

<b>A</b>	:	<b>SERGIO ENRIQUE. CIFUENTES CASTAÑEDA GERENTE GENERAL (E)</b>
<b>CC</b>	:	<b>HUMBERTO LUIS SHEPUT STUCCHI GERENTE DE PROTECCIÓN Y SERVICIO AL USUARIO</b>
<b>ASUNTO</b>	:	<b>OPINIÓN SOBRE EL PROYECTO DE LEY N° 1812/2017-CR, LEY QUE MODIFICA ARTICULOS 58, 62, DE LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR</b>
<b>FECHA</b>	:	<b>22 de noviembre de 2017</b>

	<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>
<b>ELABORADO POR</b>	<b>ASESOR (e)</b>	<b>GUSTAVO OSWALDO CAMARA LOPEZ</b>
<b>REVISADO Y APROBADO POR</b>	<b>GERENTE DE ASESORIA LEGAL</b>	<b>LUIS ALBERTO AREQUIPEÑO TAMARA</b>



## I. OBJETIVO

El presente informe contiene la opinión del OSIPTEL respecto del Proyecto de Ley N° 1812/2017-CR, que modifica los artículos 58 y 62 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

## II. ANTECEDENTES

Mediante correo electrónico de fecha 13.11.2017, la Oficina General de Asesoría Jurídica de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), en el marco de la Implementación del Sistema de “Gestión de Pedidos de Opinión de Proyectos de Ley”, solicita comentarios al Proyecto de Ley N° 1812/2017-CR, que modifica los artículos 58<sup>1</sup> y 62<sup>2</sup> de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

## III. ANÁLISIS Y OPINIÓN RESPECTO AL PROYECTO DE LEY

De la revisión del Proyecto de Ley, se advierte que el mismo tiene como finalidad establecer un horario fijo en el cual los proveedores únicamente podrán efectuar

<sup>1</sup> Artículo 58.- Definición y alcances

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

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

a. Crear la impresión de que el consumidor ya ha ganado, que ganará o conseguirá, si realiza un acto determinado, un premio o cualquier otra ventaja equivalente cuando, en realidad: (i) tal beneficio no existe, o (ii) la realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a efectuar un pago o incurrir en un gasto.

b. El cambio de la información originalmente proporcionada al consumidor al momento de celebrarse la contratación, sin el consentimiento expreso e informado del consumidor.

c. El cambio de las condiciones del producto o servicio antes de la celebración del contrato, sin el consentimiento expreso e informado del consumidor.

d. Realizar visitas en persona al domicilio del consumidor o realizar proposiciones no solicitadas, por teléfono, fax, correo electrónico u otro medio, de manera persistente e impertinente, o ignorando la petición del consumidor para que cese este tipo de actividades.

e. Emplear centros de llamada (call centers), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como prestar el servicio de telemarketing, a todos aquellos números telefónicos y direcciones electrónicas que hayan sido incorporados en el registro implementado por el Indecopi para registrar a los consumidores que no deseen ser sujetos de las modalidades de promoción antes indicadas.

f. En general, toda práctica que implique dolo, violencia o intimidación que haya sido determinante en la voluntad de contratar o en el consentimiento del consumidor.

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

<sup>2</sup> “Artículo 62.- Métodos abusivos de cobranza

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

a. Enviar al deudor, o a su garante, documentos que aparenten ser notificaciones o escritos judiciales.

b. Realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20.00 horas y las 07.00 horas o los días sábados, domingos y feriados.

c. Colocar o exhibir a vista del público carteles o escritos en el domicilio del deudor o del garante, o en locales diferentes de éstos, requiriéndole el pago de sus obligaciones.

d. Ubicar a personas con carteles alusivos a la deuda, con vestimenta inusual o medios similares, en las inmediaciones del domicilio o del centro de trabajo del deudor, requiriéndole el pago de una obligación.

e. Difundir a través de los medios de comunicación nóminas de deudores y requerimientos de pago sin mediar orden judicial. Lo anterior no comprende a la información que se proporcione a las centrales privadas de información de riesgos reguladas por ley especial, la información brindada a la Central de Riesgos de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones ni la información que por norma legal proporcione el Estado.

f. Enviar comunicaciones o realizar llamadas a terceros ajenos a la obligación informando sobre la morosidad del consumidor.

g. Enviar estados de cuenta, facturas por pagar y notificaciones de cobranza, sea cual fuera la naturaleza de estas últimas, al domicilio de un tercero ajeno a la relación de consumo, salvo que se trate de un domicilio contractualmente acordado o que el deudor haya señalado un nuevo domicilio válido.

h. Cualquier otra modalidad análoga a lo señalado anteriormente.”



llamadas telefónicas ofreciendo diversos productos y/o servicios a los consumidores, así como sus acciones de cobranza, caso contrario es considerado un método agresivo y/o abusivo.

Al respecto, se debe indicar que de conformidad con el literal d) del artículo 2.1 de la Ley de Organización y Funciones del INDECOPI<sup>3</sup>, es función del INDECOPI 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.

Asimismo, el artículo 105° del Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que el INDECOPI es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el mencionado Código, conforme al Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del INDECOPI.

De otro lado, de acuerdo con lo establecido en el artículo 20° del Reglamento General del OSIPTEL<sup>4</sup> aprobado mediante Decreto Supremo N°008-2001-PCM, el OSIPTEL ejerce las funciones precisadas en el mencionado reglamento sobre las actividades que involucran la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones.

En ese sentido, teniendo en consideración que el referido Proyecto de Ley propone modificar artículos del Código de Protección y Defensa del Consumidor, referidos a aspectos relacionados con los derechos de los consumidores, que no involucran necesariamente la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones, este Organismo Regulador considera que no es competente para emitir opinión al respecto.

#### **IV. CONCLUSIONES**

Por lo expuesto, el OSIPTEL considera que no tiene competencia para emitir opinión respecto al Proyecto de Ley N° 1812/2017-CR que modifica los artículos 58 y 62 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Atentamente,



<sup>3</sup> Aprobada mediante Decreto Legislativo N° 1033.

<sup>4</sup> Aprobado mediante Decreto Supremo N°008-2001-PCM.