organismo encargado



de sancionar a las empresas operadoras de los servicios telefónicos y las empresas que infrinjan lo establecido en la norma, con multas que fijará para tal efecto.

Sobre el particular consideramos que se debe precisar cuáles son las conductas infractoras tipificadas así como las sanciones a imponer, acorde al Principio de Tipicidad y Legalidad.

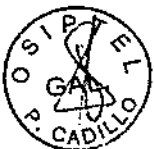
En el caso de las infracciones vinculadas a las empresas operadoras de los servicios públicos de telefonía fija y móvil, consideramos deberán estar vinculadas a la negativa de brindar el servicio de registro de información sobre el consentimiento o no de los abonados si desean recibir o no comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales. Asimismo, se recomienda considerar los casos en los que las empresas operadoras de los servicios públicos de telefonía fija y móvil no registren internamente, ni comuniquen al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, la negativa del abonado de recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales.

III. CONCLUSION

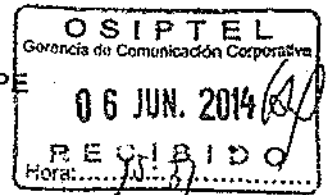
El OSIPTEL considera adecuada la aprobación del Proyecto, aunque recomienda que, en forma previa, se evalúen los comentarios que contiene el presente informe.

IV. RECOMENDACIÓN

Se recomienda que el OSIPTEL remita el presente informe que contiene los comentarios al Proyecto de Ley N° 3432/2013-CR, Ley que combate la publicidad no deseada por vía telefónica, a la Presidencia del Consejo de Ministros.



INFORME N° 056 - GPSU/2014



A : JORGE ANTONIO APOLONI QUISPE
Gerente General

CC : LENKA ZAYEC YELUSIC
Gerente de Comunicación Corporativa

L. ALBERTO AREQUIPEÑO
Gerente de Asesoría Legal

DE : HUMBERTO SHEPUT STUCCHI
Gerente de Protección y Servicio al Usuario

ASUNTO : Proyecto de Ley N° 3432/2013-CR-Ley que
combate la publicidad no deseada vía telefónica

REF : Oficio 910-2013-2014-CODECO/CR

FECHA : Lima, 06 de junio de 2014.

Por medio del presente, me dirijo a usted en atención al Oficio de la referencia, enviado por la Señora Julia Teves Quispe, en su calidad de Presidenta de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, mediante el cual solicita la opinión del OSIPTEL respecto de la mencionada iniciativa legislativa.

Proyecto	Comentario
<p>Artículo 3. Deberes de los Operadores de los Servicios Telefónicos</p> <p>Los operadores de los servicios telefónicos deberán, como parte de su servicio al cliente, consultarle cada vez que éste se pone en contacto con ellos, -ya sea vía telefónica, virtual o presencial en sus centros de atención así como al momento de suscribir un contrato por un nuevo servicio telefónico- si desea recibir o no comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales.</p> <p>En el caso de los usuarios de los servicios telefónicos, que manifiesten que no desean recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales, el operador deberá registrarlo de manera interna y comunicarlo al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI- a fin de que lo inscriba en el registro implementado para éste.</p>	<p>Respecto del primer párrafo se debería realizar la siguiente modificación:</p> <p><i>"Los operadores de los servicios telefónicos <u>podrán</u>, como parte de su servicio al cliente consultarle, -ya sea vía telefónica, virtual o presencial en sus centros de atención al momento de suscribir un contrato por un nuevo servicio telefónico- si desea recibir o no comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales".</i></p>



<p>Artículo 5. Información no comprendida</p> <p>No se considera comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales aquellas que están destinadas a brindar información relevante al cliente sobre los derechos y obligaciones de los productos o servicios que ha contratado y aquellas que no promuevan producto o servicios que ha contratado y aquellas que no promuevan productos o servicios de forma directa o indirecta.</p>	<p>Consideramos necesario establecer la competencia del INDECOPI para efectuar la calificación de las comunicaciones no consideradas comerciales, publicitarias o promocionales, sea bien porque están destinadas a brindar información relevante al cliente, así como aquellas que no promueven productos o servicios de manera directa o indirecta.</p> <p>Adicionalmente, consideramos que se debe dotar al INDECOPI de la facultad de supervisar y solicitar información para el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente norma.</p>
--	---

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



HUMBERTO SHEPUT-S.
GERENTE DE PROTECCIÓN Y
SERVICIO AL USUARIO



"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"
 "Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"

8226 - 2014

Congreso de la República
 Comisión de Defensa del Consumidor y
 Organismos Reguladores de los Servicios Públicos

OSIPI TEL
 Gerencia de Asesoría Legal
 27 MAY 2014
 RECIBIDO
 Hora: 9:13 AM

OSIPI TEL
 2014 MAY 23 AM 9:34
 RECIBIDO

Lima, 14 abril del 2014

OFICIO 910-2013-2014-CODECO/CR

Señor
GONZALO RUIZ DÍAZ
 Presidente del Consejo Directivo de OSIPI TEL
 Calle de la Prosa N° 136
 San Borja -

De mi consideración:

Es grato expresarle mi cordial saludo y manifestarle que la Comisión que presido tiene en estudio el **Proyecto de Ley N° 3432/2013-CR**, Ley que combate la publicidad no deseada por vía telefónica. El cual se adjunta al presente.

En este sentido, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 96° de la Constitución Política del Perú; artículo 87° del Reglamento de Congreso de la República, **solicito opinión** sobre la mencionada iniciativa legislativa.

Aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



Teves Quispe
 Presidenta
 Comisión de Defensa del Consumidor y
 Organismos Reguladores de los Servicios Públicos

Derivado a:	GBSU/6A2		
CC:	GCC	Reg.Saad	
Atención		Informe	
Conocimiento		Comentarios	
Preparar respuesta		Ayuda Memoria	
Aprobado		Archivo	
Revisar		AGENCIADO	
Nota:			
Fecha:	23/05	Presidente OSIPI TEL	

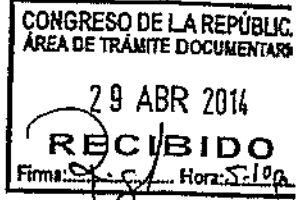
Edificio Víctor Raúl Haya de La Torre, Primer Piso, Puerta 9
 Plaza Bolívar s/n. Lima 1 - Perú
 Teléfono (511) 311-7770, Telefax (511) 311-7771

GBSU enviado x
 saad



Proyecto de Ley N° 3432/2013-CR

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"



Sumilla: Spam Telefónico

El Congresista de la República JOSÉ LUNA GÁLVEZ, integrante del Grupo Parlamentario Solidaridad Nacional (SN), en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con lo establecido en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso, presenta la siguiente iniciativa legislativa;

El Congreso de la República
Ha dado la siguiente ley

**LEY QUE COMBATE LA PUBLICIDAD NO DESEADA POR VIA
TELEFÓNICA**

Artículo 1. Del Objeto

La presente Ley regula las comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas, realizadas vía telefónica, en forma verbal o escrita.

Artículo 2. Derechos de los Usuarios

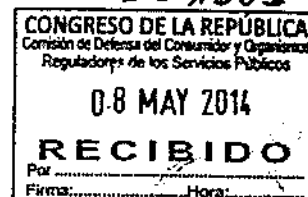
Son derechos de los usuarios de los servicios telefónicos los siguientes:

- 2.1. Elegir, si desea o no, acceder a comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas.
- 2.2. A revocar su decisión, por medio de los mismos mecanismos.

Artículo 3. Deberes de los Operadores de los Servicios Telefónicos

Los operadores de los servicios telefónicos deberán, como parte de su servicio al cliente, consultarle cada vez que éste se pone en contacto con ellos, -ya sea vía telefónica, virtual o presencial en sus centros de atención así como al momento de suscribir un contrato por un nuevo servicio telefónico- si desea recibir o no comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales.

En el caso de los usuarios de los servicios telefónicos, que manifiesten que no desean recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales, el operador deberá registrarlo de manera interna y comunicarlo al Instituto Nacional de Defensa de la



14



Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI- a fin de que lo inscriba en el registro implementado por éste.

Artículo 4. De las empresas proveedoras

Los proveedores de productos o servicios, que de manera directa o indirecta -call center, sistemas automáticos de llamadas o envío de mensajes de texto-, realicen llamadas telefónicas o envíen mensajes de texto, para promover sus productos o servicios, deberán previamente estar inscritos ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI y consultar si el número telefónico al cual desean llamar o enviar mensajes de texto, está registrado, con el objeto de no recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales.

Artículo 5. Información no comprendida

No se considera comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales aquellas que están destinadas a brindar información relevante al cliente sobre los derechos y obligaciones de los productos o servicios que ha contratado y aquellas que no promuevan productos o servicios de forma directa o indirecta.

Artículo 6. De la Infracción

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI-, es el organismo encargado de sancionar a las empresas operadoras de los servicios telefónicos, así como a las empresas proveedoras que infrinjan lo establecido en la presente norma, con multas que fijará para tal efecto.

Disposiciones Complementarias Transitorias y Finales

Primera: De la Sistematización

Los operadores de los servicios telefónicos implementarán, en coordinación con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI, un sistema automatizado que les permita registrar la información en el registro del Instituto

Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.

Segunda: Del Registro

El registro al que se hace referencia en la presente norma y que está a cargo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI, es el Registro "Gracias... No Insista" previsto por la Directiva 005-2009/COD-INDECOPI, Directiva de Operaciones y Funcionamiento del Registro de Números Telefónicos y Direcciones de Correos Electrónicos Excluidos de Ser Destinatarios de Publicidad Masiva y sus modificatorias.

Tercera: Del Reglamento

El Poder Ejecutivo, reglamentará la presente Ley en un plazo máximo de noventa (90) días desde su promulgación.

Lima, abril de 2014

Mano escrita
R. 005

Jose Luna Galvez
DR. JOSÉ LUNA GÁLVEZ
Congresista de la República

Gustavo Rondon Fudinaga
DR. GUSTAVO RONDON FUDINAGA
Congresista de la República
Portavoz del Grupo Parlamentario Solidaridad Nacional

Ronald
R. 005

Gustavo Rondon
G. Rondon

José Luna Galvez
J. Luna Galvez

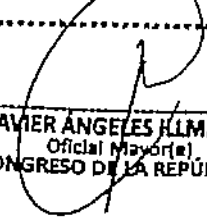
H. Rondon
H. Rondon

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, 06 de Mayo del 2014

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición N° 3432 para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de

Defensa del Consumidor
Defensas Secundarias de los
Consumidores Públicos


JAVIER ANGELES KILMANN
Oficial Mayor(a)
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
Es copia fiel del original


7 MAY 2014
POLIDORO CHANAME ROBLES
Fedatario

[Faint, illegible text]

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En los últimos años, los métodos comerciales y publicitarios empleados por las empresas han variado conforme a las necesidades de estas, por captar mayores clientes así como por el empleo de las tecnologías de la información.

Ahora la publicidad y el ofrecimiento de productos no se realiza –o no en todos los casos- a través de encartes o propaganda dejada en los domicilios o a través de medios de comunicación, tales como la televisión o la radio, por su alto costo; sino que muchas empresas prefieren emplear canales tales como los correos electrónicos, la vía telefónica y los mensajes de texto.

En efecto, y con la masificación del correo electrónico, las empresas emplean este medio para hacer llegar publicidad masiva, anónima o indiscriminada, es por ello, que en el Perú, en el año 2005, se dio la Ley 28493, Ley que Regula el Uso del Correo Electrónico Comercial No Solicitado (SPAM) como respuesta al abuso cometido por diversas empresas que remitían publicidad de manera indiscriminada, masiva a los correos electrónicos, aun cuando los titulares de los correos electrónicos no la solicitaban o no les interesaba.

Al igual que con el correo electrónico, el teléfono se ha convertido en un canal recurrido por las empresas para colocar sus productos o servicios -muchas veces sin la posibilidad de brindar realmente las características del mismo- con la cualidad de la persistencia, pero por sobre todo sin haberla solicitado, es decir, invadiendo (de manera agradable o desagradable) la intimidad y tranquilidad de la persona.

El uso de la vía telefónica de manera verbal o a través de mensajes de texto como medio de publicidad para captar clientes se ha incrementado por el bajo costo del mismo, incluso los denominados "Call Center"¹ se pueden encontrar en países

¹ Centro de Atención de Llamadas



diferentes a donde prestan los servicios, de igual manera los servicios automatizados de llamadas y envío de mensajes de texto.

Esta situación ha sido contemplada por la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor como una práctica comercial agresiva², y lo que busca es salvaguardar los derechos de los consumidores.

Por su parte la Constitución Política del Perú ha previsto que toda persona tiene derecho "...a la paz, tranquilidad, al disfrute del tiempo libre, y al descanso, así como para gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida"³.

Como lo hemos señalado, la constante en la publicidad realizada mediante llamadas telefónicas o mensajes de texto, es la persistencia con la que se realiza y el esfuerzo por colocar un bien o servicio y que sobre todo no hemos solicitado, incluso, en fechas u horarios no apropiados⁴, situación que invade nuestra intimidad e incluso altera nuestra tranquilidad.

"La tranquilidad la calma, la quietud y el reposo se pueden encontrar, siempre y cuando exista un ambiente de paz interna y externa⁵,"

Es por estos motivos que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI ha implementado de manera administrativa el registro "Gracias... No Insista"⁶, por el cual una persona puede inscribirse para no recibir llamadas telefónicas, mensajes de texto a celulares o mensajes electrónicos masivos.

² Literal e) del Artículo 58.1 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

³ Artículo 2, Numeral 22 - Constitución Política del Perú

⁴ De acuerdo a la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, Artículo 62, literal, constituye un método abusivo de cobranza realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20:00 horas y las 07:00 horas o los días sábados, domingos o feriados.

⁵ La Constitución Comentada, Tomo I, Gaceta Jurídica, página 336

⁶ Directiva 005-2009/COD-INDECOPI, Directiva de Operaciones y Funcionamiento del Registro de Números Telefónicos y Direcciones de Correo Electrónicos Excluidos de Ser Destinatarios de Publicidad Masiva y sus modificatorias

A la fecha de la elaboración de la presente iniciativa no se cuenta con cifras oficiales respecto al número de personas que se han afiliado al Registro "Gracias... No Insista", sin embargo podemos señalar que el nivel de alcance es muy bajo.

En tal sentido se propone que los operadores de los servicios de telefonía, como parte de sus servicios de atención a los clientes puedan informar sobre la posibilidad de elegir entre recibir o no, comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales y en el caso que el cliente no la acepte, pondrán en conocimiento del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, para que proceda con el registro respectivo; después de todo los operadores tienen la responsabilidad de brindar un servicio adecuado.

La Ley 28493, Ley que Regula el Uso del Correo Electrónico Comercial No Solicitado, impone al proveedor del servicio la obligación de contar con sistemas o programas de bloqueo y/o filtros para la recepción o la transmisión que se efectuó a través de su servidor, de los correos electrónicos no solicitados por el usuario⁷, como es natural, no podría imponerse un filtro de esta naturaleza, pero si se podría a ellos -los operadores- a establecer dentro de su servicio de Atención al Cliente, (telefónico, personal) que informen a sus clientes sobre la posibilidad de elegir si desean o no recibir la comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales.

Por su parte la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, reconoce que "...Los derechos de cada hombre están limitados por los derechos de los demás, por la seguridad de todos y por las justas exigencias del bienestar general y del desenvolvimiento democrático..."⁸

Así, en España se ha promulgado la Ley 29/2009, por la que se Modifica el Régimen Legal de la Competencia Desleal y de la Publicidad para la Mejora de la Protección de

⁷ Artículo 4, Ley 28493 Ley que Regula el Uso del Correo Electrónico Comercial No Solicitado (SPAM)

⁸ Artículo XXVIII, Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre



los Consumidores y Usuarios⁹, que ha tenido a bien considerar como una "Práctica Agresiva por Acoso" como desleal, "...realizar propuestas no deseadas y reiteradas por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios de comunicación a distancia, salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado legalmente para hacer cumplir una obligación contractual..."¹⁰.

EFFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

Se busca regular las comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales no solicitadas, realizadas vía telefónica, en forma verbal o escrita, dándole la posibilidad al usuario de los servicios telefónicos la posibilidad de elegir si desea o no recibir esta.

Parta tal efecto se incorpora a los operadores de los servicios telefónicos como elementos fundamentales para recabar la decisión (a favor o en contra) de sus clientes y asu vez trasladarla al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI, para su registro correspondiente en el Registro "Gracias... No Insista", el cual será impulsado por la presente norma.

COSTO BENEFICIO ✓

La presente norma no genera costo alguno al erario nacional, toda vez que el Registro "Gracias... No Insista" y que serviría de base para la inscripción de los usuarios que no desean recibir comunicaciones comerciales, publicitarias o promocionales ya existe.

En cuanto a las empresas operadoras, tampoco se le generaría un costo adicional, por cuanto la información la recabarían a través de su servicio de atención al cliente (personal, virtual o vía telefónica) como parte de su servicio; después de todo ellos son los encargados y responsables de un servicio adecuado.

⁹ <http://www.boe.es/boe/dias/2009/12/31/pdfs/BOE-A-2009-21162.pdf>

¹⁰ Numeral 2) artículo 29, Ley 29/2009



Congreso de la República

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"

Por último, la alimentación del registro "Gracias... No Insista" que está a cargo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual -INDECOPI, se haría por medio de un sistema automatizado.

El bienestar que se generará a los millones de usuarios de servicios telefónicos no podría ser cuantificado, pero sin lugar a dudas se terminará con la publicidad comercial molesta cuando ésta no sea deseada.

Pamela Cadillo La Torre

De: Angela Arrescurrenaga Santisteban
Enviado el: lunes, 23 de junio de 2014 11:43 a.m.
Para: Pamela Cadillo La Torre
CC: Rosario Chuecas Velasquez
Asunto: RE: Comentarios Proyecto Ley Publicidad No deseada

Hola Pamela,

Hemos revisado con Charito el tenor del informe, y estamos de acuerdo con la propuesta de informe alcanzado, inclusive con lo indicado en el art. 3 del referido proyecto de ley...

Saludos,
Angela A.

De: Pamela Cadillo La Torre
Enviado el: lunes, 23 de junio de 2014 11:34 a.m.
Para: Angela Arrescurrenaga Santisteban
CC: Rosario Chuecas Velasquez
Asunto: Comentarios Proyecto Ley Publicidad No deseada

Buenos días,

Conforme a lo conversado telefónicamente con Angelita, envío el proyecto de informe que consolida los comentarios al proyecto de Ley 3432/2013-CR, Ley que combate la publicidad no deseada por vía telefónica.

El proyecto de informe recoge los comentarios que efectuaran mediante Informe N° 056-GPSU/2014, con una diferencia con relación al tercer artículo, en el que pusieron la palabra podrán y estamos considerando la palabra deberán, pues sino perdería fuerza el proyecto de ley.

Lo remito para su remisión y conformidad, disculpándome por la demora.

Saludos,

Pamela C.

