



Curso Virtual

Protección al consumidor y
a la propiedad intelectual

Unidad 1

Protección al consumidor

Sesión 1

Introducción a la Protección al consumidor



PERÚ

Ministerio
de Educación



 Indecopi



Formación Docente
en Servicio

Morgan Niccolo Quero Gaime
Ministro de Educación del Perú

María Esther Cuadros Espinoza
Viceministra de Gestión Pedagógica

Eloy Alfredo Cantoral Licla
Dirección General de Desarrollo Docente

Ismael Enrique Mañuico Ángeles
Dirección de Formación Docente en Servicio

Nombre del material: Protección al consumidor y a la propiedad intelectual

Año de publicación: 2025

Ministerio de Educación del Perú
Calle del Comercio 193, San Borja
Lima, Perú. Teléfono 615-5800
www.minedu.gob.pe



Equipo de Trabajo 'Indecopi Educa'*

- Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor
- Escuela Nacional Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual
- Dirección de Derechos de Autor
- Dirección de Signos Distintivos
- Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías.
- Dirección de Atención al Ciudadano y Gestión de Oficinas Regionales
- Oficina de Cooperación Técnica y Relaciones Institucionales.
- Oficina de Promoción y Difusión

Se reconoce la participación de los siguientes autores en la elaboración de los fascículos:

- **Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor**
 - Erick Ronald Sara Falcón
- **Dirección de Derechos de Autor**
 - Rubén Trajtman Kizner
- **Dirección de Signos Distintivos**
 - Carlos Oswaldo Baldoceca Caraza
 - Carlos Giraldo Quispe Sifuentes
 - Ronald Moisés Gastello Zárate
- **Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías**
 - Liliana del Pilar Palomino Delgado
 - Elizabeth Violeta Dávila Maguiña

Coordinación, diseño pedagógico y revisión:

- **Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y Propiedad Intelectual**
 - Fernando Cieza Paredes
 - Rosabel Alarcón Ramírez

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
Dirección: Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima, Perú
Teléfono: +51 01 224 7800
Página web: www.indecopi.gob.pe

* Equipo conformado mediante la Resolución N° 000154-2023-GEG/INDECOPI

INDECOPI expresa su más sincero agradecimiento al **MINEDU** por el apoyo excepcional que nos brindó en la asistencia técnica para la publicación del presente curso. Realmente apreciamos la capacidad de respuesta y la voluntad de su equipo para hacer realidad este curso en beneficio de los docentes del país.

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción de este fascículo por cualquier medio, total o parcialmente, sin la correspondiente cita.

Unidad 1

Protección al consumidor

Sesión 1

Introducción a la Protección al consumidor



Reflexión de la práctica pedagógica

Para abordar la información de protección al consumidor, retomamos algunos fragmentos del caso de la práctica docente propuesto en la unidad 1.

Lee con atención las siguientes escenas:

Primera escena

En la ciudad de Huancayo, los estudiantes de la institución Educativa “Futuro Responsable” comentan entusiasmados en sus recreos de manera frecuente la novedad de la apertura de nuevas tiendas en la ciudad y que estas ofrecen muchos descuentos en electrodomésticos de la línea blanca de todas las marcas. Pero, estas ofertas solo estarían disponibles a través de la compra en línea y no en sus tiendas físicas.



Siendo una buena oportunidad para que sus padres adquieran la cocina a gas, Ana le comentó para que revisara la información de la oferta. La más feliz era Doña Karen, madre de Ana, debido a que había juntado dinero todo el año para comprar, y habiendo esta liquidación de artefactos era fácil que lo pueda adquirir con el dinero que había juntado.

Así que ese fin de semana, Doña Karen comenzó a revisar cada una de las ofertas para adquirir la nueva cocina a gas para su hogar, y le dijo a Ana que los precios eran cómodos a comparación de los precios que ella y su esposo, don Manuel, habían visto al visitar varias tiendas.



Segunda escena

Ana, al día siguiente decide comentarles a sus compañeros en el horario de recreo, para que sus padres también aprovechen esta liquidación. Cerca del grupo de estudiantes, se encontraba Julio Martínez, el profesor de Comunicación, quien escuchó el comentario de Ana. Y le solicitó que le explicará sobre la liquidación que había visto en redes.



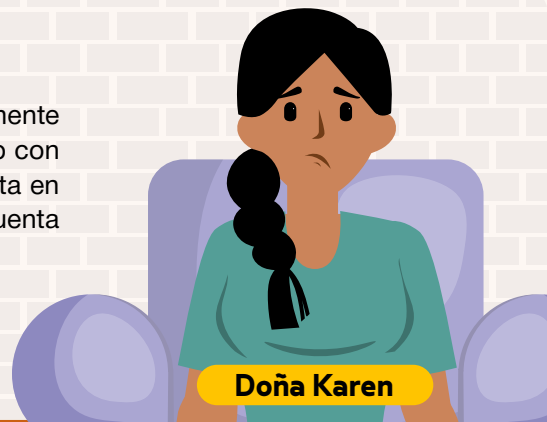
Tercera escena

Doña Karen eligió una cocina a gas de la empresa A, porque le brindaban los siguientes beneficios, un descuento del 50% del valor del producto que incluía el costo de envío a domicilio. Además, el beneficio que más le agradó fue el tiempo de entrega del producto, que eran solo cinco (5) días posterior a la compra, este incluía la instalación.



Cuarta escena

Sin embargo, Doña Karen se encuentra sumamente preocupada debido a que la tienda aún no ha cumplido con la fecha de entrega de la cocina a gas, como lo publicita en su tienda on line. Son más de diez (10) días y aún no cuenta con su producto.



Luego de haber revisado los fragmentos del caso de la práctica docente de la unidad 1, responde las siguientes preguntas de reflexión:

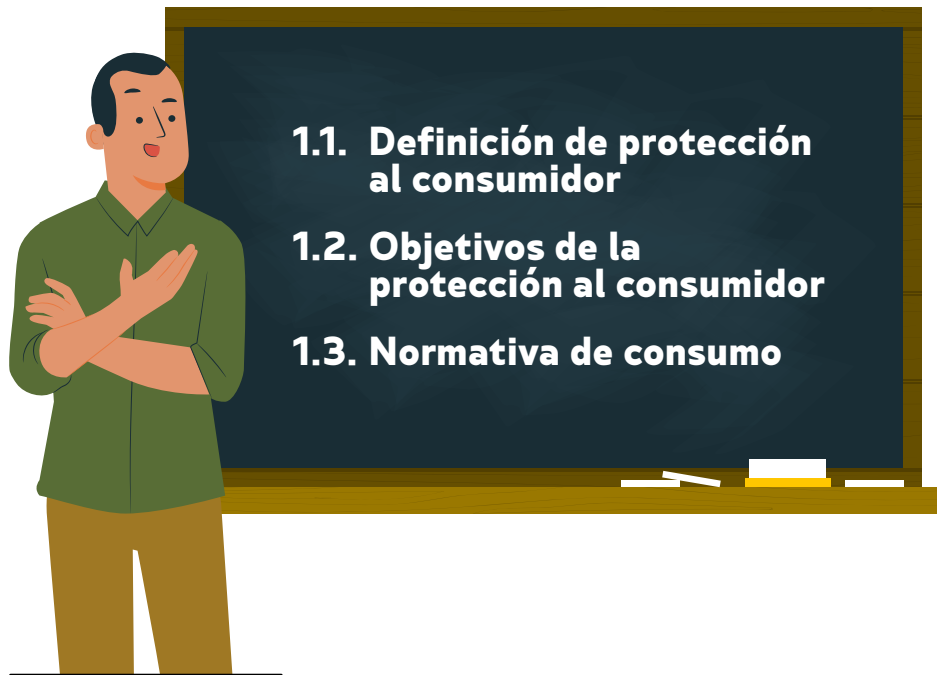
- a. **¿Consideras que la mamá de Ana, la señora Karen actuó de manera acertada para adquirir la nueva cocina a gas para su hogar? ¿Por qué?, si estuvieras en su lugar, ¿Cómo habrías procedido para hacer la compra de dicha cocina a gas que se encontraba en oferta?**

- b. **Desde tu práctica docente, ¿por qué crees que es importante que los estudiantes tomen decisiones económicas y financieras usando las normas que protegen a los consumidores?**



Comprensión de conocimientos y saberes

En esta sesión, se abordan aspectos relacionados con la definición de la protección al consumidor, los objetivos que lo respaldan y la normativa que protege a su consumo.



Esta sesión ha sido diseñada teniendo en cuenta las realidades y desafíos específicos que enfrentan los consumidores en el Perú. A través de un enfoque práctico, los docentes aprenderán no sólo a identificar y prevenir situaciones que puedan vulnerar los derechos de los consumidores, sino contribuir en el inicio de un camino hacia la consolidación de una cultura de consumo consciente y responsable, en la que los ciudadanos sean protagonistas en la defensa de sus derechos y en la promoción de un mercado más justo y accesible para todos; y que ejerzan su ciudadanía y construyan una sociedad más justa.

Antes de explicar cada uno de los contenidos, es necesario señalar que se cuenta con el Código de Protección y Defensa del Consumidor:



Esta normativa establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del Art. 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú. (Indecopi, 2023, p.6)

Previo a definir “protección al consumidor”, es preciso conocer un resumen sobre cómo se generó este derecho a través de la historia de la protección al consumidor:



En un mundo donde el mercado ofrece una amplia gama de productos y servicios, es crucial que los consumidores tomen decisiones informadas y sepan cómo actuar ante situaciones que vulneren sus derechos.

En este contexto, la protección al consumidor se convierte en una herramienta esencial para garantizar el bienestar de la población y fomentar una cultura de equidad y justicia en las relaciones de consumo.

En el Perú, la protección del consumidor es reconocida desde la Constitución Política, que señala en su artículo 65 que el Estado es responsable de defender el interés de los consumidores y usuarios, garantizando el derecho a la información sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, y velando por la salud y la seguridad de la población.

La forma en la que el Estado protege estos intereses está desarrollada en la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, que establece un marco que busca equilibrar las relaciones entre consumidores y proveedores, garantizando derechos fundamentales como el acceso a la información veraz, la seguridad en el consumo de productos y servicios, y la protección frente a prácticas comerciales abusivas.

Sin embargo, para que esta ley sea realmente efectiva, es necesario que todos los ciudadanos, desde temprana edad, comprendan sus derechos y sepan cómo ejercerlos. Es por ello que, los docentes desempeñan un papel clave, siendo los encargados de llevar este conocimiento al aula y convertirlo en parte de la formación integral de los estudiantes.

1.1. Definición de protección al consumidor:

Previo a definir el alcance de protección al consumidor, es responder las siguientes preguntas:



¿Quién es el consumidor?



¿Quién es el proveedor?



¿Qué es la asimetría informativa?



¿Qué es el INDECOPI?



1.1.1. Consumidor

Generalmente entendemos por consumidor a aquella persona que adquiere o utiliza bienes y/o servicios, es decir, quien consume. Esta definición propia del lenguaje común es la que recoge la Real Academia de la Lengua Española, que define el término consumidor como persona que adquiere productos de consumo o adquiere ciertos servicios ya sea cliente, comprador o usuario.

En el ámbito económico se define al consumidor como aquel sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlo a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades, personales o familiares, sin intención alguna de emplearlo o integrarlo en su propia actividad laboral o profesional.

En ese sentido, el consumidor se limita a participar en la última fase del proceso económico gozando, usando o disfrutando un determinado bien, de acuerdo con sus características y su naturaleza.

Como vemos, un elemento central de la noción de consumidor es que este es un individuo que actúa con un ánimo de usuario o consumidor final del producto o servicio que adquiere. Queda excluida de esta definición toda adquisición que se realice con fines comerciales o de empresa. Esta noción es la que se ha abordado de manera universal y es reconocida por las Naciones Unidas, que define al consumidor como toda persona física, con independencia de su nacionalidad, que actúa principalmente con fines personales, familiares o domésticos.

Para los fines de esta sesión únicamente nos enfocaremos en esta definición básica de consumidor; es decir, **la persona individual que adquiere productos o servicios para uso o consumo final.**

Es importante tener en cuenta que dentro de la noción de consumidor estamos comprendidos todos, independientemente de nuestra edad, sexo, posición económica, entre otros, debido a que todos en distintos momentos del día adquirimos bienes o contratamos servicios, o estamos expuestos a ellos, a través de la publicidad, las ofertas, entre otros.



Ejemplo 1: Compra on line

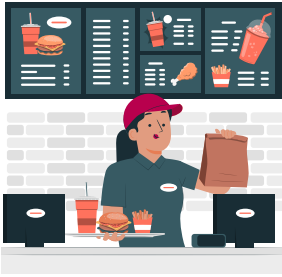
En el caso de la Sra. Karen, quien adquirió el producto a través de una compra en línea, tiene la condición de consumidor.

Ella verificó a través de la página web del centro comercial que el producto que requería, lo ofrecían en las condiciones (modelo, precio y entrega) según sus necesidades, manifestando su conformidad con la compra on line.

Ejemplo 2: Compra de electrodoméstico

Si compras un electrodoméstico, como una licuadora, para tu consumo personal o para entorno familiar o social, entonces serás considerado un consumidor.





Ejemplo 3: Consumo en un restaurante

Si entras a un restaurante y pides tu plato favorito, entonces eres un consumidor.



Ejemplo 4: Compras que no califican como consumo

Si adquieres una o varias cajas de zapatillas para venderlas en tu emprendimiento, no serías calificado como consumidor, debido a que el ánimo de compra es obtener ganancias.

1.1.2. Proveedor

Además del consumidor, el proveedor es el otro actor relevante dentro del mercado, pues es el encargado de abastecer de productos o prestar los servicios que necesita o busca el consumidor.

Según la Real Academia Española, define a proveedor como aquella persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin. Nuevamente este concepto resulta insuficiente para comprender su rol dentro de la relación de consumo.

Para ello, recurriremos al Código de Protección y Defensa del Consumidor, que define al proveedor como cualquier persona natural o jurídica que, de manera habitual, se dedica a la fabricación, elaboración, manipulación, acondicionamiento, mezcla, envasado, almacenamiento, preparación, expendio, suministro de productos o a la prestación de servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.

Como vemos, el proveedor es aquella persona o empresa que participa en distintos puntos de la cadena de suministro de un producto o servicio que está destinado para un consumidor. Así, tenemos a los:

- Productores y fabricantes, que se encargan de la producción, extracción o transformación de bienes para los consumidores.
- Distribuidores o comerciales, que venden o proveen por mayor o menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores
- Importadores, que se dedican a la importación de productos de consumo para su venta en el territorio nacional.



Productores y fabricantes



Distribuidores o comerciales



Importadores

D. Prestadores, quienes se dedican a prestar servicios a los consumidores.

Ejemplo 1: Prestadores de servicios



Existen empresas de servicio dedicadas a la instalación y reparación de productos electrodomésticos y/o servicios de gasfitería, electricidad, de consultoría, de asesoría, etc.

Un rasgo importante que define a los proveedores es el concepto de “habitualidad”, que alude al hecho de que, aun cuando muchas personas puedan vender un producto a otra persona, solo serán proveedores aquellos que se dediquen regularmente a esta actividad, es decir, que tenga el ánimo de ofrecer sus productos o servicios con vocación de permanencia.



Ejemplo 2: Prestador de servicio

Un restaurante abierto al público que vende diariamente diversos platos para consumo en el local o mediante servicio de reparto a domicilio, será considerado como proveedor.



Ejemplo 3: Venta que no te califica como proveedor

Una persona que vende su cocina usada a un amigo porque se está mudando de la ciudad, no será considerado un proveedor.

1.1.3. Relación de Consumo

Como vimos previamente, el **consumidor** es aquella persona que adquiere o contrata bienes y servicios para satisfacer necesidades y deseos personales, o de su entorno familiar y social; mientras que el **proveedor** es este actor económico que se dedica a la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios dirigidos al consumo.

En ese contexto, la relación de consumo es aquella que surge entre el consumidor y el proveedor cuando ambos concurren en el mercado y el primero decide adquirir un bien o servicio al segundo a cambio de un pago.

La relación de consumo constituye así un fenómeno relevante en el funcionamiento del **mercado**, el cual sirve como un **espacio económico común** para que los consumidores y proveedores concurren con sus intereses, necesidades y aportes particulares, en torno al objetivo general de generar bienestar particular y general a través del intercambio.

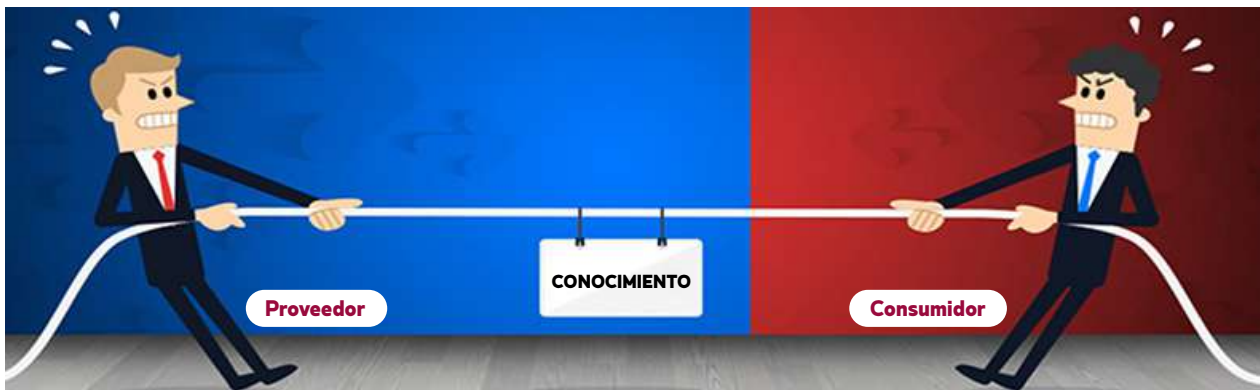
Es importante considerar que, como consecuencia de la interacción de los consumidores y proveedores en el mercado, se pueden producir también una serie de conflictos que el Estado procurará evitar y, eventualmente, solucionar, estableciendo y haciendo respetar los parámetros dentro de los cuales se deben llevar a cabo las relaciones económicas.



1.1.4. Asimetría informativa

En el ámbito del consumo se emplea usualmente el concepto de asimetría de la información, para referirse a la situación en la que una de las partes (usualmente el vendedor) tiene más o mejor información que la otra parte (el consumidor), lo que puede llevar a decisiones de compra desfavorables para el consumidor o a prácticas comerciales abusivas.

Algunos consideran que la protección al consumidor se basa precisamente en la asimetría de información existente entre los proveedores y consumidores, pues se parte de la premisa de que una categoría de agentes económicos (los proveedores) se encuentran en una posición ventajosa frente a la otra (los consumidores) como resultado de su capacidad para adquirir y procesar información, su experiencia en el mercado y a su situación frente al proceso productivo.



Quien conduce un proceso productivo y/o de comercialización de bienes y servicios cuenta con la posibilidad de adquirir y utilizar de mejor manera información relevante y con ello, eventualmente, obtener una ventaja que podría ser utilizada en contravención de la Ley.

1.1.5. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)

Es la entidad encargada de la defensa del consumidor, la regulación de la competencia entre las empresas y la protección de la propiedad intelectual en el Perú. Ha sido creada en el año 1992 con el Decreto Ley N° 25688 y actualmente tiene la condición de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, encargada de efectuar la coordinación con distintos actores públicos y privados con el objetivo de garantizar el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.

En ese sentido, todo consumidor está protegido por el Código de Protección y Defensa del Consumidor N° 29571. Esta norma tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses.

Recuerda que la Constitución Política del Perú refiere lo siguiente:

Artículo 65.- Protección al consumidor

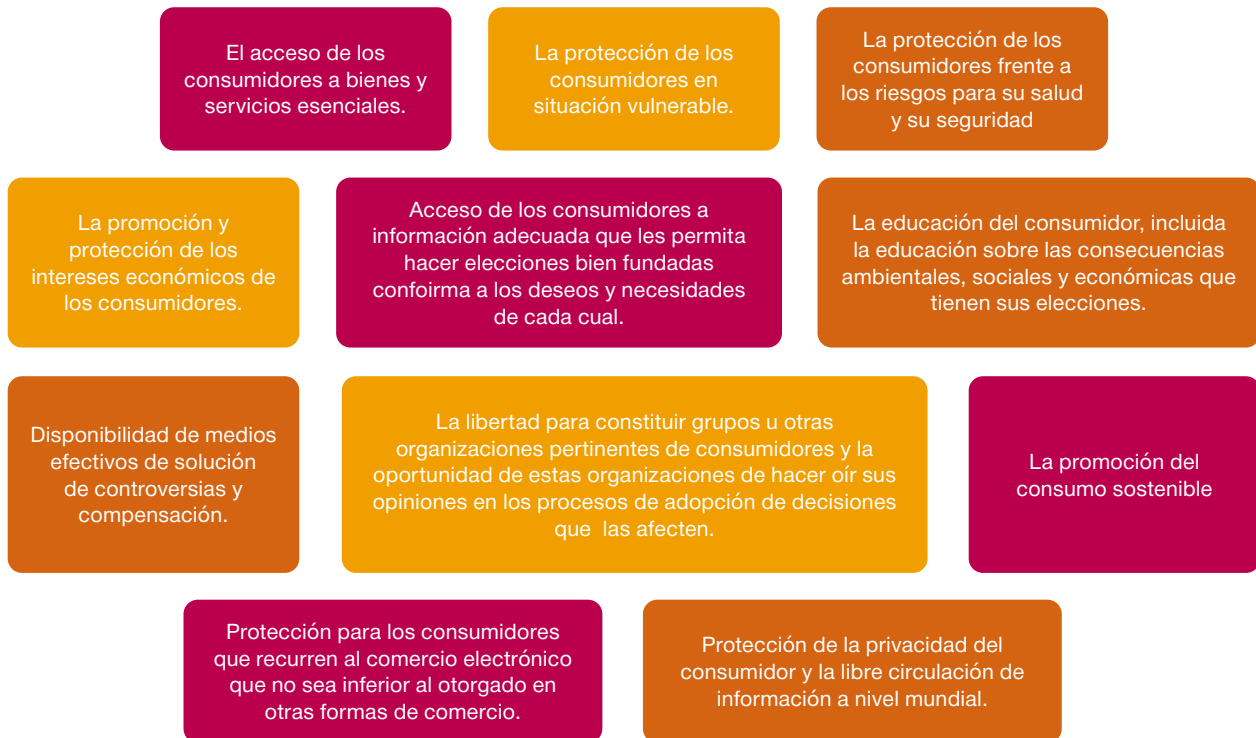
El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.

1.2. Objetivos de la protección al consumidor:

La protección al consumidor tiene como objetivo general garantizar que los derechos de los consumidores sean respetados y que puedan tomar decisiones informadas y seguras en el mercado.

Para el cumplimiento de ese objetivo, las Naciones Unidas han señalado que los Estados Miembros deben formular, fortalecer o mantener una política enérgica de protección del consumidor, teniendo en cuenta las directrices que establece dicha organización, así como las prioridades propias de cada país según sus circunstancias económicas, sociales y ambientales y las necesidades de su población.

Entre estas necesidades que se buscan cubrir se encuentran las siguientes:



Partiendo de estas necesidades básicas, los objetivos concretos de la protección al consumidor se pueden resumir en los siguientes:

1.2.1. Garantizar la seguridad y calidad de los productos y servicios:

Que involucra proteger a los consumidores de productos o servicios que no cumplen con las características ofrecidas y asegurar que las empresas cumplan con normas y estándares de seguridad establecidos.

Ejemplo: A través de algunas normas, se prohíbe y sanciona la venta de juguetes con materiales tóxicos que no cumplan con normas sanitarias, tales como la Ley N° 28376, Ley que prohíbe y sanciona la fabricación, importación, distribución y comercialización de juguetes y útiles de escritorio tóxicos o peligrosos.



1.2.2. Proveer información clara y veraz:

Implica garantizar que los consumidores reciban información completa, verídica y transparente sobre los productos o servicios que adquieren y combatir la publicidad engañosa o confusa que pueda inducir a error al consumidor.

Ejemplo: El Ministerio de Salud establece la información obligatoria que las empresas deben incluir en las etiquetas de los alimentos y bebidas, tales como ingredientes, fechas de vencimiento o términos de servicio. Estas disposiciones están contempladas en el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 007-98-SA.



1.2.3. Prevenir prácticas abusivas y engañosas:

Implica proteger a los consumidores de prácticas comerciales desleales, como cobros indebidos, cláusulas abusivas en contratos o métodos coercitivos de venta.

Ejemplo: Regular los contratos por adhesión, como los de servicios financieros, para evitar que las empresas establezcan condiciones contractuales injustas. (Art. 48 del Código de protección y defensa del consumidor).



1.2.4. Respetar la libertad de elección del consumidor:

Garantizando que los consumidores tengan acceso a una variedad de productos y servicios para elegir según sus necesidades, preferencias y capacidades económicas.

Ejemplo: Prohibir a las empresas los métodos comerciales abusivos o engañosos que pueden inducir a un consumidor a adquirir productos que no desean adquirir o bajo condiciones desfavorables, mediante coacción, engaño, acoso, entre otros. (Art. 56, 57 y 58 del Código de Protección y Defensa del Consumidor)



1.2.5. Promover el consumo responsable y sostenible

Fomentando hábitos de consumo responsables que consideren el impacto económico, social y ambiental de las decisiones de compra y educando a los consumidores sobre el uso eficiente de recursos y la sostenibilidad.

Ejemplo: A través de diversas normas, como la Ley 30884, se viene incentivando el uso de productos reciclables o la reducción del consumo de plástico. (Ley N° 30884, Ley que regula el uso de plásticos de un solo uso y recipientes o envases descartables.)

1.2.6. Facilitar mecanismos de solución de conflictos

Proporcionar a los consumidores herramientas y procedimientos accesibles para resolver problemas de consumo y obtener compensación en caso de daños o perjuicios. Esto incluye crear sistemas eficaces de conciliación, arbitraje y sanción para proteger los derechos del consumidor.

Ejemplo: Ofrecer canales de atención para presentar reclamos, denuncias y solicitudes de arbitraje de consumo. Se promueve el uso de vías alternativas de resolución de conflictos más célebres que los sancionadores, como el arbitraje de consumo, la conciliación o la mediación).



1.2.7. Fortalecer la educación y conciencia del consumidor

Educando y orientando a los consumidores sobre sus derechos y deberes; los organismos y herramientas disponibles para su defensa.

Ejemplo: Desarrollar experiencias de aprendizaje para que los estudiantes aborden diversos problemas o desafíos económicos sobre el consumo responsable. Esto se realiza a través de programa Indecopi Educa y las campañas “De vuelta al cole”, cuyo objeto es incrementar el conocimiento sobre los derechos de los consumidores.

Estos objetivos tienen relevancia en la vida cotidiana e impactan directamente en la calidad de vida de las personas y en la manera en que se desarrollan las relaciones de consumo, garantizando que las transacciones de bienes y servicios se realicen de manera justa, segura y transparente.



1.3. Normativa de consumo

Con la finalidad de garantizar el bienestar y proteger los intereses de los consumidores, en nuestro país se han aprobado diversas normas de protección al consumidor, las cuales han evolucionado de acuerdo con la coyuntura y nuestro contexto social y económico.

Actualmente, las principales normas que buscan alcanzar ese objetivo son la Constitución Política y el Código de Protección y Defensa del Consumidor, además de algunas normas especiales donde se establecen tanto los deberes de los proveedores de bienes y servicios, como los derechos de los consumidores.

En este capítulo, revisaremos brevemente lo que establecen estas normas de consumo.

1.3.1. Antecedentes de la protección al consumidor en el Perú

El reconocimiento internacional de la protección de los consumidores tuvo sus efectos tempranos en el Perú en la década de los setenta y ochenta, cuando se aprobaron las primeras normas que establecen la obligación del Estado de defender el interés de los consumidores y reconocían sus primeros derechos.

Así, tenemos por un lado a la Constitución Política de 1979, que en su artículo 110 fomentaba la defensa de los intereses de los consumidores en los siguientes términos:

Artículo 110.- *El régimen económico de la República se fundamenta en principios de justicia social orientados a la dignificación del trabajo como fuente principal de riqueza y como medio de realización de la persona humana. El Estado promueve el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racional utilización de los recursos, el pleno empleo y la distribución equitativa del ingreso. Con igual finalidad, fomenta los diversos sectores de la producción y defiende el interés de los consumidores.*

Nótese que esta defensa de los consumidores se reconocía en el marco de un régimen económico controlista, que habilitaba al Estado a intervenir y competir en el mercado con otros proveedores privados, así como a fijar precios de ciertos productos.



En la misma línea de los principios económicos que resaltaba dicha constitución, en julio de 1983 se emitió el Decreto Supremo N° 036-83-JUS, que constituye uno de los primeros reglamentos con medidas concretas para asegurar la defensa de los intereses de los consumidores, en aplicación de la disposición constitucional precitada.






Este dispositivo establecía una definición de consumidor, como aquel a quien mediante contrato verbal o escrito adquiere bienes, fungibles o no, o la prestación de algún servicio; del mismo modo, señalaba una diferencia entre productores o proveedores, y los comerciantes, siendo los primeros aquellos que producían, fabrican o transforman bienes o que prestaban servicios no profesionales, en tanto que los segundos se dedicaban habitualmente al comercio.

Este decreto reconocía ciertos derechos que continúan vigentes hasta la actualidad, tales como derecho a recibir información sobre los bienes y servicios, a la seguridad e información frente a productos peligrosos, al cumplimiento de las promociones y ofertas, así como a la prohibición de condicionar la venta de un producto a la adquisición conjunta de otro.

Si bien el reconocimiento de estos derechos de los consumidores representó un cambio importante con relación a las normas de ese momento, lo cierto es que la norma no establecía algún procedimiento o mecanismo concreto para que los consumidores hagan valer estos derechos frente a los empresarios.

En ese contexto, en el año 1991 se emitieron un conjunto de disposiciones que atendían dicha situación y cubrían diversos vacíos dejados por la norma anterior. Entre ellas, tenemos el Decreto Legislativo N° 691, que establece normas sobre la publicidad en defensa del consumidor, así como el Decreto Legislativo 716, que derogó el Decreto Supremo N° 036-83-JUS y aprobó nuevas normas sobre protección al consumidor.

Con el **Decreto Legislativo N° 716** se reconoció de manera expresa un conjunto de derechos, como los siguientes:

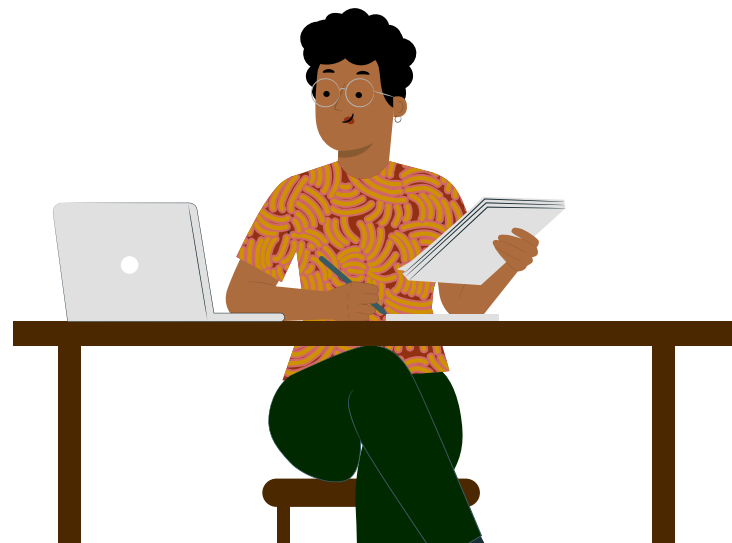
-  Derecho a una protección eficaz contra los productos y servicios que representen riesgo o peligro para la salud o la seguridad física.
-  Derecho a recibir de los proveedores toda la información necesaria para tomar una decisión o elección adecuada de consumo.
-  Derecho a acceder a una variedad de productos y servicios.
-  Derecho a la protección de sus intereses económicos
-  Derecho a ser escuchado de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses.

Asimismo, uno de los cambios más relevantes es definitivamente el establecimiento de una autoridad encargada de sancionar administrativamente a aquellos proveedores que vulneren los derechos e incumplan las obligaciones reconocidas en esta norma, función que fue atribuida a las Comisiones de Protección al Consumidor del Indecopi.

Así, en el año 1992, con la promulgación del Decreto Ley N° 25688, se crea el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi como una institución encargada de proteger el mercado de las prácticas monopólicas que resulten controlistas y restrictivas de la competencia económica, así como de las prácticas que generan competencia desleal, y de aquellas que afectan a los agentes del mercado y a los consumidores.

En ese contexto, las Comisiones de Protección al Consumidor del Indecopi tenían la posibilidad de imponer multas de hasta 100 unidades impositivas tributarias (UIT), así como decomiso, destrucción de mercancías, clausura temporal y definitiva, a aquellas empresas que vulneren los derechos de los consumidores. De esta manera, los consumidores afectados tenían una vía en la que podían hacer valer sus derechos.

Finalmente se reconoce en esta norma a las asociaciones de consumidores, como organismos de derecho privado integrados por grupos de ciudadanos, debidamente organizados, cuya finalidad es emprender acciones para proteger y defender sus intereses frente a las empresas del mercado.



1.3.2. Constitución Política de 1993

Con la Constitución Política de 1993 se reconoció a los ciudadanos la libertad de empresa, que garantiza que las personas puedan elegir y crear libremente una organización con fines económicos, ya sea para la producción de bienes o la prestación de servicios, orientados a la satisfacción de las necesidades del público. Mayor información sobre este derecho, se podrá acceder a través de la Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el expediente N° 3330-2004-AA/TC.

Este enfoque promueve la competencia de las empresas en el mercado, asegurando al mismo tiempo que los beneficios del crecimiento económico se distribuyan de manera justa y se protejan los derechos de los ciudadanos, especialmente los más vulnerables (artículo 59 de la constitución política del Perú). Algunos de los principios que rigen este régimen son:



Fomento de la libre competencia y la iniciativa privada, permitiendo que las fuerzas del mercado determinen precios y niveles de producción. La intervención del Estado solo busca garantizar que el mercado funcione correctamente y sin monopolios o prácticas desleales.



El Estado interviene limitadamente solo para proporcionar servicios esenciales, que incluye educación, salud, seguridad, servicios públicos, infraestructura.



El Estado protege tanto la libertad económica como los derechos sociales, promoviendo un entorno en el que las reglas del mercado sean claras y se respeten los derechos de todas las partes.

De ese mismo modo, también se fortaleció el papel que ocupaba el consumidor, teniendo en consideración su importancia en una economía social de mercado. El artículo 65 de la Constitución constituye así la base legal primordial de la protección del consumidor que, por un lado, establece la obligación estatal de actuar en defensa de los consumidores y, por otro, reconoce un conjunto de derechos básicos de los mismos:

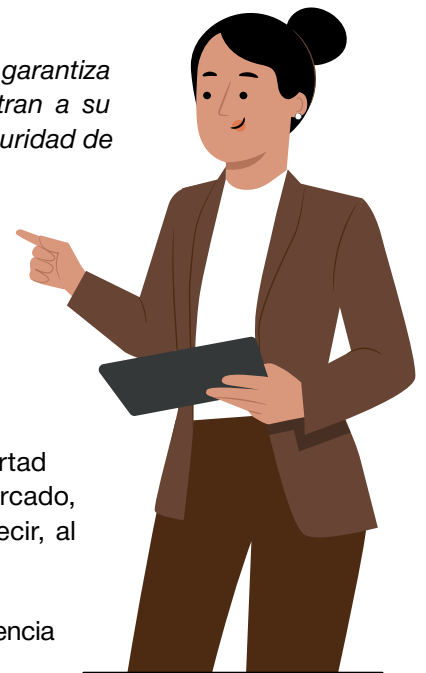
Artículo 65.- Protección al consumidor

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.

Si bien anteriormente ya se habían emitido otros dispositivos legales y reglamentos que reconocían a los consumidores el derecho a la información y a la protección de su salud y su seguridad, recién desde este momento este reconocimiento tiene grado constitucional, lo que implicaba su consideración como principio rector de la actuación del estado frente a cualquier actividad económica.

Así como la Constitución establecía una protección constitucional de la libertad de empresa para que los agentes económicos participen libremente en el mercado, con ese mismo énfasis protege al individuo generador de demanda, es decir, al consumidor o usuario.

Si se requiere revisar mayor información sobre protección, se invita a revisar Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el expediente N° 0008-2003-PI/TC.



1.3.3. Código de Protección y Defensa del Consumidor y normas complementarias

En el año 2009, durante el discurso anual por Fiestas Patrias, el Poder Ejecutivo manifestó ante el Congreso la necesidad de contar con un Código de Consumo que defienda a los consumidores de problemas concretos y diarios, tales como el sobrecosto de las tarjetas de crédito, las reconexiones telefónicas, los precios y la calidad de los servicios de salud y educación.

Si se requiere mayor información, se invita a revisar Mensaje a la Nación del Presidente de la República ante el Congreso Nacional, del 28 de julio de 2009.

Es así como en el año 2010 el Poder Legislativo aprobó la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, vigente hasta la fecha, que es el resultado de la evaluación normativa en materia de protección y defensa de los intereses de los consumidores. Este Código establece un marco normativo que:



Define los derechos del consumidor: Incluyendo el derecho a la información, a la seguridad, a la protección contra prácticas comerciales abusivas y a la reparación en caso de daños o incumplimientos.



Regula la conducta de los proveedores: Estableciendo obligaciones para garantizar la transparencia en la oferta de productos y servicios, la calidad, y el respeto a las condiciones pactadas.



Facilita mecanismos de reclamación y resolución de conflictos: Proporcionando procedimientos accesibles para que los consumidores hagan valer sus derechos y reciban compensación en caso de perjuicio.

Además de ello, este Código trae algunas novedades, con relación a las normas previas:

- Se establece un conjunto de políticas públicas que debe atender el Estado para asegurar el cumplimiento de las normas que protegen los derechos de los consumidores y promover en los proveedores una cultura de respeto por los derechos de aquellos.
- Se crea el Sistema Nacional de Protección del Consumidor, encabezado por el Indecopi como Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, responsable de coordinar con diversos actores públicos y privados para garantizar el cumplimiento de las normas de protección del consumidor.
- Se crea el Sistema de Arbitraje de Consumo, como mecanismo alternativo de resolución de conflictos, de carácter sencillo, gratuito y rápido, promovido por el Indecopi.
- Se crean los procedimientos sumarísimos de protección al consumidor, con una duración máxima de treinta (30) días hábiles para casos de menor complejidad y cuantía.
- Se crea la figura del Libro de Reclamaciones, como una herramienta que permita a los consumidores y proveedores solucionar sus conflictos de consumo de manera directa.



Es importante indicar también que en atención a lo establecido en este Código, el Indecopi creó el Sistema de Alertas de Consumo, con el objetivo de informar a toda la ciudadanía sobre la existencia de productos peligrosos en el mercado.

Finalmente, debemos destacar que, si bien el Código de Protección y Defensa del Consumidor es el principal instrumento legal para la defensa de los intereses de los consumidores, también existen otras normas complementarias que refuerzan esta protección en segmentos económicos específicos tales como el sector financiero, educativo, publicidad, alimentos, etc.:



En el sector financiero, contamos con normas que establecen obligaciones de las entidades financieras en materia de información, contratos, cobro de intereses, etc.:

Ley 28587, Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de servicios financieros.



En el sector de alimentos, existen varias normas que establecen los requisitos mínimos de calidad e inocuidad que deben cumplir los alimentos frescos y/o envasados que son puestos a disposición de los consumidores:

Decreto Legislativo 1062, Ley de Inocuidad de los Alimentos.

Ley 30021, Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes.

Decreto Supremo N° 007-98-SA, que aprueba el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.



En el sector transporte, se cuenta con normas que establecen los requisitos técnicos, operativos y de seguridad que deben cumplir las unidades vehiculares y los conductores que se dedican a este servicio:

Ley 27181, Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre.

Decreto Supremo N° 017-2009-MTC, que aprueba el Reglamento Nacional de Administración de Transporte.



En el sector educativo, también existen normas que establecen derechos de los consumidores respecto al pago de las pensiones escolares y universitarias, así como a la compra de textos escolares, uniformes, etc.:

Ley 27665, Ley de Protección a la Economía Familiar respecto al pago de pensiones en Centros y Programas Educativos privados.

Ley 29947, Ley de Protección a la Economía Familiar respecto del pago de pensiones en Institutos, Escuelas Superiores, Universidades y Escuelas de Posgrado Públicos y Privados.

Ley 29694, Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares.

En conjunto, estas normas establecen condiciones, requisitos, estándares y otras obligaciones que deben atender los proveedores al momento de ofrecer sus productos y servicios en el mercado.



Ideas fuerza

1

La defensa al consumidor se constituye como un principio rector de la política social y económica del Estado en el marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú. Por ello, desde las escuelas se promueve acciones dirigidas a los estudiantes, para el desarrollo de sus competencias, que les permitan ejercer su ciudadanía en un mercado dinámico en el que desenvuelven los consumidores.

2

El consumidor debe acceder a productos y servicios idóneos y gozar de derechos y mecanismos efectivos para su protección. En ese sentido, la escuela debe difundir los derechos que le asisten a todos los ciudadanos, en la adquisición y gozo de productos de calidad, logrando que los estudiantes y sus familias tomen decisiones económicas y financieras para adquirir productos y servicios, conscientes de los derechos que tienen como consumidores.

3

Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que sus decisiones orienten el mercado; y es por ello por lo que, desde las escuelas se debe promover que los estudiantes conozcan las normas que lo protegen como consumidor de bienes y servicios.

El conocimiento de las normas desde temprana edad les permite decidir que productos y servicios podría adquirir haciendo un buen uso de sus recursos económicos.





Aplicación en la práctica

Estimado docente:

Este es el momento de aplicar lo aprendido en esta sesión. Lee las siguientes situaciones y resalte o subraye el texto donde se evidencie:

- Revisión de la información del producto o servicio, previo a su adquisición.
- Preguntas ante alguna duda sobre el producto o servicio, previo a la adquisición.
- Revisión minuciosa de la información sobre el producto o servicio (fecha de entrega).

Situación 1

La docente María de la I.E. “Los Girasoles” de Trujillo narra una historia a sus estudiantes que le sucedió cuando se fue a la bodega de la vecina a comprar un tarro de leche. Momentos antes de la compra María hizo una revisión de la información del producto y planteó las siguientes preguntas a la dueña de la bodega:

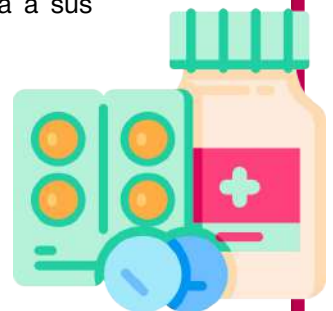
- ¿Si abro el tarro de leche y encuentro que está agria, podría devolverlo?
- ¿El precio del tarro de leche el día de mañana va a variar o será el mismo?



Situación 2

La estudiante Eveling de la I.E. “Miguel Grau” de Tacna narra una historia a sus compañeros de aula, lo que le sucedió el día anterior cuando fue a comprar a la botica que está al costado de su casa, una pastilla para el dolor de estómago que le encargó su mamá que se encontraba mal de salud y planteó las siguientes preguntas al dueño de la botica:

- ¿Qué fecha de vencimiento tiene la pastilla?
- ¿Cuál es el precio de la pastilla?
- ¿Cuál es la diferencia entre el producto de marca y el genérico?



Situación 3

El docente Carlos de la I.E. “José Pardo” de Chincha durante una clase de matemática, narra a sus estudiantes del aula que le sucedió cuando fue al banco para abrir una cuenta que asegure sus ahorros de varios años. Momentos antes de acercarse a la institución financiera se informó en las páginas web de diferentes bancos, todo acerca de los beneficios y promociones que ofrecían por la apertura de una cuenta de ahorros y planteó las siguientes preguntas al asesor financiero.

- ¿Qué tasa de interés es la que más me conviene si deposito mi dinero por un año?
- ¿Cómo puedo verificar el interés que genera mi depósito de dinero?
- ¿Cuáles son las comisiones que cobra el banco por el mantenimiento de mi cuenta de ahorros?



Autoevaluación

A continuación, te brindamos una lista de cotejo para que puedas autoevaluar la actividad de aplicación en la práctica que realizaste:

N.º	Criterios	Cumple		Si marqué "NO", ¿qué otras fuentes de información revisaré para lograr lo esperado?
		Sí	No	
En las situaciones presentadas:				
1	Identifiqué con claridad en los textos donde él o la cliente realiza la revisión de la información del producto previo a su adquisición			
2	Logré identificar las preguntas que realiza el o la cliente ante alguna duda sobre el producto o servicio, previo a la adquisición			
3	Percibí en los textos que el o la cliente realizar la revisión minuciosa de la información sobre el producto o servicio (fecha de entrega)			
4	Logré identificar en los textos donde el o la cliente tiene conocimiento de la entidad a la cual puede recurrir para la defensa de los derechos del consumidor			
5	Identifiqué en los textos donde el o la cliente tienen conocimiento sobre los derechos como consumidor, ante cualquier producto o servicio defectuoso.			



Referencias

Congreso de la República del Perú. (2010). Ley N° 29571, Ley de Protección y Defensa del Consumidor.

<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/1244218-29571>

Congreso Constituyente Democrático. (1993). *Constitución Política del Perú de 1993*.

<https://www.tc.gob.pe/wp-content/uploads/2021/05/Constitucion-Politica-del-Peru-1993.pdf>

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). (2016). *Directrices para la protección del Consumidor*.

https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

Congreso de la República del Perú. (2018). LEY N° 30884. Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables. *Diario el Peruano*.

<https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1724734-1>

Congreso de la República del Perú. (2000). *Texto único ordenado del Decreto Legislativo 716: Ley de protección al consumidor*.

https://www.lundu.org/uploads/5/8/3/9/58393617/proteccion_al_consumidor_dl_716.pdf

Gobierno del Perú. (1992). *Decreto Ley N° 25868: Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi*.

<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/5296223-25868>

Congreso de la República del Perú. (2005). *Ley N° 28587: Ley complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de servicios financieros*.

<https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28587.pdf>

Gobierno del Perú. (2008). *Decreto Legislativo N° 1062: Ley de Inocuidad de los Alimentos. Diario El Peruano*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1117319/0106220200731-107894-1odw3dj.pdf?v=1596210485>

Congreso de la República del Perú. (2013). *Ley N° 30021: Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. Diario el Peruano*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2182647/PDF%20de%20la%20Ley%20de%20promoci%C3%B3n%20de%20la%20alimentaci%C3%B3n%20saludable%20para%20ni%C3%B1os%20ni%C3%B1as%20y%20adolescentes..pdf?v=1631731718>

Congreso de la República del Perú. (2012). *Ley N° 27181: Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre*.

<https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/9868-27181>

Congreso de la República del Perú. (2002). *Ley N° 27665: Ley de protección a la economía familiar respecto al pago de pensiones en centros y programas educativos privados*.

<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/118372-27665>

Congreso de la República del Perú. (2011). *Ley N.° 29694: Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares*.

<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legales/118443-29694>

Indecopi. (2023). *Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571*. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4265044/Co%CC%81digo%20de%20Proteccio%CC%81n%20y%20Defensa%20del%20Consumidor%20-%202023%20%281%29.pdf.pdf?v=1678981494>

Indecopi. (2023). *Memorias: Ciclo de mesas redondas - jueves de jurisprudencia en el Indecopi. Cuarta jornada*. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

https://escuela.indecopi.gob.pe/images/MEMORIA_JJ_-_CUARTA_EDICION.pdf

Indecopi. (2023). *Resolución sobre publicidad engañosa o Resolución sobre cláusulas abusivas (Resolución 1723-2023/SPC-INDECOPI)*.

<https://img.lpderecho.pe/wp-content/uploads/2023/11/Resolucion-1723-2023-SPC-Indecopi-LPDerecho.pdf>

Indecopi. (2015). *Discriminación en el consumo y trato diferenciado ilícito en la Jurisprudencia del Indecopi*.

<https://img.lpderecho.pe/wp-content/uploads/2016/07/Discriminacion-en-el-consumo-y-trato-diferenciado-ilicito-en-la-jurisprudencia-del-Indecopi-Legis.pe-Pasion-por-el-derecho.pdf>

Lasarte Álvarez, C. (2010). *Manual sobre protección de consumidores y usuarios* (4ª ed.).

https://www.dsca.gob.es/sites/default/files/39_manualProtecConsum4aEdicion.pdf

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (2018). *Código de Protección al Consumidor y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 y Normas complementarias*.

<https://spijweb.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2018/09/CODIGO-CONSUMIDOR.pdf>

Mensaje a la Nación del Presidente de la República ante el Congreso Nacional, del 28 de julio de 2009. (2009).

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FD79C04FDAAC094C05257FA90077870B/\\$FILE/Mensaje-2009-1-W.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FD79C04FDAAC094C05257FA90077870B/$FILE/Mensaje-2009-1-W.pdf)

Organización de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). (2016). *Directrices para la protección del consumidor*.

https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

Perú. (2011). Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, Reglamento de la Ley N° 29571, Ley de Protección y Defensa del Consumidor. *Diario Oficial El Peruano*.

<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/3462732-decreto-supremo-n-011-2011-pcm>

Perú. (2007). Decreto Supremo N°008-2007-SA. Ley N° 28376 Ley que prohíbe y sanciona la fabricación, importación, distribución y comercialización de juguetes y útiles de escritorio tóxicos o peligrosos. *Diario el Peruano*.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/277876/249239_DS008-2007EP.pdf20190110-18386-1douacn.pdf

Perú. (1998). *Decreto Supremo N° 007-98-SA. Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas*.

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/256394-007-98-sa>

Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.) [Versión 23.8 en línea].
<https://dle.rae.es>

Rodríguez García, G. M (2008.). Asimetría informativa o desigualdad en el mercado: Apuntes sobre el verdadero rol de la protección al consumidor. *Foro Jurídico*, 8, 114-115.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/18500>

Tribunal Constitucional. (2003). *Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el expediente N° 0008-2003-PI/TC*.
<https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2003/00008-2003-AI.html>

Tribunal Constitucional. (2005). *TC pone fin al otorgamiento de licencias de funcionamiento municipal mediante el amparo*.
<https://www.tc.gob.pe/institucional/notas-de-prensa/notice4849e1a9782b6f00cb82713649dd9aa/#:~:text=%C2%B0%203330%2D2004%2DAA%2F,exclusivamente%20en%20las%20municipalidades%20y>

Thorne León, J. (2010). Las relaciones de consumo y los principios esenciales en protección y defensa del consumidor: Reflexiones en torno al proyecto de Código de Consumo. *Derecho & Sociedad*, (34), 62-63.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/13328/13955>