



FACULTAD DE DERECHO

**INFORME JURÍDICO DE EXPEDIENTE
ADMINISTRATIVO N°859-2018/PS1**

**PRESENTADO POR
DIEGO AUGUSTO SOLARI CARNERO**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO**

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - Compartir igual
CC BY-SA**

El autor permite a otros transformar (traducir, adaptar o compilar) esta obra incluso para propósitos comerciales, siempre que se reconozca la autoría y licencien las nuevas obras bajo idénticos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
DERECHO

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar
el Título de Abogado**

Informe Jurídico sobre Expediente N°859-2018/PS1

Materia : Protección al Consumidor

Entidad : INDECOPI

Bachiller : Diego Augusto Solari Carnero

Código : 2010113706

LIMA – PERÚ

2021

El presente informe jurídico analiza un Procedimiento Administrativo Sancionador en materia de protección al consumidor, el cual se circunscribe en la denuncia interpuesta por la **SRA. S.D.T.L** contra la empresa **NEOMUNDO INTERNACIONAL S.A.C** por haber incurrido en la práctica de métodos comerciales agresivos engañosos, al haber ofrecido: 1) Sorteo engañoso en la modalidad de raspa y gana, donde resultó ganadora de un viaje gratuito, 2) Efectuar una falsa evaluación crediticia cargando el monto del programa de viaje a la tarjeta de crédito, 3) Establecer condiciones verbales que difieren con el contrato firmado y 4) haber utilizado de manera deliberada el medio verbal y electrónico para dilatar 30 días el trámite de la devolución solicitada, infringiendo lo establecido en los artículos 2°, 19° y 58° del Código de Protección al Consumidor.

La denunciada presentó los descargos correspondientes, precisando entre otros, que era falso que se le hubiera indicado que ganó un viaje gratis, puesto que los ganadores resultantes del raspa y gana, son acreedores de un bono vacacional (canjeable por un servicio) a un determinado destino, aunado al hecho que si bien se le indicó que debía acercarse a las oficinas de la denunciada, era para recibir una charla de aproximadamente 45min donde se le indicarían los términos y condiciones del bono así como los demás beneficios de la empresa.

Así mismo, preciso que era falso que sus promotores le hubieran solicitado la tarjeta de crédito para realizar una evaluación crediticia, toda vez que ellos no tienen acceso a la documentación personal de los clientes, salvo al momento de realizar el pago quienes proceden a realizar el cobro final en el POS correspondiente, frente al mismo titular.

Del mismo modo, argumentó que era falso que se hubieran proporcionado una información verbal diferente a la establecida en el contrato, pues previamente se le brindó toda la información concerniente al programa vacacional contratado, donde tuvo acceso en todo momento al contenido del mismo, donde finalmente lo suscribió en señal de conformidad, concluyendo así que no se incurrió en algún método comercial agresivo o engañoso.

Siendo así, el ORPS N° 1 declaró infundada la denuncia en el extremo que la denunciante no habría acreditado los hechos denunciados, respecto al ofrecimiento de premio de un viaje todo pagado, la información contraria suministrada verbalmente, y la solicitud de la tarjeta de crédito efectuada por el personal de la denunciada, para realizar una supuesta evaluación crediticia.

En ese sentido, la CPC N° 2, ante el recurso de apelación presentado por la denunciante, resolvió revocar la resolución emitida por la ORPS, en el extremo que si quedó evidenciado en los medios probatorios, que en el mismo bono vacacional establecía que para hacer uso del mismo, la información sería proporcionada a través del canal telefónico, no siendo oportuno que la denunciante haya tenido que asistir presencialmente a una charla, donde la instaron a celebrar un contrato de programa vacacional, por lo que ordenó se devuelva el monto cargado a la tarjeta de crédito, así como el cumplimiento de la medida correctiva.

INDICE

I. RELACIÓN DE LOS HECHOS PRINCIPALES EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO	4
II. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE	10
III. POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS Y LOS PROBLEMAS JURÍDICOS IDENTIFICADOS	12
IV. CONCLUSIONES	25
V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26
VI. ANEXOS	28

I. RELACIÓN DE LOS HECHOS PRINCIPALES EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO

I.1. Denuncia

Con fecha 28 de junio del 2018, la Sra. S.D.T.L, en adelante la denunciante, interpuso denuncia contra la empresa Neomundo International S.A.C, en adelante la denunciada, por haber efectuado un sorteo engañoso, ofreciendo un viaje gratuito, realizar una falsa evaluación crediticia, establecer condiciones verbales que difieren con el contrato firmado, así como por haber utilizado de manera deliberada el medio verbal y electrónico para dilatar 30 días el trámite de devolución.

Fundamentos de hecho:

- Manifestó que el día 6 de mayo del 2018, la denunciada se encontraba en las instalaciones del C.C Real Plaza Primavera cuando fue abordada por un promotor de la denunciada, quien le ofreció participar en un sorteo gratuito para un viaje en la modalidad de raspa y gana, siendo que luego de aceptar y participar de dicho sorteo, resultó ganadora de un viaje todo pagado al destino de Iquitos o Arequipa.
- Luego de ello, el promotor le indicó que para reclamar la entrega del mismo tenía que apersonarse a las oficinas de la empresa o caso contrario, perdería el premio.
- Una vez en el lugar, fue recibida por los trabajadores de la denunciada donde le indicaron que solo la estancia en el hotel es gratuita y que el pasaje no, aceptando la oferta por la calidad del hotel. Antes de recibir el premio ganado le indicaron que debía recibir una charla de aproximadamente 45 minutos donde le ofrecerían un programa de viaje.
- Posterior al haber recibido la charla sobre los programas de viaje ofrecidos, un trabajador se acercó y le indicó que la oferta era tan buena que la misma estaba sujeta a evaluación crediticia, solicitándole una tarjeta de crédito de cualquier entidad financiera, precisando que, si no estaba conforme con el programa ofrecido, tenía 7 días para desistirse de la afiliación del mismo, por lo que introdujo la clave de su tarjeta y con ello autorizó el cobro de S/ 5494.00, suscribiendo finalmente el contrato del servicio. (Según la denunciante evitaban que lea el contrato completamente, bajo la excusa de que estaban por cerrar la oficina)

- Luego de ello, con fecha 8 de mayo llamó a la denunciada para señalar que ya no deseaba el programa de viaje, y en atención que solo habían transcurrido 02 días, solicitaba la cancelación del mismo y consecuentemente la devolución del dinero abonado con la tarjeta de crédito, recibiendo como respuesta que debía enviar un correo, el cual fue respondido por el mismo canal indicando que su solicitud sería atendida en 30 días, y del mismo modo a través de una llamada telefónica donde le dijeron que en 30 días le devolverán el dinero.
- El 05 de junio del 2018 le respondieron a través de correo electrónico, adjuntando una carta donde le informaron que no era posible resolver el contrato unilateralmente toda vez que no se habían cumplido los supuestos para la resolución. Además, resaltaron que previo a la celebración del mismo, se le habría proporcionado toda la información necesaria acerca de los beneficios de pertenecer al club, por tanto no se habría empleado métodos comerciales engañosos establecidos en el artículo 58° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en adelante el código, y consecuentemente no podría aplicarse el derecho de restitución contenido en el artículo 59°.

Medios probatorios:

- Contrato de compra - venta de afiliaciones N° LM-2157 de fecha 06 de mayo de 2018, suscrito entre las partes.
- Correos de fecha 8 y 9 de mayo de 2018, a través del cual la denunciante solicitó la anulación de la membresía y la devolución del dinero cargado a su tarjeta de crédito.
- Correo de fecha 5 de junio de 2018, por medio del cual la denunciada atendió la solicitud de la denunciante, adjuntando para ello la Carta N° LM -2157 de fecha 01 de junio de 2018, donde informaron la improcedencia de su solicitud.

I.2. Inicio de procedimiento administrativo

Con fecha 9 de agosto del 2018, el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 1, en adelante ORPS 1, emitió la resolución N° 01 a través del cual inició el procedimiento administrativo:

- Presunta infracción al artículo 58° del código, en tanto se habría aplicado un método comercial agresivo al haberse condicionado la entrega de un premio a la contratación del programa de servicios turísticos.
- Presunta infracción al artículo 2° del código, en tanto se habrían estipulado contractualmente condiciones diferentes a las informadas de manera verbal, así como también haber realizado una falsa evaluación crediticia a su tarjeta de crédito, cuando en realidad le cargaron el programa contratado.
- Por presunta infracción al artículo 19° del código, en tanto no se habría permitido que la denunciante lea el contrato antes de firmarlo.

I.3. Descargos

Con fecha 20 de agosto del 2018, Neomundo International S.A.C. procedió a presentar los descargos frente a la denuncia presentada, precisando lo siguiente:

Fundamentos:

- Manifestó que era falso que se le haya indicado a la denunciante que el sorteo era gratuito para un viaje, pues los ganadores de dichos concursos se hacían acreedores de un bono vacacional a un determinado destino, indicando a la denunciante que debía acercarse a las instalaciones a efectos de hacer entrega del bono, ello tras recibir una charla de 45 minutos donde se le informa sobre los términos y condiciones del bono, así como los beneficios que ofrecía su empresa.
- Asimismo, indicó que es falso que se le haya puesto en conocimiento a la denunciante que solo disponía de un día para reclamar el premio, toda vez que se programa una cita con el participante para consultar su disponibilidad de tiempo y aclara que no ofrece premios sino bonos o cortesías vacacionales.
- Argumentó que el bono ganado por la denunciante consistía en un alojamiento de 4 días y 3 noches para dos personas en el hotel Ker Recoleta 4° en Buenos Aires Argentina, que incluye desayuno y traslado.
- En el mismo sentido afirmó que es falso que se le haya indicado que disponía de 7 días para arrepentirse de su afiliación al programa de viajes y cancelar el contrato, dado que los colaboradores brindan toda la información referente a la

afiliación del programa y los servicios que brinda, a fin que puedan tomar una decisión clara y con ello suscribir el contrato.

- De igual forma, señaló que también es falso que le hayan pedido la tarjeta de crédito a la denunciante para realizar una supuesta evaluación crediticia, toda vez que los colaboradores de la empresa no manipulan las tarjetas de las personas, salvo procedimiento con el POS que se hace en presencia del titular de la tarjeta.
- Que también es falso que se haya evitado que la denunciante lea el contrato completamente, y precisa que no es obligación del cliente aceptar y firmar un contrato si no están plenamente seguros.
- Manifestó que es falso que se le habría comunicado que le devolverán el dinero a través de la llamada toda vez que las respuestas se emiten por correo electrónico, medio a través del cual se le indicó la negativa de devolución en base al contrato suscrito, ya que no se puede anular unilateralmente el contrato.
- Finalmente señaló que no se habrían empleado métodos de venta engañosos, pues se puso al alcance de la denunciante toda la información respecto a los términos y condiciones del servicio ofertado, así como los beneficios de la afiliación.

Medios probatorios:

- Verificación de condiciones firmado por la denunciante
- Certificado de bono vacacional de fecha 06 de mayo de 2008
- Solicitud de afiliación del contrato N° LM-2157
- Contrato de compra - venta de afiliaciones N° LM-2157 de fecha 06 de mayo de 2018, suscrito entre las partes
- Autorización para realizar cargos en tarjeta de crédito
- Formato de autorización de pago mediante tarjeta de crédito, de fecha 06 de mayo de 2018
- Voucher de pago emitido por VISANET
- Tarjeta afiliado por membresía (Black)

I.4. Resolución final

Con fecha 25 de septiembre del 2018, el ORPS 1 emitió la resolución final en la que resolvió lo siguiente:

- Archivar el procedimiento iniciado contra Neomundo International S.A.C, por presunta infracción a los artículos 2°, 19° y 58° del Código de Protección y Defensa del Consumidor
- Denegar la solicitud de medida correctiva y el pago de costos y costas del procedimiento.

Fundamentos de la decisión:

- Manifestó que de la revisión del certificado vacacional no se aprecia que en sus condiciones se establezca como requisito la contratación del programa de viajes ofrecido por la empresa.
- Que de la revisión del contrato de compraventa de afiliaciones no se aprecia que la suscripción del mismo sea un requisito para la entrega del certificado vacacional.
- Que no ha quedado acreditado que la denunciada haya ofrecido un premio consistente en un viaje todo pagado. Por lo tanto, no puede comprobarse el hecho denunciado, referido a que se hizo creer a la denunciante que se había hecho acreedora de un viaje todo pagado ni que la entrega del bono vacacional se encontraba condicionado a la suscripción del contrato.
- Que no se ha acreditado que el personal de la empresa le informó a la denunciante condiciones verbales diferentes a la que se encuentran en el contrato.
- Que no se ha acreditado que la empresa no permitió leer el contrato de afiliación firmado, además de la revisión del contrato se aprecia que fue firmado sin ningún signo de haber sido forzado.
- Finalmente, que no obra medio de prueba que acredite que el personal de la empresa solicitó su tarjeta de crédito a la denunciante únicamente para verificar si calificaba para la suscripción del contrato cuando en realidad la misma fue utilizada para cargar el monto por concepto de afiliación al programa de viajes de la denunciada.

I.5. Recurso de apelación

Con fecha 19 de octubre del 2018, la denunciante interpuso recurso de apelación contra la resolución emitida por el ORPS 1, precisando lo siguiente:

- Manifiesta que la empresa niega algunos hechos donde se califica de falsa la versión de la denunciante, y la niega toda vez que tales hechos se han dicho verbalmente a conveniencia de la empresa.
- Manifiesta que el análisis efectuado por la autoridad administrativa contiene dos errores:
 - a) Se toma el descargo de la empresa tanto de lo que dijo verbalmente como de la documentación presentada como una verdad irrefutable, entrando en una falacia circular de 3 pasos la cuales son:
 1. La resolución se basa en un documento de descargo creado por los abogados de la denunciada.
 2. Se desacredita la versión de la denunciante por el documento de descargo presentado por la denunciada.
 3. La empresa se convierte en juez y parte de su propia querrella.
 - b) No se ha tomado en cuenta los siguientes hechos que son irrefutables:
 - La empresa se ha apropiado de S/ 5.494.00 soles sin haber brindado ningún tipo de servicio al consumidor.
 - Igualmente, pese a que este comunicó dentro del plazo de 48 horas que no deseaba continuar con el servicio materia de contrato, la empresa no desea devolver el monto pagado, por lo que exige la devolución del mismo.

I.6. Resolución final de segunda instancia

Con fecha 26 de abril del 2019, la Comisión de Protección al Consumidor N° 2, en adelante la Comisión 2, emitió la resolución final sobre el recurso de apelación, resolviendo:

- Revocar la resolución final de primera instancia en el extremo que resolvió archivar el procedimiento por presunta infracción al artículo 58° del código y reformándola declara responsable a la denunciada en la medida que se acreditó el empleo de métodos comerciales engañosos a fin que la denunciante suscriba un contrato de membresía por un programa vacacional.
- Ordenar en calidad de medida correctiva que un plazo de 5 días se deje sin efecto el contrato y los documentos relacionados a la adquisición del programa vacacional adquirido y devolver el monto de S/ 5494.00 a la denunciante.

- Imponer a la empresa una multa de 5.20 UIT

Fundamentos de la decisión:

- Manifestó que de la revisión de los hechos se aprecia que la propia denunciada señaló que condicionó la entrega del referido bono a la asistencia de una charla de aproximadamente 45 minutos, cuando lo que debió hacer es entregar el bono al ser la ganadora del concurso.
- Asimismo, argumentó que no resultaba razonable que la consumidora haya tenido que asistir al establecimiento de la denunciada a fin de ser informada sobre los términos y condiciones del bono, cuando estos figuraban en el boleto entregado, en el cual se indica que, para usarlo, la usuaria debe comunicarse a un número telefónico.
- Manifestó que en atención a ello es posible concluir que Neomundo indujo a error a la denunciante al crearle la impresión de que ganó un premio cuando estaba condicionado a la asistencia a una charla.
- Adicionalmente a lo manifestado, argumentó que de la revisión de los términos y condiciones del bono entregado a la denunciante, se advierte que el mismo está sujeto a un previo pago de US\$ 28,17; por lo que, al encontrarse condicionado a un desembolso previo, el mismo no puede ser definido como un premio.

II. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE

Luego del desarrollo y análisis de los principales hechos expuestos por las partes en el procedimiento y de las resoluciones emitidas por la autoridad administrativa, se han podido identificar los siguientes problemas de relevancia jurídica:

II.1. ¿Se ha configurado la aplicación de métodos comerciales agresivos o engañosos previstos en el artículo 58° del código?

Como primer problema jurídico, se ha considerado relevante analizar y determinar si en el presente caso se han utilizado métodos comerciales agresivos o engañosos por parte de la empresa denunciada. Este punto es uno de los principales fundamentos de la denunciante, al señalar que

mediante la invitación de participar en un sorteo ofreciendo como premio un viaje gratuito, se vio persuadida de acercarse a las instalaciones de la denunciada donde recibió una charla informativa a través del cual se realizó una falsa evaluación crediticia cuando en realidad le cargaron el monto a la tarjeta de crédito, y con ello suscribió el contrato de programa de viajes que estipulaban condiciones distintas a las ofrecidas verbalmente.

En respuesta a dichas afirmaciones, la denunciada negó expresamente las acusaciones formuladas, alegando que la denunciante todo el tiempo tuvo conocimiento de los términos y condiciones del contrato suscrito y se le informó sobre los beneficios del servicio adquirido, no generando ninguna infracción. Manifiesta también que algunas premisas afirmadas por la denunciante serían falsas y no están acreditadas.

En base a estas consideraciones, se torna necesario analizar si la denunciada mermó significativamente la libertad de elección del consumidor al generarle la impresión de haber ganado un premio, cuando este estaba condicionado a la realización un de un acto determinado y/o el cumplimiento de un pago.

II.2. ¿Se ha configurado la infracción al deber de información previsto en el artículo 2° del código?

Como segundo problema de relevancia jurídica, se ha considerado importante analizar y determinar si se ha generado infracción al deber de información, toda vez que la denunciante alegó que se le habrían informado condiciones distintas a las que estipulaba el contrato, así mismo que se habría solicitado su tarjeta de crédito para una presunta evaluación crediticia sin embargo se efectuó el cargo del programa vacacional contratado.

En respuesta a dichos argumentos, la empresa denunciada manifestó que es falso que se le hayan informado condiciones distintas a las estipuladas en el contrato, además que es falso que los colaboradores de Neomundo le hayan pedido su tarjeta alegando que se le realizará una evaluación crediticia por motivos de oferta, pues los colaboradores de Neomundo no manipulan, ni tienen acceso a las tarjetas de las personas que asisten a las instalaciones de su representa, salvo al momento de realizar el procedimiento con el POS, lo cual se hace en presencia de la titular de la tarjeta.

En atención a ello, es necesario determinar si la empresa efectivamente habría informado condiciones distintas y si habría utilizado la excusa de la

presunta evaluación crediticia con la tarjeta, para cargar el programa contratado.

II.3. ¿Se ha configurado la infracción al deber de idoneidad previsto en el artículo 19° del código, en el extremo que la empresa no habría permitido a la denunciante leer de forma completa el contrato antes de firmarlo?

Como tercer problema jurídico, se ha considerado relevante analizar si se ha generado infracción al deber de idoneidad. De la denuncia se puede apreciar que la denunciante alegó que antes de firmar el contrato los trabajadores de la empresa no le permitieron leer el contrato completo alegando que estaban por cerrar la oficina. En respuesta a esta afirmación, la empresa señaló que en ningún momento es obligación del cliente aceptar y firmar un contrato si no se encuentra seguro de afiliarse; por lo tanto, no se habría impedido al cliente leer el contrato.

En consideración a esta controversia, se ha tornado necesario determinar si efectivamente el personal de la empresa no permitió leer el contrato antes de firmarlo, generando infracción a la idoneidad del servicio contratado.

III. POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS Y LOS PROBLEMAS JURÍDICOS IDENTIFICADOS

III.1. Respecto a los problemas jurídicos identificados

III.1.1. ¿Se ha configurado la infracción de Métodos comerciales agresivos o engañosos previsto en el artículo 58° del código?

En este punto corresponde analizar si se ha configurado infracción al artículo 58° del código por la presunta utilización de métodos comerciales agresivos o engañosos. Para tales efectos se realizará un análisis doctrinario, legal y jurisprudencial sobre los métodos empleados por el proveedor con el fin de engañar al consumidor.

Se precisa que cuando un proveedor pretende ofrecer un bien o servicio en el mercado a través de promociones, emplea diversas estrategias de marketing orientadas a incentivar al consumidor a establecer una relación de consumo, permitiendo elevar así el número de sus ventas.

Producto del ejercicio de las estrategias a emplear, ha originado que muchas con el afán de persuadir a los consumidores, empleen mecanismos cuya finalidad es la captación de los mismos, a través de métodos que merman de forma significativa la su capacidad de análisis y elección, ya sea a través de una información falsa, omisiva, generar la impresión que ganará un premio si realiza un determinado acto, cuando en la realidad el mismo es inexistente, entre otras particularidades.

Estas acciones por parte del proveedor se denominan métodos comerciales agresivos o engañosos. Se hace referencia a métodos comerciales agresivos, los métodos que importen cualquier forma de acoso, coacción, uso de la fuerza o influencia indebida, destinados a disminuir de forma considerable, la libertad de elección del consumidor, o que pueda hacer que este tome una decisión en particular que de otra manera no hubiera tomado.

Respecto a los métodos comerciales engañosos, son aquellas prácticas destinadas a inducir en engaño al consumidor, a través de la omisión, ocultación o falsedad de la información que se le proporcione, los cuales pueden influir al momento de tomar una decisión de consumo que de otra manera no hubiera tomado. Con estas figuras, se genera una grave afectación al consumidor, tanto en sus expectativas como en sus intereses económicos, afectando el bienestar social.

Sobre esta premisa (Diez Canseco Nuñez, 1997) nos señala que: *“Los proveedores de bienes y servicios participan libremente en el mercado y, mediante el mecanismo de la competencia y la elección libre de los consumidores, se llega a resultados que permiten alcanzar un mayor bienestar social”*. (Pág. 60).

En la misma línea de pensamiento, el numeral 58.1) del artículo 58° del Código de Protección y Defensa del consumidor dispone lo siguiente:

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.

De la redacción de dicho artículo se aprecia una prohibición expresa que estipula que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que limiten o reduzcan de forma significativa la libertad del consumidor en su elección de consumo. Se ha precisado como ejemplos de tales acciones al acoso, la coacción, la influencia indebida y el dolo.

En concordancia con la redacción del artículo en mención, Estivagarria y Gilbota (citados en Gustavo, 2010) señalan que los métodos comerciales agresivos o engañosos: *“constituyen verdaderas imposiciones al cliente mediante constante acoso, adjudicación de premios y engaños reiterados, impidiéndole un consentimiento verdadero formado en la reflexión de sus propias conveniencias”*. (pág. 45)

A través de estos métodos, el proveedor priva al consumidor de definir y aceptar las relaciones de consumo que considere favorables bajo su libertad de elección. Dicha premisa es respaldada por lo que señala (Carbonell, 2015):

“(...) el consumidor tiene el derecho a definir y aceptar las relaciones de consumo que considere convenientes para sus intereses, sin que medie coacción alguna por parte del proveedor. El Código busca prohibir aquellos mecanismos utilizados por el proveedor en los cuales se observa como punto central la intención de afectar la libertad de elección con la finalidad de conseguir que el consumidor adopte una decisión de consumo de manera irracional o desinformada”. (Pág. 276)

A partir de lo que señalan los autores, se puede colegir que mediante el uso de estos métodos el consumidor acepta adquirir un producto o servicio sin haber analizado previamente las características y condiciones del mismo, ya sea porque se efectuó la relación de consumo sin que el consumidor haya tenido conocimiento de los términos y condiciones o porque no analizó de forma adecuada por sentirse presionado o coaccionado. Debido a ello es que tales métodos son considerados como infracciones al consumidor, según lo señalan (Tito & Puel, 2009): *“(...) siempre que se obligue a los consumidores a la adquisición de bienes o servicios mediante métodos que recorten su autonomía privada, se configurará una infracción a las Normas de Protección al Consumidor”*. (Pág. 132)

Cabe manifestar que la libre autonomía del consumidor juega un rol importante y trascendental en toda relación de carácter contractual, al ser un derecho fundamental en las relaciones de consumo que el consumidor pretenda establecer. Esta libertad no puede verse afectada o influenciada de tal forma que se origine un perjuicio al propio consumidor. Es debido a ello que este tiene derecho a analizar y reflexionar qué producto obtener, las condiciones dispuesto a aceptar para obtenerlo, cuándo y porqué adquirirlo para tomar una decisión de consumo que vaya de acuerdo a sus intereses.

A mayor abundamiento, la Sala de Defensa de la Competencia N° 2 ha señalado lo siguiente: *“un consumidor tiene derecho de definir, aceptar y autorizar las condiciones y relaciones contractuales que considere pertinentes en sus operaciones de consumo. Lo contrario implicaría vulnerar el principio de autonomía privada que debe regular toda relación contractual”*. (Resolución 0259-2012/SC2-INDECOPI).

En base a tales consideraciones, el Código de Protección y Defensa del Consumidor; a través del literal a) numeral 58.1) del artículo 58° ha precisado que 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.*

Al respecto, es evidente que el código no solo prohíbe el condicionamiento de la entrega del premio a la realización de un pago previo, sino que también se refiere a cualquier otro “gasto” que incurra el consumidor para hacer efectivo el recojo del mismo.

Para comprender ello, es conveniente señalar que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea; en relación a la Directiva N° 2005/29/CE, *“Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior”*, ha expresado lo siguiente:

**“SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Sexta) de 18
de octubre de 2012**

La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación del punto 31 del anexo I de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) N° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo («Directiva sobre las prácticas comerciales desleales») (...)

(...)

El punto 31 de dicho anexo está redactado en los siguientes términos:

«Crear la impresión falsa de que el consumidor ha ganado ya, ganará, o conseguirá si realiza un acto determinado, un premio o cualquier otra ventaja equivalente, cuando en realidad:

- no existe tal premio o ventaja equivalente, o*
- la realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a la obligación, por parte del consumidor, de efectuar un pago o incurrir en un gasto.»*

(...)

*En lo que atañe más concretamente al segundo guion del punto 31 del anexo I de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales, procede declarar que, según su tenor literal, constituye una práctica desleal el hecho de exigir al consumidor que efectúe un pago o incurra en un gasto cuando realiza una acción relacionada con la obtención de aquello que se ha presentado como un premio o ventaja equivalente. **Ese texto no prevé ninguna excepción, por lo que cabe inferir que la expresión «incurrir en un gasto» no permite imponer al consumidor el más mínimo gasto, ya se trate de un gasto insignificante en relación con el valor del premio o de un gasto que no confiere ninguna ventaja al profesional, como puede ser el gasto en un sello de correos.***

Dicho ello, se desprende que el proveedor no puede condicionar la entrega del premio ofrecido al consumidor, solicitando la realización de un acto determinado, o pretende que este incurra en un pago o cualquier otro gasto no previsto por este.

En el presente caso, la denunciante indicó que el día 6 de mayo del 2018 el personal de la empresa denunciada la invitó a participar en un concurso (modalidad raspa y gana) en la cual se hizo acreedora de un viaje gratuito a la ciudad de Iquitos o Arequipa, siendo que para su entrega, debía acercarse a las oficinas de la denunciada. Una vez en el lugar, le indicaron que la entrega del premio se encontraba condicionada a recibir una charla de 45 minutos donde le indicarían los términos y condiciones a las que se encontraba sujeto.

De la revisión de los descargos y absolución de apelación, se aprecia que la empresa reconoce que efectivamente su colaborador le habría indicado a la denunciante que debía acudir a las oficinas de la propia empresa para hacer efectivo la entrega del premio, ello luego de recibir una charla de 45 minutos; no obstante, de la revisión del boleto entregado, se verifica que ya contenía esta información, así como el número telefónico con el que debía comunicarse para activar el mismo, por tanto no era necesario que participe en la referida charla.

En el mismo sentido se puede apreciar que para hacer entrega de dicho bono resulta necesario el pago de US\$ 28.17 como desembolso previo, por lo que no podría considerarse como premio propiamente.

Por lo tanto, en este supuesto se determina que se ha configurado la infracción de Métodos comerciales agresivos o engañosos previsto en el literal a) del numeral 58.1) del artículo 58° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto se creó la impresión a la denunciante que ganó un premio, pero este estaba sujeto a un previo pago y a condición.

III.1.2. ¿Se ha configurado infracción al deber de información previsto en el artículo 2° del código?

Uno de los componentes más importantes en materia de protección al consumidor que rigen en las relaciones de entre el proveedor y consumidor, subyace en la obligación que tienen los primeros en brindar en beneficio de los segundos, información adecuada y necesaria a efectos que les permita a estos, adoptar una decisión de consumo orientada a satisfacer sus intereses personales.

Dicha obligación, se encuentra consagrada en el artículo 65° de la Constitución Política del Perú; la cual dispone lo siguiente:

Artículo 65.- *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.*

Como se puede apreciar, el Estado se encarga de garantizar el interés de los consumidores a través del derecho y deber de información, de tal forma que los productos o servicios que se encuentran en el mercado sean adquiridos a través de una relación de consumo idónea y debidamente equilibrada entre proveedor y consumidor.

Sobre ello, (Supo Calderón & Bazán Vásquez, 2020) señalan que:

“En esta línea, debemos señalar que son varias las ocasiones en las que el máximo intérprete de la Constitución, el Tribunal Constitucional, se ha referido a los derechos que les asisten a los consumidores. Al respecto, ha señalado que resulta claro que la Constitución impone dos obligaciones: (i) garantizar el derecho a la información sobre los bienes y servicios que están

a su disposición en el mercado; y, (ii) velar por la salud y la seguridad de las personas en su condición de consumidores o usuarios. Sin embargo, también ha precisado que los referidos derechos no son los únicos que traducen la real dimensión de la defensa consagrada en la Constitución hacia los consumidores, sino que albergan de forma implícita e innominada una pluralidad de derechos genéricos en su naturaleza y que admiten manifestaciones diversas". (Pág. 71)

Como se aprecia, es claro que se ha evocado un régimen especial de tutela al consumidor en relación a la información relevante sobre los productos o servicios que se ofrecen en el mercado, el cual atiende a muchas consideraciones, buscando reducir la brecha de asimetría informativa que existe con el proveedor, quien muchas veces es un ente especialista sobre las características, fabricación, calidad, condiciones de los productos o servicios que ofrece, colocándolo en una mejor posición informativa respecto al consumidor.

Concordado con ello, el artículo 2° Código de Protección al Consumidor; entorno al deber de información estipula lo siguiente:

Artículo 2.- Información relevante

2.1 El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.

2.3 Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.

2.4 Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado.

Es así, que el deber de información relevante, sin perjuicio del reconocimiento constitucional, es regulado con mucho mayor detalle en el Código de Protección al Consumidor, pues se erige como pilar fundamental que garantiza a los

consumidores, dotarlos de las herramientas necesarias con la finalidad de adoptar decisiones idóneas al momento de celebrarse la relación de consumo con el proveedor, para adquirir un determinado producto o servicio, de tal manera que pueda generarse una expectativa previo a la celebración de la relación de consumo.

Asimismo, al buscar productos o servicios que se ajusten a las necesidades del consumidor, la información que sea proporcionada será esencial para influir en la decisión de compra. Es debido a ello que el consumidor debe tener conocimiento de las características del producto o servicio, del precio, de su uso, duración, de los términos y condiciones, entre otros, información que no debe variar o cambiar y ser verídica, dado que lo que se oferta debe ser entregado, en virtud del deber de idoneidad.

En ese sentido, si el proveedor oferta un determinado producto o servicio, informando ciertas características o condiciones, lo que espera recibir el consumidor es el mismo producto o servicio con la información brindada, caso contrario si se hubiera omitido algún aspecto relevante o se ha proporcionado información falsa, se genera la infracción al mismo.

En esta misma línea, (Rojas Kaluer, 2012) señala que:

“El Deber de Información de los proveedores es, a su vez, el Derecho a la Información de los consumidores, debiendo entenderse como la obligación a cargo de los proveedores para brindar a los consumidores la información adecuada o necesaria a efectos de que éstos adopten una decisión de consumo adecuada con sus intereses y, asimismo, sea debidamente informado por el proveedor sobre el producto adquirido o el servicio contratado durante la vigencia de la relación contractual entre ellos”. (Pág. 66)

De lo antes expuesto, queda claro que todo consumidor tiene el derecho a ser informado sobre los productos o servicios que pretende adquirir y que dicha información sea idónea y verídica.

En ese sentido se garantiza un derecho al consumidor y un deber por parte del proveedor, cuya omisión genera una infracción a las normas de protección al consumidor y atenta contra la libertad del consumidor en las relaciones de consumo, toda vez que al no brindar la información suficiente o relevante no se genera una adecuada decisión de compra.

En el presente caso, si bien estaríamos ante un supuesto donde los colaboradores de la empresa habrían indicado verbalmente a la denunciante información que dista de la contenida en el contrato de programa de viaje, así como la presunta evaluación crediticia; no se ha presentado algún medio probatorio que acredite tal situación, por lo tanto, no se ha configurado la infracción al deber de información previsto en el artículo 2° del código.

III.1.3. ¿Se ha configurado infracción al deber de idoneidad previsto en el artículo 19° del Código, en el extremo que la empresa no habría permitido a la interesada leer de forma completa el contrato antes de firmarlo?

En este extremo corresponde determinar si se ha generado infracción al deber de idoneidad, materializado en la obligación que recae sobre el proveedor en relación a los productos y servicios ofertados en el mercado. Para tales efectos es necesario analizar este deber en el marco de un desarrollo doctrinario, legal y jurisprudencial.

Como es de conocimiento, los antecedentes del deber de idoneidad se remontan desde la promulgación del Decreto Legislativo N° 716, Norma sobre protección al Consumidor, a través del cual se despliega una de las exigencias más importantes en materia de protección al consumidor, donde cabe resaltar el emblemático pronunciamiento en el caso *Tori vs Kourus*, por medio del cual la Sala de Protección al Consumidor, enfatizó que la idoneidad genera una obligación al proveedor, y por otro lado un derecho al consumidor.

Siendo así, el artículo 18° del código señala lo siguiente:

Artículo 18.- Idoneidad

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

Entonces queda claro, que los proveedores tienen la obligación de entregar a los consumidores los productos y prestar los servicios tal y como fueron ofrecidos, incluyendo mismas características, condiciones, términos y aspectos relevantes que

se hubieran informado. Así por ejemplo al ofrecer un servicio, el proveedor no puede prestar el mismo, bajo términos diferentes a los pactados.

A través de la idoneidad como deber impuesto al proveedor, el Estado se encarga de garantizar la correcta actuación de los proveedores respecto a los productos y servicios que estén a disposición del mercado, protegiendo a su vez el interés económico de los consumidores.

Sobre ello, (Merino Acuña, 2008) ha especificado:

El deber de idoneidad obliga al proveedor de un servicio a prestarlo en las condiciones y términos pactados con el consumidor, debiendo responder a la finalidad para la cual el servicio ha sido ideado. Esta obligación principal tiene entre sus componentes el deber de diligencia en la prestación del servicio. (Pág. 32)

Merino refiere que a través de la idoneidad se obliga al proveedor a cumplir con lo que ha pactado con el consumidor, sin alterar algún aspecto de lo ofertado, respondiendo a un deber de diligencia en la prestación del servicio. Lógicamente que, si el proveedor se compromete o pacta la entrega de un producto o servicio en términos específicos, no puede variar dichos términos posteriormente; y en el mismo sentido debe garantizar la adecuada elección del consumidor respecto a su decisión de consumo.

En el mismo sentido, (Salas Valderrama R. , 2010) especifica que:

Por tanto, el deber de idoneidad consiste en que el proveedor es responsable por la correspondencia entre la calidad ofertada y la calidad que recibe el consumidor en su adquisición". Por tanto, existe un supuesto de falta de idoneidad cuando no existe coincidencia entre lo que el consumidor espera y lo que el consumidor recibe, naturalmente lo que el consumidor (razonable) espera depende de la información y la calidad que el proveedor le ha brindado. (Pág. 189)

El autor toma otro aspecto del deber de idoneidad, si bien concuerda con lo manifestado en el artículo 18° del código, agrega que la correspondencia entre la oferta y lo que recibe el consumidor radica en la calidad.

De esta forma, si existe coincidencia o relación entre la calidad que se ha ofertado y la calidad que ha recibido el consumidor, entonces se habla de un producto o servicio idóneo. En este caso, se elabora un estándar de calidad en base a la oferta

dada por el proveedor, estándar que espera recibir el consumidor, en los términos previamente acordados.

Se debe destacar una premisa importante en lo que refiere Salas cuando consigna que existe un supuesto de falta de idoneidad cuando no existe coincidencia entre lo que el consumidor espera y lo que el consumidor recibe. En esta premisa se habla de razonabilidad en el consumidor, el cual está referido, en términos generales, al consumidor que se informa y actúa de forma diligente. En términos específicos, la razonabilidad en la idoneidad hace referencia a lo que espera el consumidor, es decir que el consumidor solo espera en función a lo que se ha ofertado, es por ello que Salas explica que “naturalmente lo que el consumidor (razonable) espera depende de la información y la calidad que el proveedor le ha brindado”.

La Sala Especializada de Protección al Consumidor señala que Indecopi vigila la actuación de los proveedores: *“asegurando la idoneidad de los bienes y servicios en función de la información brindada y evitando la discriminación en las relaciones de consumo”*. (RESOLUCIÓN 3869-2014/SPC-INDECOPI, Fundamento 11).

Ahora, la imposición de este deber también atiende a una premisa fundamental: la expectativa del consumidor. El proveedor al ofertar un determinado producto o servicio crea una expectativa en el consumidor, la cual debe estar orientada a satisfacer las necesidades y cubrir sus intereses, permitiendo a este último adoptar una decisión de consumo final.

Al respecto (Rodríguez García, 2014) señala que:

“La ahora Sala Especializada en Protección al Consumidor resolvió, en tal sentido, que: “[...] el deber de idoneidad se materializa en que los productos y servicios que el proveedor pone en circulación en el mercado respondan a las expectativas de un consumidor razonable”. Asimismo, se desarrolló que “el concepto que subyace a la protección de la idoneidad de los servicios consiste en garantizar la satisfacción de las expectativas del consumidor [...] sobre la base de esta expectativa, se presume que un producto es idóneo para los fines y usos previsibles para los cuales normalmente éstos se adquieren en el mercado”. (Pág. 304)

En ese sentido, el deber de idoneidad se cumple cuando se satisfacen las expectativas del consumidor razonable, creadas a partir de la oferta del proveedor y las necesidades del consumidor.

Para esta premisa cabe destacar lo que señala (Thorne León, 2010): *“El aseguramiento de información (correcta y suficiente) e idoneidad (según lo ofrecido y acordado) permite que el consumidor logre la satisfacción esperada de sus necesidades a través de las transacciones que decide realizar”*. (Pág. 62).

Al vulnerarse este deber, se aplica lo estipulado en el artículo 19° del código, que señala que el proveedor es administrativamente responsable por la falta de idoneidad de los servicios. No obstante, para acreditar la infracción alegada, el consumidor tiene la obligación, en virtud de la carga de la prueba, acreditar el defecto señalado y por otro lado, el proveedor acreditar que dicho defecto no le es imputable o que el mismo se ha dado por causas justificadas.

En consideración a ello, concuerdo con el extremo 24 de la resolución del Órgano Resolutivo, al señalar que: *“Por ello, en materia de responsabilidad administrativa del proveedor, se ha establecido la regla de la carga de la prueba en virtud a la cual, ante la existencia de una defraudación en las expectativas del consumidor sobre el producto adquirido o el servicio contratado, corresponde a éste acreditar la existencia de algún defecto en el bien o servicio según las condiciones pactadas”*.

En el presente caso, la denunciante alegó que el personal de la empresa denunciada no le permitió leer el contrato antes de firmarlo, bajo la excusa que estaban por cerrar la tienda por ser domingo. No obstante, de la revisión de las pruebas aportadas, no se aprecia algún medio de prueba que acredite lo manifestado por la denunciante, incluso de la revisión del contrato no se aprecia algún signo de haber sido forzada a firmar; en consecuencia, no se ha acreditado la supuesta infracción alegada, tomando en consideración que los contratos son acuerdos bilaterales que se suscriben con la manifestación de voluntad de ambas partes, pues nadie puede obligar a otra persona a firmar algo que no quiere.

En consideración a ello, se determina que no se ha acreditado la infracción al deber de idoneidad previsto en el artículo 19° del código, en tanto la empresa no habría permitido a la denunciante leer de forma completa el contrato antes de firmarlo.

III.2. Respecto a las resoluciones emitidas

III.2.1. Resolución emitida por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 1

Respecto a la resolución que ha emitido el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos, preciso que no me encuentro de acuerdo con la misma, en el extremo que declara la improcedencia de la infracción contenida en el literal a) del numeral

58.1 del artículo 58° del código, en tanto la denunciante no habría acreditado el ofrecimiento de un premio consistente en un viaje de todo pagado, ni que el mismo se encontraba condicionado a la suscripción de un contrato

Ello responde, debido a como lo ha aceptado expresamente la denunciada en el escrito de descargo; la denunciante ganó un bono vacacional el cual debía ser entregado en las oficinas de la empresa, luego de recibir una charla de 45 minutos donde se informarían los términos y condiciones del bono, así como los demás beneficios correspondientes.

En ese sentido, se le hizo creer a la denunciante que había ganado un bono, cuando en realidad este estaba sujeto a otras condiciones y aun pago, evidenciándose un método comercial engañoso, configurando la infracción alegada por la denunciante.

La primera instancia no efectuó tal valoración para atribuir responsabilidad administrativa, limitándose a expresar que al no apreciarse dentro de las condiciones del bono alguna indicación que implique previamente la contratación del programa de viajes; no se configuraría la infracción prevista en el artículo 58° del código.

III.2.2. Resolución emitida por la Comisión de Protección al Consumidor

En cuanto a la resolución emitida por la Comisión, preciso que me encuentro de acuerdo con la decisión adoptada de revocar la resolución de primera instancia, y reformándola declara responsable a la denunciante en tanto quedó acreditado que incurrió en la infracción del literal a) del numeral 58.1 del artículo 58° del código, en la medida que aplicó métodos comerciales engañosos a fin de que la denunciante suscriba un contrato de membresía por un programa vacacional.

La resolución emitida por la comisión contiene una valoración idónea de los medios de prueba y hechos expuestos por las partes, toda vez que como ha quedado acreditado, la empresa condicionó la entrega del bono a recibir una charla, producto del cual la persuadió a la contratación del programa de viajes; cuando en realidad correspondía hacer entrega del bono en el momento que la denunciante había ganado en el sorteo.

Al ofertar el bono, hizo creer a la denunciante que se le haría entrega del mismo en el establecimiento de la empresa; no obstante, no se habría comunicado a qué condiciones estaba sujeto la entrega de dicho bono.

Siendo así, ha quedado corroborado la infracción normativa al literal a) del numeral 58.1 del artículo 58 del código, estipula que está prohibido 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.

IV. CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de los principales problemas jurídicos y el análisis de las resoluciones emitidas por la autoridad administrativa, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Se ha configurado el empleo de Métodos comerciales agresivos o engañosos previsto en el literal a) del numeral 58.1 del artículo 58° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto se dio la impresión a la denunciante que habría ganado un premio (bono vacacional) pero este estaba sujeto a que la misma concurre a la oficina de la denunciada a efectos de recibir una charla de 45 minutos donde recibiría información complementaria sobre los términos y condiciones del referido premio.
2. No se infringió el deber de información previsto en el artículo 2° del código, en tanto no quedó acreditado que se brindó una información verbal diferente a lo contenido en el contrato suscrito; asimismo, no se acreditó que la denunciada le hubiera solicitado la tarjeta de crédito para realizar una presunta evaluación crediticia la cual resultó en el cargo a cuenta de la misma, para la contratación del programa de viajes referido.
3. No se infringió el deber de idoneidad previsto en el artículo 19° del código, en tanto no se acreditó que la denunciada no habría permitido a la denunciante leer de forma completa el contrato antes de firmarlo, toda vez que de acuerdo a la documentación obrante en el expediente, se aprecia la firma de la denunciante, presumiéndose que tuvo acceso al contenido del mismo previo a su suscripción.
4. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos, interpretó de forma errónea lo previsto en el literal a) numeral 58.1 del artículo 58° del código, en tanto quedó acreditado que la empresa denunciada utilizó un método comercial engañoso al crear la expectativa a la denunciante consistente en ganar un

premio cuando en realidad este se encontraba condicionado a la realización de acto previo, induciéndola en error.

5. Se concluye que la Comisión de Protección al Consumidor ha efectuado un análisis objetivo y ha valorado de forma adecuada los medios probatorios y los hechos expuestos por las partes, analizando la infracción al artículo bajo comento y determinando la responsabilidad administrativa del proveedor, garantizando el interés económico del consumidor ante un método comercial engañoso.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

Carbonell, Esteban (2015). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Lima: Jurista Editores E.I.R.L.

Merino Acuña, Roger (2008). *Contratos de consumo e idoneidad de los productos y servicios en la jurisprudencia del INDECOPI*. Lima: Gaceta Jurídica.

Tito, J., & Puel, M. (2009). *Jurisprudencia sobre protección al consumidor. Apuntes Temáticos*. Lima: Tinco S.A.C.

HEMEROGRAFÍA

Carbonell, E. (2015). *Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Lima: Jurista Editores E.I.R.L.

Diez Canseco Nuñez, L. (1997). Función regulatoria, promoción de la competencia y legislación antimonopólica. *Themis*, 39-63.

Merino Acuña, R. (2008). *Contratos de consumo e idoneidad de los productos y servicios en la jurisprudencia del INDECOPI*. Lima: Gaceta Jurídica.

Muñoz Cortina, S. (2012). El derecho a la información en la esfera de protección del consumidor. *Diálogos de derecho y política*, 1-20.

Rodríguez García, G. (2014). El apogeo y decadencia del deber de idoneidad en la peruana de protección al consumidor. *Themis* 65, 304.

Rodríguez, G. (2010). El Fantasma de las ventas agresivas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. *Actualidad jurídica*, 45-48.

- Rojas Kaluer, C. (2012). El alcance del deber de información en materia de protección al consumidor: un replanteamiento desde el derecho y economía conductual y el neuromarketing. *Themis*, 65-79.
- Salas Valderrama, R. (2010). Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado. *Foro Jurídico*, 189.
- Salas Valderrama, R. (2010). Algunos apuntes y reflexiones sobre la Tutela de los derechos de los consumidores y la Asimetría Informativa en el mercado. *Foro jurídico*, 182-193.
- Supo Calderón, D., & Bazán Vásquez, V. (2020). El deber de información y el estándar de razonabilidad en las garantías implícitas del consumidor. *Forseti*, 69-94.
- 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 y Sociedad*, 61-68.
- Tito, J., & Puel, M. (2009). *Jurisprudencia sobre protección al consumidor. Apuntes Temáticos*. Lima: Tinco S.A.C.

JURISPRUDENCIA

- Sala de Defensa de la Competencia N° 2 (2012). Resolución 0259-2012/SC2-INDECOPI.
- Sala de Defensa de la Competencia N° 2, Resolución 0259-2012/SC2-INDECOPI (2012).
- Sala Especializada de Protección al Consumidor (2014). Resolución 3869 2014/SPC-INDECOPI

VI. ANEXOS

- Denuncia de fecha 13 de junio de 2018.
- Resolución N° 01 de fecha 09 de agosto de 2018, emitida por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 01.
- Descargo de fecha 20 de agosto de 2018.
- Resolución Final N° 2804-2018/PS1 de fecha 25 de setiembre de 2018, emitida por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 01
- Recurso de Apelación de fecha 19 de octubre de 2018.
- Resolución Final N° 773-2019/CC2 de fecha 26 de abril de 2019, emitida por la Comisión de Protección al Consumidor N° 02

000117

116



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOP

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL

Expediente N° 859-2018/PS1

LO TESTADO
NO VALE

RESOLUCIÓN FINAL N° 773-2019/CC2

PROCEDENCIA : ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 1

DENUNCIANTE : [REDACTED]

DENUNCIADOS : NEOMUNDO INTERNATIONAL S.A.C. (NEOMUNDO)

MATERIAS : PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR
MÉTODOS COMERCIALES AGRESIVOS
MEDIDA CORRECTIVA
GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN
COSTAS Y COSTOS

ACTIVIDAD : AGENCIAS DE VIAJES

Lima, 26 de abril de 2019

ANTECEDENTES

1. El 13 de junio de 2018, la [REDACTED] interpuso una denuncia contra Neomundo¹ ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 1 (en adelante, el OPS) por presuntas infracciones a la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor² (en adelante, el Código).
2. Mediante Resolución N° 1 del 9 de agosto de 2018, el OPS admitió a trámite lo siguiente:

"PRIMERO: Iniciar un procedimiento administrativo sancionador a Neomundo Internacional S.A.C. por:

- (i) *Presunta infracción a lo establecido en el artículo 58 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto habría aplicado un método comercial agresivo en la medida que habría condicionado la entrega de un premio a la contratación del programa de servicios turísticos;*
- (ii) *Presunta infracción a lo establecido en el artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto habría informado condiciones diferentes a las informadas de manera verbal;*
- (iii) *Presunta infracción a lo establecido en el artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto el personal de Neomundo no habría permitido que la interesada lea el contrato antes de firmarlo;*
- (iv) *Presunta infracción a lo establecido en el artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto habría informado que realizaría una evaluación crediticia de su tarjeta de crédito, sin embargo, habría realizado el cargo del programa contratado."*

¹ Con Registro Único de Contribuyente N° 20601047889.

² LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, publicado el 2 de septiembre de 2010 en el Diario Oficial El Peruano. Dicho código será aplicable a los supuestos de infracción que se configuren a partir del 2 de octubre de 2010, fecha en la cual entró en vigencia.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL

Expediente N° 859-2018/PS1

3. El 20 de agosto de 2018, Neomundo presentó sus descargos.
4. Mediante Resolución Final N° 2804-2018/PS1 del 25 de setiembre de 2018, el OPS resolvió archivar en todos sus extremos la denuncia presentada por la [REDACTED].
5. El 19 de octubre de 2018, la [REDACTED] presentó su recurso de apelación:
 - (i) La denunciada citó la membresía y anexos firmados para dar una presunta validez al contrato; sin embargo, lo cierto es que la denunciada condicionó la entrega de premios a la suscripción del mismo;
 - (ii) La denunciada no brindó servicio alguno, apropiándose de S/ 5 494,00; y,
 - (iii) la solicitud de cancelación del contrato fue comunicada a la denunciada en menos de 48 horas de haberse suscrito el contrato, sin haberle ocasionado algún perjuicio.

Materia de pronunciamiento

6. En el presente caso será materia de pronunciamiento el extremo referido a la aplicación de métodos comerciales engañosos; por lo que los otros extremos no serán analizados al no haber sido recurridos por las partes.

ANÁLISIS

Sobre los métodos comerciales agresivos o engañosos

7. El artículo 58.1 del Código establece que los "métodos comerciales agresivos o engañosos" son aquellas prácticas que merman de manera significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo³. Asimismo, el literal a) del referido dispositivo legal establece que se encuentra prohibido 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.

3

LEY N° 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.

Métodos comerciales agresivos o engañosos. 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.

[...]

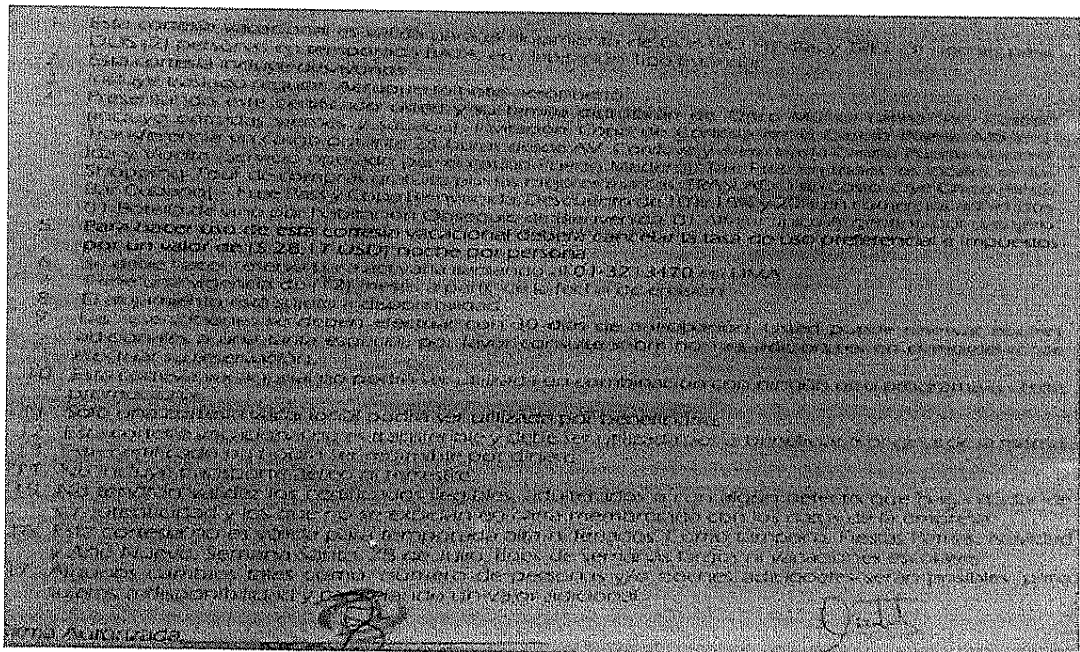
f. En general, toda práctica que implique dolo, violencia o intimidación que haya sido determinante en la voluntad de contratar o en el consentimiento del consumidor.



ACREDITADO NO VALE

- 8. Con la regulación de los métodos comerciales agresivos o engañosos, el Código busca prohibir aquellos métodos o mecanismos utilizados por el proveedor en los cuales se observa como punto central la intención de afectar de manera significativa la libertad de elección del consumidor con la finalidad de conseguir que este adopte una decisión de consumo de manera irracional o desinformada.
- 9. En su denuncia, la [REDACTED] indicó que el 6 de mayo de 2018, personal de la denunciada la invitó a participar en un concurso, en el cual se hizo acreedora de un bono vacacional; no obstante, le comunicaron que para hacer uso del mismo debía asistir a una charla en el establecimiento de la denunciada.
- 10. En sus descargos, Neomundo aceptó haber indicado que la denunciante debía acudir a su establecimiento, de acuerdo a lo siguiente:

"Es cierto que el colaborador de NEOMUNDO le indica a la [REDACTED] que debía apersonarse a las instalaciones de mi representada a efecto que se le haga entrega del bono vacacional al cual se hizo acreedora, esto tras recibir una charla de 45 minutos donde se le informa sobre los términos y condiciones del bono así como los beneficios que le ofrece mi representada (...)" [sic]
- 11. Sobre el particular, la propia denunciada señaló que condicionó la entrega del referido bono a la asistencia de una charla de aproximadamente 45 minutos, cuando lo que debió hacer es entregar el bono vacacional al ser la ganadora del concurso.
- 12. Adicionalmente, cabe precisar que no resulta razonable que la consumidora haya tenido que asistir al establecimiento de la denunciada a fin de ser informada sobre los términos y condiciones del bono, cuando estos figuraban en el boleto entregado, en el cual se indica que para usarlo, la usuaria debe comunicarse a un número telefónico, conforme a lo siguiente:





13. En atención a ello, es posible concluir que Neomundo indujo a error a la denunciante al crearle la impresión de que ganó un premio cuando estaba condicionado a la asistencia a una charla.
14. Adicionalmente a lo desarrollado en los párrafos anteriores, de la revisión de los términos y condiciones del "bono" entregado a la denunciante, se advierte que el mismo está sujeto a un previo pago de US\$ 28,17; por lo que, al encontrarse condicionado a un desembolso previo, el mismo no puede ser definido como un premio.
15. Por lo expuesto, corresponde revocar la Resolución Final N° 2804-2018/PS1 que resolvió archivar el extremo denunciado; y, reformándolo, declarar responsable a Neomundo por infracción al artículo 58 del Código.

De las medidas correctivas

16. Los artículos 114, 115 y 116 del Código⁴ establecen la facultad que tiene la Comisión para que, actuando de oficio o a pedido de parte, puedan adoptar las medidas correctivas que tengan por finalidad resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior, así como, revertir los efectos que la conducta infractora hubiera ocasionado o evitar que ésta se produzca nuevamente en el futuro.
17. En el presente caso, quedó acreditada la infracción cometida por Neomundo referida a que condicionó la entrega de un premio a la contratación del contrato de Membresía N° LMP1429
18. En atención a lo señalado, este Colegiado considera que corresponde ordenar a Neomundo, como medida correctiva, que en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles, contado desde el día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con:
 - (i) Dejar sin efecto el Contrato N° LMP1429 y todos los documentos

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

Artículo 114.- Medidas correctivas

Sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda al proveedor por una infracción al presente Código, el Indecopi puede dictar, en calidad de mandatos, medidas correctivas reparadoras y complementarias.

Las medidas correctivas reparadoras pueden dictarse a pedido de parte o de oficio, siempre y cuando sean expresamente informadas sobre esa posibilidad en la notificación de cargo al proveedor por la autoridad encargada del procedimiento.

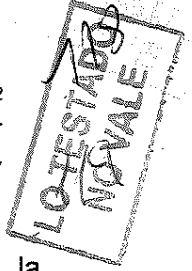
Las medidas correctivas complementarias pueden dictarse de oficio o a pedido de parte.

Artículo 115.- Medidas correctivas reparadoras

115.1 Las medidas correctivas reparadoras tienen el objeto de resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior (...)

Artículo 116.- Medidas correctivas complementarias

Las medidas correctivas complementarias tienen el objeto de revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente en el futuro (...)



- relacionados a la adquisición del Programa Vacacional adquirido;
- (ii) devolver a la denunciante la suma de US\$ 1 440,00 pagada por la adquisición del Programa Vacacional, más los intereses cargados por la entidad financiera correspondiente en atención al pago realizado mediante tarjeta de crédito; y,
 - (iii) colocar el aviso de información que se encuentra en el Anexo N° 1 de la presente resolución, en la parte exterior de sus establecimientos y demás locales en los que brinda la charla y ofrecimiento de su programa vacacional, en formato A2, con el texto que cubra toda la dimensión de la hoja y deberá ser colocado de forma permanente en las mencionadas ubicaciones, de acuerdo con el diseño y texto que se adjunta a la presente.
19. Adicionalmente, el proveedor denunciado deberá asumir cualquier gasto adicional que se genere por el cumplimiento de las medidas correctivas anteriormente mencionadas.
20. Neomundo deberá acreditar el cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, ante este Órgano Resolutivo, en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles, contado a partir del vencimiento de plazo otorgado en el párrafo precedente, bajo apercibimiento de ley.

Graduación de la sanción

21. Habiéndose verificado la existencia de la infracción administrativa, corresponde determinar a continuación la sanción a imponer y su graduación, para lo cual deben aplicarse de manera preferente los criterios previstos en el artículo 112 del Código⁵ que establece los criterios que la autoridad administrativa deberá tomar en

⁵ **LEY N° 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas.

Al graduar la sanción, el órgano resolutivo puede tener en consideración los siguientes criterios:

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
 2. La probabilidad de detección de la infracción.
 3. El daño resultante de la infracción.
 4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
 5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
 6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar.
- Se consideran circunstancias agravantes especiales, las siguientes:
1. La reincidencia o incumplimiento reiterado, según sea el caso.
 2. La conducta del infractor a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental.
 3. Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad del consumidor.
 4. Cuando el proveedor, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias.
 5. Cuando la conducta infractora haya afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores.
 6. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas, dependiendo de cada caso particular.

Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes:

1. La presentación por el proveedor de una propuesta conciliatoria dentro del procedimiento administrativo que coincida con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutivo.
2. Cuando el proveedor acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de la misma y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma
3. En los procedimientos de oficio promovidos por una denuncia de parte, cuando el proveedor se allana a la denuncia presentada o reconoce las pretensiones en ella contenidas, se da por concluido el procedimiento liminarmente, pudiendo imponerse una amonestación si el allanamiento o reconocimiento se realiza con la



consideración para graduar la sanción que corresponde a un proveedor que ha infringido las normas a dicho cuerpo normativo. Adicionalmente, la norma prevé circunstancias agravantes y atenuantes que se podrán tomar en consideración para fijar la sanción, así como de manera supletoria los criterios contemplados en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS⁶.

22. En el presente caso, los criterios aplicados fueron los siguientes:

- a) **Perjuicio generado por la infracción:** La conducta ha causado un perjuicio a la denunciante en la medida que contrató con Neomundo un Programa Vacacional a través de la utilización de métodos comerciales agresivos o engañosos que mermaron su libertad de elección, al generarle expectativas de participar de ganar un premio si asistía a una charla. Adicionalmente, ocasionó un perjuicio de índole económico a la denunciante en tanto suscribió un contrato de S/ 5 494,00 y abonó la totalidad de dicho monto.
- b) **Probabilidad de detección de la infracción:** En el caso particular, la

presentación de los descargos; caso contrario la sanción a imponer será pecuniaria. En aquellos casos en que el allanamiento o reconocimiento verse sobre controversias referidas a actos de discriminación, actos contrarios a la vida y a la salud y sustancias peligrosas, se considera como un atenuante pero la sanción a imponer será pecuniaria. En todos los supuestos de allanamiento y reconocimiento formulados con la presentación de los descargos, se exonera al denunciado del pago de los costos del procedimiento, pero no de las costas.

4. Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código, para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:

- a) El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa a dicho programa.
b) Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
c) Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.
d) Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.
e) Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.
f) Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.
g) Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas dependiendo de cada caso particular."

TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY N° 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, APROBADO POR DECRETO SUPREMO N° 004-2019-JUS

Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales:

(...)

3. Razonabilidad.- Las autoridades deben prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. Sin embargo, las sanciones a ser aplicadas deberán ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, observando los siguientes criterios que en orden de prelación se señalan a efectos de su graduación:

- a) El beneficio ilícito resultante por la comisión de la infracción;
b) La probabilidad de detección de la infracción;
c) La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido;
d) El perjuicio económico causado;
e) La reincidencia, por la comisión de la misma infracción dentro del plazo de un (1) año desde que quedó firme la resolución que sancionó la primera infracción.
f) La circunstancia de la comisión de la infracción; y,
g) La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.

(...)



LO QUE ESTADO
NO VALE

probabilidad de detección es baja, en la medida que la denunciante no pudo tomar conocimiento de la infracción de manera inmediata, en tanto fue inducida a través de métodos comerciales agresivos o engañosos, a firmar un contrato sin poder acceder a toda la información necesaria a fin de tomar una adecuada elección de consumo. Por tanto, recién pudo percatarse del hecho infractor después de suscrito este.

23. En atención a lo señalado, a fin de establecer la multa base, se multiplicará el perjuicio (valor del contrato) por la probabilidad de detección (baja = x 4).
24. Por lo expuesto, la Comisión considera que, para imponer la sanción, adicionalmente, se debe tomar en cuenta lo establecido por el principio de razonabilidad, es decir, la sanción debe ser suficiente para generar incentivos que corrijan las acciones contrarias al ordenamiento de protección al consumidor.
25. Es pertinente indicar, que de acuerdo con lo establecido en el artículo 110 del Código, la Comisión tiene la facultad de imponer sanciones por infracciones administrativas, considerándose desde amonestación hasta una multa de 450 Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT).
26. En ese sentido, este Colegiado considera que correspondería sancionar a Neomundo con una multa ascendente a 1,30 Unidad Impositiva Tributaria; sin embargo, teniendo en cuenta la probabilidad de detección de la infracción, corresponde imponer una multa de 5,20 UIT.

De las costas y costos del procedimiento

27. El artículo 7 del Decreto Legislativo N° 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi⁷, dispone que es potestad de la Comisión ordenar el pago de los costos y costas en que hubiera incurrido la denunciante o el Indecopi.
28. En el presente caso, han quedado acreditadas las infracciones cometidas por Neomundo, por lo que esta Comisión considera que se debe ordenar a la empresa denunciada el pago de las costas y costos del procedimiento. En consecuencia, dicho proveedor deberá cumplir, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada la presente Resolución, con pagar a la parte denunciante las costas del procedimiento, que a la fecha ascienden a la suma de S/ 36,00⁸.
29. Sin perjuicio de ello y, de considerarlo pertinente, una vez que se ponga fin a la instancia administrativa, la señora Saavedra podrán solicitar el reembolso de los

⁷ **DECRETO LEGISLATIVO N° 807. LEY SOBRE FACULTADES, NORMAS Y ORGANIZACIÓN DEL INDECOPI.**
Artículo 7.- En cualquier procedimiento contencioso seguido ante el Indecopi, la Comisión u Oficina competente, además de imponer la sanción que corresponda, podrá ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y costos del proceso en que haya incurrido el denunciante o el Indecopi. En caso de incumplimiento de la orden de pago de costas y costos del proceso, cualquier Comisión u Oficina del Indecopi podrá aplicar las multas previstas en el inciso b) del artículo 38 del Decreto Legislativo N° 716.

⁸ Tasa correspondiente al derecho de presentación de la denuncia.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL

Expediente N° 859-2018/PS1

montos adicionales en que hubiesen incurrido para la tramitación del presente procedimiento, para lo cual deberá presentar una solicitud de liquidación de costas y costos ante el OPS N° 1.

Sobre la inscripción en el Registro de Infracciones y Sanciones de Indecopi

30. El artículo 119 del Código establece que el Indecopi lleva un registro de infracciones y sanciones a las disposiciones de la referida norma con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución.
31. En razón a lo expuesto, al haberse verificado la infracción cometida por Neomundo, corresponde ordenar su inscripción en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Revocar la Resolución Final N° 2804-2018/PS1 emitida el 25 de setiembre de 2018 por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 1, en el extremo que resolvió archivar el procedimiento administrativo sancionador iniciado contra Neomundo International S.A.C. por presunta infracción al artículo 58 numeral 58.1 de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa al Consumidor; y, reformándola, declararla responsable, en la medida que quedó acreditado que aplicó métodos comerciales engañosos a fin de que la denunciante suscribiera un contrato de membresía por un programa vacacional.

SEGUNDO: Ordenar en calidad de medida correctiva a Neomundo International S.A.C., que en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles, contado desde el día siguiente de la notificación de la presente resolución cumpla con:

- (i) Dejar sin efecto el Contrato N° LM 2157 y todos los documentos relacionados a la adquisición del Programa Vacacional adquirido;
- (ii) devolver a la denunciante la suma de S/ 5 494,00 pagada por la contratación del Programa Vacacional, más los intereses cargados por la entidad financiera correspondiente en atención al pago realizado mediante tarjeta de crédito; y,
- (iii) colocar el aviso de información que se encuentra en el Anexo N° 1 de la presente resolución, en la parte exterior de sus establecimientos y demás locales en los que brinda la charla y ofrecimiento de su programa vacacional, en formato A2, con el texto que cubra toda la dimensión de la hoja y deberá ser colocado de forma permanente en las mencionadas ubicaciones, de acuerdo con el diseño y texto que se adjunta a la presente.

Adicionalmente, el proveedor denunciado deberá asumir cualquier gasto adicional que se genere por el cumplimiento de las medidas correctivas anteriormente mencionadas.

170
LO TESTADO
NO VALE

Neomundo International S.A.C. deberá acreditar el cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, ante este Órgano Resolutivo, en el plazo máximo de cinco (5) días, contado a partir del vencimiento de plazo otorgado en el párrafo precedente, bajo apercibimiento de ley.

TERCERO: Imponer a Neomundo International S.A.C. una multa ascendente a 5,20 Unidades Impositivas Tributarias por infracción al artículo 58.1 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

CUARTO: Ordenar a Neomundo International S.A.C. que, en un plazo no mayor a CINCO (5) días hábiles contados a partir del día siguiente de la notificación de la presente Resolución, cumpla con pagar a la parte denunciante las costas del procedimiento, que a la fecha ascienden a la suma de S/ 36,00; sin perjuicio de ello, y de considerarlo pertinente, una vez que se ponga fin a la instancia administrativa, la denunciante podrá solicitar el reembolso de los montos adicionales en que hubiese incurrido para la tramitación del presente procedimiento, para lo cual deberá presentar una solicitud de liquidación de costas y costos.

QUINTO: Disponer la inscripción de Neomundo International S.A.C. en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi, una vez que la resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

SEXTO: Informar a las partes que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y agota la vía administrativa, por lo que solo puede ser cuestionada en vía de proceso contencioso administrativo ante el Poder Judicial⁹.

Con la intervención de los Comisionados: Sra. Claudia Antoinette Mansen Arrieta, Sr. Tommy Ricker Deza Sandoval, Sr. Luis Alejandro Pacheco Zevallos y Sr. Arturo Ernesto Seminario Dapello.

CLAUDIA ANTOINETTE MANSÉN ARRIETA
Presidenta

⁹ LEY N° 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.
Artículo 125.-

(...)

La Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi o la comisión con facultades desconcentradas en esta materia, según corresponda, constituye la segunda instancia administrativa en este procedimiento sumarísimo, que se tramita bajo las reglas establecidas por el presente subcapítulo y por la directiva que para tal efecto debe aprobar y publicar el Consejo Directivo del Indecopi.

La resolución que emita la correspondiente Comisión agota la vía administrativa y puede ser cuestionada mediante el proceso contencioso administrativo.