

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE FORTALECIMIENTO FINANCIERO  
PROVENIENTES DEL ESTADO Y CONVENIOS CON EL SECTOR  
EMPRESARIAL PARA LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAGÍSTER EN DERECHO DE LA EMPRESA**

**AUTOR**

SIXTO BENJAMIN VILA ALARCÓN

**ASESOR**

MOISÉS ARTURO REJANOVINSCHI TALLEDO

**LIMA, PERÚ**

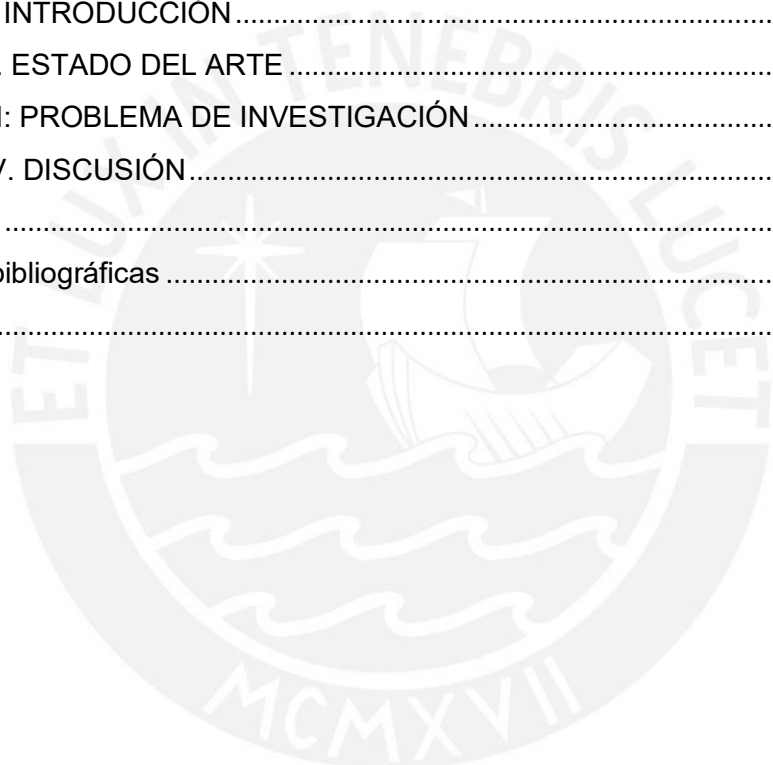
**OCTUBRE, 2019**

## Resumen

El Estado, los proveedores y los consumidores constituyen los tres agentes relevantes dentro del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, siendo los consumidores la parte más frágil y por ende sobre los cuales el Estado despliega su rol tuitivo. Las asociaciones de consumidores, como representantes de la sociedad civil, ejercen un rol importante dentro de este diseño y por ello es relevante su fortalecimiento. A través del presente trabajo de investigación, se explora una de las aristas que pueden fortalecerlas, como es el caso del aspecto financiero, por parte del Estado y a través de un mayor acercamiento hacia los proveedores dentro del marco de convenios de cooperación. Sin duda ambos aspectos son controversiales dado el estado actual de la normativa en materia de protección del consumidor en el mercado peruano, más no necesariamente en el ámbito comparado con otros países. Por tanto, se concluye que la apertura de las opciones de financiamiento para las asociaciones de consumidores y convenios con proveedores incidirá en un mayor fortalecimiento y desempeño de la defensa de los consumidores, las mismas que deberán de estar sujetas a reglas de transparencia y disponibilidad presupuestal. Para ello, se aborda la problemática, se cuestiona los principales aspectos en pro de la propuesta y se plantea la forma normativa sobre la base del análisis del desempeño de las asociaciones de consumidores, el análisis comparado y regulatorio.

## ÍNDICE

Resumen.....	2
ÍNDICE .....	3
Lista de Tablas.....	4
Lista de Figuras.....	5
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE .....	14
CAPÍTULO III: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	30
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN.....	49
Conclusiones .....	64
Referencias bibliográficas .....	68
Anexos .....	75



## Lista de Tablas

Tabla 1: Asociaciones de consumidores, representatividad .....	31
<i>Tabla 2: Asociaciones de consumidores, características</i> .....	34
Tabla 3: Proyectos de Ley impulsados por el Congreso de la República .....	43
Tabla 4: Normativa impulsada por el Indecopi con relación a los mecanismos de autocomposición y autorregulación .....	44
Tabla 5: Criterios de elección de países para el análisis comparativo en el caso de asociaciones de consumidores .....	46
Tabla 6: Propuesta de cambio normativo referido a los convenios de colaboración entre asociaciones de consumidores y proveedores .....	59
Tabla 7: Propuesta de normativa referida al fondo concursable para asociaciones de consumidores .....	62

## Lista de Figuras

Figura 1 Asociaciones de consumidores: denuncias resueltas por las comisiones de protección al consumidor.....	35
Figura 2 Asociaciones de consumidores: denuncias resueltas por las comisiones de protección al consumidor, según actividad económica a la que pertenece el proveedor (Período: 2014-2018).....	36
Figura 3 Asociaciones de consumidores: desembolsos percibidos provenientes del porcentaje de multa dentro del marco de convenios de cooperación con el Indecopi (Período: 2014-2018).....	40
Figura 4 Asociaciones de consumidores: porcentaje de multas otorgadas en el marco de convenios de cooperación con el Indecopi (Período: 2014-2018).....	41
Figura 5 Asociaciones de consumidores: desembolsos percibidos provenientes del porcentaje de multa dentro del marco de convenios de cooperación con el Indecopi según fuente y temática impulsada (Período: 2014-2018).....	42
Figura 6 Muestra de prohibiciones que tienen las asociaciones de consumidores a nivel comparativo. ....	47
Figura 7 Mecanismos de fortalecimiento utilizados en favor de las asociaciones de consumidores: .....	48
Figura 8 Enfoque de convivencia entre agentes relacionados a la protección de los consumidores .....	54

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

En la última década, el diseño institucional y regulatorio de la protección del consumidor en el Perú reportó importantes cambios, teniéndose como el punto de inflexión el año 2010, con la aprobación del Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, Código), a partir del cual se empieza a desarrollar un Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor (en adelante, el Sistema).

Este Sistema tiene como Autoridad de Consumo al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (en adelante, Indecopi) y cuenta con un Consejo Nacional de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Consejo), como espacio de coordinación entre los diversos agentes involucrados en la defensa del consumidor, del cual forma parte la sociedad civil, la que es representada por las asociaciones de consumidores, conjuntamente con los representantes de los gremios empresariales y las diversas entidades del Estado (Indecopi, 2017, pág. 24).

La promoción y fortalecimiento de la participación ciudadana, expresado a través de las asociaciones de consumidores, por tanto, resulta vital a fin de lograr el objetivo plasmado en la Política Nacional de Protección del Consumidor en lo referido a “contribuir a la mayor y más eficaz nivel de protección de los consumidores” (Indecopi, 2017, pág. 18). En este sentido, es materia de análisis del presente trabajo de investigación, la evaluación de una de las alternativas de fortalecimiento, en este caso, y teniéndose como objetivo general, la evaluación de alternativas de fortalecimiento financiero provenientes del Estado y convenios con el sector empresarial.

Cabe destacar que las alternativas de fortalecimiento a ser analizadas son controversiales, dado el estado actual de la legislación nacional, cuyo mayor desarrollo, a través de la revisión del estado del arte referido al marco regulatorio peruano relevante a las que está sujeta las asociaciones de consumidores en el Perú, será abordado en el capítulo I. En efecto, se cuestiona el criterio de independencia y potencial captura que puedan generar ambos mecanismos de fortalecimiento, desde el punto de vista del Estado y los proveedores; así como el criterio de eficiencia con respecto a destinar recursos estatales a un grupo determinado, en este caso, a las asociaciones de consumidores.

Asimismo, se reconoce la importancia del fortalecimiento de las asociaciones de consumidores en la defensa de los derechos de consumidores dado que son entes activos para la mejora del marco normativo, la defensa de los derechos y el

empoderamiento del consumidor. A mayor abundamiento, su participación en los procesos regulatorios es importante, siguiendo a *Consumers International*, porque protegen el interés público, equilibrando los intereses de las partes involucradas, promueven la democratización de la toma de decisiones y reducen la asimetría informativa. (*Consumers International*, 2013).

Igualmente, desde un enfoque económico su fortalecimiento, por parte del Estado, también tiene sustento. Así, siguiendo a Fuentes y Saavedra, la existencia de la asimetría informativa (“restricciones informacionales”), costos de transacción (“restricciones transaccionales”) y racionalidad limitada (“restricciones intelectuales”), que son aspectos en los que inciden favorablemente las actividades de las asociaciones de consumidores) constituyen los fundamentos, desde la teoría microeconómica, para la protección de los consumidores por parte del Estado. (Fuentes & Saavedra, 2012, Pág. 4-6).

Es de destacar que las asociaciones de consumidores despliegan justamente las actividades mencionadas por Fuentes y Saavedra del párrafo precedente y por ello radica el sustento, desde el punto de vista económico, en ¿por qué el Estado debiera de financiarlos? Y es que coadyuvan a la disminución de la asimetría informativa, racionalidad limitada y los costos transaccionales de la parte más débil dentro de la relación de consumo, que son los consumidores.

La pertinencia del análisis en mención, que se desarrollará con un mayor detalle en el capítulo II, a través de la revisión del desempeño de las asociaciones de consumidores en el Perú sobre la base de los principales indicadores en materia de protección del consumidor, se sustenta en que, tras nueve años del punto de inflexión en mención, no se evidencia un desempeño destacable de las asociaciones en la defensa de los consumidores, por diversos factores.

Entre los factores fuente del bajo desempeño de las asociaciones de consumidores se pueden mencionar tres, siguiendo a Delgado, como es el caso de: (i) la inexistencia de una cultura de asociacionismo, (ii) la debilidad gerencial en el manejo de las asociaciones en términos empresariales y (iii) la inexistencia de mecanismos de financiamiento por parte del Estado, que son aspectos que además condicionan su sostenibilidad (Delgado, 2011, pág. 79-83).

Lo antes mencionado se puede contrastar con la información publicada por la Autoridad de Consumo:

- En primer lugar, la falta de asociacionismo se evidencia en dos características objetivas: i) el bajo número de asociados por organización (69 miembros en promedio en 2018 y de solo 07 si es que se considera el valor de la mediana) y ii) la inexistencia de asociaciones en 06 departamentos del Perú y además la inexistencia de asociación de consumidor alguna en el ámbito rural, en el que mayoritariamente se concentran los consumidores más vulnerables (Indecopi, 2018, pág. 65-66).

En este punto, complementando lo expuesto párrafos precedentes, consideramos que la intervención por parte del Estado, a través de un posible fortalecimiento financiero coadyuvaría indirectamente a una mayor protección de los consumidores, fortaleciendo además el rol tuitivo del Estado (derivado del principio pro consumidor establecido en el Código) y el principio pro asociativo (establecido también en el Código) puesto que facilitaría, su actuación, aspectos que además lo hacen distinto de otros agentes.

- Por su parte, la debilidad gerencial se refleja en una frágil estructura organizacional al interior de cada asociación que redundaba en una baja tasa de captación de nuevos asociados y bajo éxito en las denuncias presentadas ante el Indecopi: en 2018, conforme la información del Indecopi, se reportó la tramitación de 329 denuncias y en el 55.5% de los casos obtuvieron resultados favorables, es decir en solo 05 de cada 10 denuncias. (Indecopi, 2019, pág.99-100).

Si bien en los casos en los que el resultado de la denuncia fue favorable para la asociación se evidenció una infracción a la normativa de protección del consumidor por parte de los proveedores, los casos en los que se tuvo resultado desfavorable para las asociaciones de consumidores evidenciaron una heterogénea problemática que reflejan la carencia de sólidos sustento técnicos, desconocimiento y bajo esfuerzo en la detección de conductas infractoras graves (por ejemplo, sobre la base de las 55 denuncias que tuvieron algún extremo declarado infundado se evidenció que la denuncia no llegó a acreditar la conducta infractora, la competencia invocada correspondía a otra entidad distinta al Indecopi, entre otras); mientras que, en el caso de denuncias improcedentes (sobre la base de 63 denuncias que en 2018 fueron declaradas como tales) se evidenció desconocimiento de competencias, denuncias reiterativas (desestimadas por el principio Non bis In Ídem), entre otros aspectos, cuyo detalle puede apreciarse en los anexos 01 y 02, respectivamente.



- El último aspecto, referido a mecanismos de financiamiento, se refleja en la inexistencia de un fondo financiero fijo proveniente del Estado. Asimismo, conforme lo establece el Código, las asociaciones tampoco pueden percibir financiamiento alguno de proveedores que comercializan bienes o servicios a efectos de asegurar una independencia en su actuar. (Congreso de la República, Ley 29571, 2010, art.154).

En contraste, las asociaciones, conforme también lo establece el Código, si tienen la posibilidad de acceder a un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos administrativos promovidos por ellas, el cual no excede el 50%, el mismo que depende de diversos criterios como la labor de investigación, la participación durante el proceso, la trascendencia en el mercado, entre otras (Congreso de la República, Ley 29571, 2010, art. 156).

Al respecto, si bien este último mecanismo mencionado ha sido utilizado en los últimos años, ha sido de forma puntual. Así conforme se muestra en la información del Indecopi, entre 2010 y 2018, solo 04 de las 17 asociaciones que tienen convenios que les faculta a acceder a dicho fondos (de las 69 existentes), recibieron desembolsos y en heterogénea magnitud y frecuencia (Indecopi, 2018, pág. 69).

Es de destacar que el desempeño antes descrito se ha dado dentro de un contexto variado del estilo del *enforcement* por parte del Indecopi, el cual, siguiendo a Falla, habría sido determinado por la interacción de diversas variables como es el caso de los aspectos institucionales, regulatorios, ambiente y aspectos interinstitucionales (Falla, 2009).

De forma referencial, luego de tres años de la publicación del Código, en la que se estableció los lineamientos normativos a los que están sujetos las asociaciones de consumidores, el Indecopi inició un proceso de implementación de los mismos, aspecto que se continuó hasta 2018, con directivas orientadas al sinceramiento con respecto al número, registro y reconocimiento oficial de asociaciones y en lo relacionado a la participación de las asociaciones en los procedimientos en materia de defensa de los derechos de los consumidores. Así de esta forma se tuvieron:

- Directiva N° 006-2013/DIR-COD-INDECOPI, Reglas del Proceso de Elecciones de Representantes de las Asociaciones de Consumidores ante el Consejo.

- Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI denominada Normas sobre Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores.
- Directiva N° 003-2016/DIR-COD-INDECOPI, que establece los criterios y el mecanismo de selección de los casos para promover procesos judiciales en defensa de intereses colectivos de los consumidores, aprobados por el Consejo Directivo del Indecopi.
- Directiva N° 009-2017/DIR-COD-INDECOPI, que modifica el artículo 19 de la Directiva N° 009-2013/DIRCCOD-INDECOPI, denominada Directiva Sobre Normas Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores.

Adicionalmente a lo anterior, según el Indecopi, dentro de la finalidad de tener un mayor alcance a nivel nacional y empoderar al consumidor, en diciembre de 2016, se incorporó dentro del D.L N° 1308, la modificación del artículo 105, estableciendo la posibilidad que el Indecopi no solo de constituir órganos resolutorios de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor, desconcentrar competencias o crear comisiones adicionales o desactivarles, sino también para celebrar convenios con instituciones privadas debidamente reconocidas (como es el caso de las asociaciones de consumidores) para delegarles alguna de sus funciones, como por ejemplo, en este caso el educativo. (Indecopi, 2017, pág. 338).

Es de destacar que la figura de celebrar convenios institucionales, mencionadas en el párrafo precedente, es una figura distinta a la establecida en el artículo 156 del Código, referida a convenios de cooperación interinstitucional entre el Indecopi (regulados por los artículos 18 al 25 de la Directiva No 009-2013), organismos reguladores y las asociaciones de consumidores toda vez que este básicamente posibilitan la entrega a favor de las asociaciones de hasta el 50% de las multas firmes impuestas en procedimientos impulsados por estas; mientras que, la figura del D.L. N° 1308, mencionado en el párrafo precedente, abre la posibilidad, por ejemplo, a potenciar actividades preventivas, como las educativas, entre el Indecopi y las asociaciones.

En contraste, la implementación de mecanismos de sanción no se ha plasmado en directiva alguna, la que sería aplicada, por ejemplo, cuando alguna asociación de consumidor incumpla con las obligaciones establecidas para mantenerse en el registro oficial del Indecopi. Lo anterior, a pesar de la existencia de la facultad de iniciar procedimientos sancionadores y es que al no existir una directiva que regule el

procedimiento para el caso de asociaciones, conllevó a que en el período de análisis, a partir del año 2014, no se impuso sanción alguna a las asociaciones de consumidores.

A mayor abundamiento, es destacar que, si bien el mecanismo de sanción podría estar bajo el amparo del artículo 106.1 del Código, referido a procedimientos sancionadores por infracciones a las normas de protección al consumidor, a nuestro criterio, es necesario, por principio de seguridad jurídica, el establecimiento de reglas y/o procedimientos mínimos y claros que aseguren la garantía de la aplicación de la Ley, en este caso, por ejemplo, establecer ¿cuáles serían las entidades al interior de la Autoridad de Consumo, que evaluarían la sanción a las asociaciones de consumidores?, ¿cuál sería el número de instancias en las que se desarrollaría el proceso?, ¿qué criterios son los que se aplicarían para la aplicación de sanciones?, entre otros aspectos.

Sobre la base de lo anterior, el capítulo II además aborda el análisis comparativo de la regulación existente aplicable a las asociaciones de consumidores, a nivel de los principales países similares al Perú en lo que se refiere a fuentes o mecanismos de financiamiento, así como para identificar las principales restricciones legales a las que están sujetas y mecanismos de promoción o fortalecimiento, para sobre la base de ello proponer posibles cambios en el marco normativo para el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores en el Perú para el acceso a financiamiento por parte del Estado o el sector empresarial.

Para lo anterior, se realiza un análisis comparativo sobre una muestra de países relevantes para el caso peruano, en cuanto a la existencia del marco legal y expectativas de las diversas agencias de consumo, de países como Chile, México, Argentina y Uruguay, adicionándose a España, para fines de análisis, en los que existe una regulación específica para las asociaciones de consumidores además de existir una diversidad en cuanto a las restricciones a las que están sujetas.

Sobre lo analizado es claro cuando menos tres aspectos relevantes para el planteamiento materia de análisis: i) en todos los países existe una regulación especial para las asociaciones de consumidores, ii) en la mayoría existen fondos financieros provenientes del Estado y iii) no existe una prohibición absoluta con respecto a mecanismos de colaboración entre las asociaciones y proveedores, destacando el caso de España, en el que existen los denominados convenios de colaboración. Asimismo, en todos los casos ineludiblemente existe un *enforcement* particular, a través del establecimiento de reglas y/o marco normativo.

Dentro del análisis comparativo, cabe mencionar que existe una clara discrepancia entre el accionar actual de las asociaciones de consumidores con respecto a la expectativa

de las agencias de consumidor. Así, de acuerdo al Indecopi, por ejemplo se espera un mayor trabajo en lo relacionado a la elaboración de propuestas normativas e impulso para su respectiva aprobación así como el desarrollo de procesos de defensa de intereses colectivos, los mismos que tendrían un impacto mayor en cuanto a la defensa del consumidor (Indecopi, 2018, pág. 14).

La problemática de debilidad de las asociaciones de consumidores plantea la necesidad de evaluar la pertinencia de generar mecanismos y formas alternativas para su fortalecimiento, en este caso, financiero, como son las opciones de implementar fuentes provenientes de fondos públicos, fuentes del segmento empresarial (a través de convenios), las que difieren por ejemplo, también de otras alternativas planteadas, por ejemplo, como es el caso de la del establecimiento de un porcentaje (incluso mínimo) provenientes de las multas impuestas por los procedimientos administrativos impulsados por las asociaciones.

Por lo anterior, el presente trabajo de investigación plantea las hipótesis de que: i) La apertura de las opciones de financiamiento para las asociaciones de consumidores incidirá en un mayor fortalecimiento y desempeño de la defensa de los consumidores, las mismas que deberán de estar sujetas a reglas de transparencia y disponibilidad presupuestal , ii) La implementación de fuentes de financiamiento innovadoras por parte del Estado y la implementación de convenios de colaboración con empresas fortalecerá el accionar de las asociaciones de consumidores y con ello la protección al consumidor y iii) el establecimiento de reglas de control y transparencia permitirían reducir el posible conflicto de intereses entre asociaciones de consumidores, proveedores y Estado. Aspectos cuya propuesta de solución se plantea en el capítulo III, referido a la discusión.

Finalmente, si bien se plantea la necesidad de fortalecer el aspecto financiero que soporta el accionar de las asociaciones de consumidores, cabe recalcar, como se mencionó anteriormente, dicho aspecto solo es una de las tres aristas identificadas sobre las que se debería de incidir en pro de su fortalecimiento como representantes de la sociedad civil, dejándose de lado, en esta investigación, los aspectos de debilidad gerencial y cultura de asociacionismo.

Por lo anterior, se plantea los objetivos de la presente investigación:

**Objetivo general:**

Evaluar la pertinencia de la implementación de mecanismos financieros alternativos para las asociaciones de consumidores.

**Objetivos específicos:**

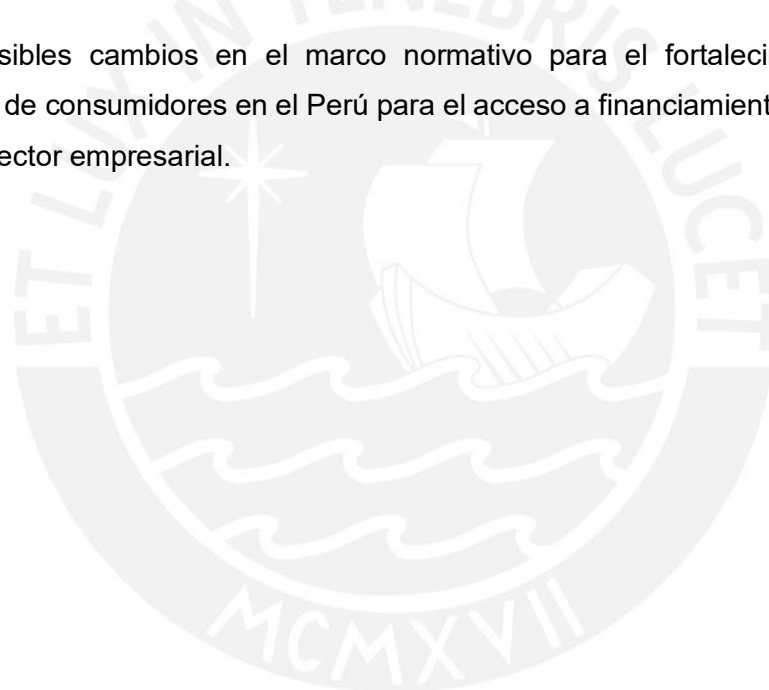
Revisar el estado del arte referido al marco regulatorio peruano relevante a las que está sujeta las asociaciones de consumidores en el Perú.

Revisar el desempeño de las asociaciones de consumidores en el Perú sobre la base de los principales indicadores en materia de protección del consumidor (denuncias presentadas ante los órganos resolutivos del Indecopi y acceso a fondos derivados de dichos procesos en los últimos 5 años).

Realizar un análisis comparativo de la regulación existente aplicable a las asociaciones de consumidores, a nivel de los principales países similares al Perú en lo que se refiere a fuentes o mecanismos de financiamiento.

Identificar las principales restricciones legales a las que están sujetas y mecanismos de promoción o fortalecimiento, principalmente las de financiamiento.

Proponer posibles cambios en el marco normativo para el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores en el Perú para el acceso a financiamiento por parte del Estado o el sector empresarial.



## CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE

Las asociaciones de consumidores son organizaciones ampliamente reconocidas. Así, por ejemplo, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (en adelante, UNCTAD, por sus siglas en inglés) considera a las asociaciones de consumidores como parte de un ecosistema amplio de infraestructura y sistemas de protección al consumidor, generadoras de un impacto significativo y positivo en la vida de los consumidores. (UNCTAD, 2018, Pág. 3).

En esta misma línea, el Comité Económico y Social Europeo (CESE), órgano consultivo de la Unión Europea, consideró a las organizaciones de consumidores, como importantes y capaces de desempeñar plenamente un papel de contrapesos en el mercado, fuertes e independientes. Lo anterior, en el contexto de colocar al consumidor en el centro de las políticas y en la construcción del mercado único (Comité Económico y Social Europeo, 2012, Pág. 3)

Por su parte, siguiendo a Weber, S. y Jillian G, en EE.UU., el rol de las asociaciones de consumidores y demás asociaciones sin fines de lucro también han sido consideradas importantes, sobre todo por sus acciones para generar una mayor protección del consumidor y lograr la atención de Estado en dicho aspecto, a través de la investigación, la publicidad, el cabildeo, el litigio y la investigación de problemas que afecta a los consumidores (Weber, S. & Jillian G., 2011, Pág. 29).

La UNCTAD, además, considerando la necesidad de dotar a los países de una guía regulatoria en materia de protección al consumidor, desarrolló las “Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor”, con la que, entre otros puntos, pretende facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor, considerados importantes, con la finalidad que estas hagan oír sus opiniones sobre las decisiones que las afectan. (UNCTAD, 2016, Pág. 3-7). Este aspecto además es al que está alineado la Política Nacional de Protección de los Consumidores en el Perú.

Sin embargo, conforme lo indica *Consumers International*, si bien las asociaciones de consumidores, a nivel mundial, desempeñan un importante y reconocido papel en la protección de los consumidores y desarrollan todo un abanico de actividades (como la realización de campañas de sensibilización, educación, representación legal de los consumidores, entre otros), no siempre reciben el respaldo, o este es escaso, por parte de los gobiernos, a pesar de que en algunos países se cuenta con la obligación legal. (*Consumers International*, 2014, Pág. 3-4)

Es de destacar que en el Perú, a nivel normativo, las asociaciones de consumidores son reconocidas en el Código, puesto que, en él se establece que el Estado promueve la organización de los consumidores en la defensa de sus derechos, a través de las asociaciones de consumidores, representantes de la sociedad civil, considerando su finalidad, que es la de contribuir al mejor funcionamiento y conformación de relaciones equilibradas de consumo (Ley N° 29571, 2010, art. VI, inciso 7).

A mayor abundamiento, en cuanto a sus funciones, el Código en mención, en su artículo 153, indica que las asociaciones de consumidores “son organizaciones constituidas de conformidad con las normas del Código Civil y tienen la finalidad de proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios” (Ley N° 29571, 2010, art. 153).

Conforme lo indica *Consumers International*, las asociaciones de consumidores, en general, han crecido en línea con la mayor importancia que se ha dado al consumidor en los últimos años. Asimismo, dicha organización resalta que a pesar de las dificultades por las que atraviesan relacionadas a su sostenibilidad, han obtenido espacios y ganado victorias para los consumidores en el ámbito judicial y en el establecimiento de políticas (*Consumers International*, 2013, Pág. 447)

En el caso peruano se puede mencionar diversas acciones relevantes en materia de protección al consumidor derivadas, en parte, por el impulso justamente de las acciones de las asociaciones de consumidores. Así tenemos, de forma referencial:

- Conforme, lo señala Delgado, el debate impulsado en 1998 por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (en adelante, Aspec), en torno al costo de emisión y revalidación del pasaporte y que decantó, tras casi 9 años en el sinceramiento de su costo, el cual pasó de US\$ 60 (en el caso de emisión) a US\$ 13. Lo anterior, no sin antes la presentación de denuncias por parte de Aspec ante la Defensoría del Pueblo y el Indecopi; gestiones ante el Congreso de la República y planteamiento de una acción popular en contra del Ministerio del Interior (Delgado, 2011, Pág. 73-85).
- El proceso impulsado por Aspec a través de la denuncia ante el Indecopi, en 1995, por el abuso de posición de dominio por parte de la empresa Los Portales (antes Inversiones Angela S.A.) y la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (Corpac) en cuanto a la administración de la playa de estacionamiento del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, principal aeropuerto del país. Dicho proceso conllevó a la habilitación posterior de una vía de acceso principal, independiente y

libre de costo, para los vehículos de paso en dicho aeropuerto. (Pinkas F., 2002, Pág. 936).

- El impulso por parte de ASPEC ante autoridades sanitarias y el legislativo a fin de prohibir el uso de bromato de potasio en la industria de panificación, debido a sus efectos adversos en la salud (Programa Compal, 2017, Pág. 14). Como consecuencia de ello, el Congreso de la República del Perú prohibió el uso de dicho insumo, en el año 2003, a través de la Ley que prohíbe el uso de la sustancia química bromato de potasio en la elaboración del pan y otros productos alimenticios destinados al consumo humano.
- El impulso, por parte de ASPEC, en 2019, para la prohibición de venta de celulares bloqueados (con apoyo de Consumers Internationals) y la consideración que exista un bloqueo progresivo para reducir los riesgos de la afectación a los usuarios que compraron equipos de buena. (Programa Compal, 2017, Pág. 14). Dicha medida estuvo a cargo del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel)

Sin embargo, no todas las asociaciones de consumidores pueden iniciar procesos de defensa de sus representados o por intereses difusos o acceder a convenios que les den acceso potencialmente a un porcentaje de las multas impuestas en procedimientos impulsados por ellas, puesto que el marco normativo peruano ha regulado dicho aspecto. En este sentido, por ejemplo, para estar habilitadas a interponer reclamos y denuncias ante el Indecopi y la vía judicial, las asociaciones primero deben de inscribirse en el Registro Oficial del Indecopi. Al respecto, este registro es gratuito e involucra la entrega de documentos que evidencien aspectos de formalidad, como por ejemplo, la partida registral que acredite su inscripción en registros públicos, escritura pública, declaración jurada de los socios miembros y ficha de inscripción. (Directiva No 009-2013, 2013, art. 1, art. 8).

Una vez inscritas en el citado registro, las asociaciones de consumidores pueden presentar denuncias por intereses colectivos y difusos en órganos del Indecopi como: (i) Comisión de Protección al Consumidor, (ii) Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, (iii), Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, (iv) Comisión de Defensa de la Libre Competencia y (vi) Comisión de Normalización y Eliminación de Barreras No Arancelarias. (Directiva No 009-2013, 2013, art. 1, art. 3).



Asimismo, el pertenecer al Registro Oficial posibilita a las asociaciones de consumidores a suscribir convenios de cooperación interinstitucional con el Indecopi. A través de estos convenios, las asociaciones pueden acceder a un porcentaje de hasta el 50% de la multa impuesta en resoluciones firmes en sede administrativa en los procesos impulsados por ellas. (Directiva No 009-2013, 2013, art. 18).

La regulación impuesta a las asociaciones de consumidores conforme estableció requisitos para su habilitación en el inicio de procesos de defensa del consumidor y acceso potencial a fondos derivados de las multas impuestas correspondientes a los procedimientos impulsados por ellas, también estableció prohibiciones y reglas a las que están sujetas.

A mayor abundamiento, el registro de las asociaciones de consumidores puede ser cancelado o suspendido, conforme lo establece la Directiva respectiva, en caso suceda, por ejemplo, alguna de las siguientes causales establecidas en su artículo 16: "(c) incluir como asociadas a personas jurídicas con fines de lucro, (d) percibir financiamiento de los proveedores que comercializan productos y servicios y (f) destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para una finalidad distinta a la asignada". (Directiva No 009-2013, 2013, art. 18).

Sobre la base de la información del Informe Anual Sobre el Estado de la Protección del Consumidor, 2018, del Indecopi, se tiene que al cierre del año 2018, el número de asociaciones de consumidores correspondiente al Registro Oficial fue de 69 asociaciones, de las cuales solo 15 reportaron convenios de cooperación interinstitucional. De estas 15, solo 2 accedieron a un porcentaje de multa proveniente de los procedimientos administrativos impulsados por ellas ante el Indecopi (Indecopi, 2019, Pág. 88-92)

Con respecto al número de asociaciones, si bien en 2018 fue mayor en 11 asociaciones, dicha cifra es menor a la reportada en el año 2013, en la que según el Indecopi, existían 93 asociaciones (Indecopi, 2019, Pág. 88). La menor cantidad de asociaciones se debió al proceso de sinceramiento iniciado en 2014, tras la vigencia de la Directiva de Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos Sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores, a partir de la cual se inició un proceso de adecuación del citado registro (Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI). (Indecopi, 2014, Pág. 65-66).

Por su parte, con relación al acceso del porcentaje de multas, lejos de ser constante o masiva, la participación por parte de las asociaciones de consumidores en las multas impuestas a proveedores en procedimientos impulsados por estas ha sido puntual, es

decir ha sido escasa en cuanto al número de asociaciones beneficiadas: entre 2010 y 2018, solo cuatro (04) asociaciones accedieron a dichos fondos, siendo estas la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec), Asociación Atenea, Asociación Más que Consumidores y Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Áncash (ACUREA).

Cabe destacar que conforme lo establece la Directiva sobre Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos Sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores, los montos a los que finalmente accede la asociación depende de criterios de graduación como: (i) la dificultad en la detección de la conducta denunciada, (ii) la participación de la asociación durante el procedimiento y (iii) la gravedad de la infracción detectada (Indecopi, Directiva No 009-2013, 2013, art. 28).

Sin embargo, independientemente del grado de participación de la asociación durante el procedimiento, es claro que el acceso a un fondo financiero, bajo el mecanismo de financiamiento mencionado, depende exógenamente de (i) la ocurrencia de la infracción por parte de los proveedores y (ii) de la gravedad de esta, de tal forma que permita, potencialmente, acceder a un monto mayor en caso el proveedor sea multado. Sumado a lo anterior, dependerá del nivel de esfuerzo en el proceso de investigación por parte de las asociaciones de consumidores de tal forma que detecten conductas infractoras sobre la base de un proceso real de investigación y monitoreo del mercado.

Asimismo, desde un punto de vista financiero, puesto que no deriva de un fondo adicional al presupuesto de la entidad (que actualmente sustenta su presupuesto en recursos directamente recaudados), implica que dichos recursos van en desmedro de otras actividades que podrían haberse financiado, por ejemplo a través de supervisiones de alto impacto o investigaciones de posibles cárteles altamente lesivos para el consumidor. Lo anterior debido a que la institución concentra una parte de sus ingresos en las multas impuestas. (Indecopi, 2004, Pág. 113).

Asimismo, dicho mecanismo, basado en función de las multas impuestas e impulsadas por las asociaciones, no estaría respaldada plenamente por todos los potenciales beneficiarios, a decir, por todas las asociaciones de consumidores o por sus representantes electos de turno dentro del Consejo. Lo anterior, a nuestro criterio, debido a la hipótesis, de parte de algunas asociaciones, de considerar que dicho mecanismo implica fortalecer el “incentivo perverso” que se daría cuando la entidad (se organismos reguladores y el Indecopi), basan parte de su presupuesto en función a las multas que impone a los administrados.

Dicha hipótesis, sin embargo, no es sostenible, toda vez que las entidades deben de ejercer su rol primario de conocer las infracciones a la normativa respectiva en materia de protección del consumidor, así como en la imposición de sanciones administrativas, de ser el caso. Este cumplimiento de la normativa, además, incorpora la posibilidad de realizar un monitoreo ex post a los sancionados y de ser el caso imponer sanciones, por ejemplo, por el incumplimiento de mandatos cautelares y/o medidas coercitivas.

Lo descrito anteriormente cobra sustento si es que se tiene en cuenta que el Plan Nacional de Protección de los Consumidores finalmente aprobado en 2017, no contempló la actividad existente en la versión del año 2014, aprobado en el Consejo, del cual forman parte las asociaciones de consumidores con tres representantes titulares, en su Trigésima Séptima Sesión Ordinaria, dentro del Eje 4, en la que se explicitaba la actividad de “promover mecanismos financieros para el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores”. (Indecopi, 2014, Pág. 1).

Sin embargo, pese a que no existe explícitamente ello en el plan actual, consideramos que la necesidad de la búsqueda de mecanismos de fortalecimiento para las asociaciones en general ha sido reconocida por el Estado. Así la Política Nacional de Protección al Consumidor y su respectivo Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020, aprobados en el año 2017, establece la necesidad de promover mecanismos orientados a su fortalecimiento, como lineamiento dentro del objetivo general de “...contribuir a una mayor y más eficaz nivel de protección de los derechos de los consumidores...” (Indecopi, 2017, Pág. 13, Pág. 42).

Dentro de estos mecanismos, consideramos que cabe el fortalecimiento financiero, de tal forma que permita a las asociaciones no solo presentar procedimientos administrativos sino fortalecer sus demás actividades, de carácter preventivo, como es el caso de la capacitación a consumidores, orientación y difusión de información relevante (por ejemplo a través de la investigación) para la toma de decisiones a fin de evitar la ocurrencia de conflictos de consumo y un mayor detrimento al consumidor.

Al respecto, de la revisión de alternativas utilizadas en otros países podemos mencionar dos modalidades que la normativa peruana no contempla y que consideramos ameritan profundizar el análisis. Por un lado, la existencia de un financiamiento estatal, sea a través de fondos concursables, subsidios u otra modalidad innovadora, y por otro, el financiamiento proveniente del lado empresarial.

Respecto a la primera alternativa planteada, referida al financiamiento estatal, sea a través de fondos concursables, subsidios u otra modalidad innovadora, se puede

mencionar algunos países en los que dicha modalidad existe, con matices diversos, como por ejemplo presentamos a continuación:

- En Chile, el Estado, considerando la importancia para el fomento de la asociatividad y defensa del consumidor, implementó, desde 2004, un fondo concursable para financiar iniciativas de las asociaciones de consumidores, a ser presentadas cada año, siendo administrado por el Servicio Nacional del Consumidor (en adelante, Sernac). Dicho fondo está compuesto por asignaciones provenientes del presupuesto del Sernac y donaciones de organización sin fines de lucro. (Congreso Nacional de Chile, Ley 19496, art. 11).

El fondo financia actividades relacionadas a: i) la difusión del conocimiento de la Ley 19496, ii) informar, orientar y educar a los consumidores sobre sus derechos, iii) estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y apoyar investigaciones y iv) participar en los procesos de fijación de tarifas de servicios domiciliarios (Sernac, 2017, pág. 7).

Sobre la base la revisión de la información disponible de Sernac, se tuvo que entre 2014 y 2017, se financió un total de 207 proyectos (a través de 8 llamados a la postulación del Fondo Concursable) beneficiando a 77 asociaciones de consumidores, destinándose un presupuesto de MM\$ 1.556, monto que al tipo de cambio de cierre del año 2017 fue equivalente a aproximadamente US\$ 2.53 millones (Sernac, 2018, pág. 12).

Específicamente en 2017, se reportó postulaciones por parte de 22 asociaciones, de las cuales solo 15 calificaron para la adjudicación de recursos, las mismas que se ubicaron en 7 regiones del país. Asimismo, según distribución geográfica, se apreció una descentralización en cuanto a la asignación, así el 40.78% del total del fondo se destinó a asociaciones ubicadas en las regiones y 59.21% a las ubicadas en el área Metropolitana. Los proyectos fueron diferenciados según la magnitud y se pueden ejecutar en más de un año calendario. (Sernac, 2017, pág. 34-39).

Un aspecto importante en torno al acceso del fondo concursable es el referido a las acciones de control de ejecución y supervisión de los proyectos. Al respecto el reglamento del referido fondo, denominado Reglamento del Fondo

Concurso destinado al Financiamiento de Iniciativas de las Asociaciones de Consumidores del año 2005, establece, por ejemplo, en su artículo 17, no solo derechos y obligaciones sino también garantías (monetarias) que serán ejecutadas en caso la asociación beneficiaria incumpla el compromiso inicialmente asumido (Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Decreto 37, artículo 17).

Asimismo, los artículos 18 y 19 del reglamento de fondos concursables, establecen que es la autoridad de consumo (en este caso, el Sernac) así como el Consejo de Administración, creado para tal fin, las principales entidades responsables de las acciones de control. Asimismo, el Sernac no solo puede suspender de forma total o parcial los convenios en casos de incumplimientos imputables a las asociaciones, sino que puede accionar las garantías solicitadas e inclusive iniciar acciones judiciales para la restitución de fondos asignados (Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Decreto 37, artículo 18 y 19).

- En el caso de Colombia, desde 2011, se creó el Fondo de Proyectos para la Protección al Consumidor (CONSUFONDO) a cargo de la Red Nacional de Protección al Consumidor y financiada por la Superintendencia de Industria y Comercio. El fondo, no reembolsable, busca el desarrollo de iniciativas novedosas orientadas al fortalecimiento de la protección del consumidor, como son proyectos de inspección, vigilancia y control (Red Nacional de Protección al Consumidor, 2018).

El fondo en mención, a diferencia del caso de Chile, también financia iniciativas de alcaldías municipales puesto que estas entidades tienen entre sus funciones la de policía administrativa en materia de protección del consumidor, control y verificación de reglamentos técnicos (Red Nacional de Protección al Consumidor, 2018).

Operativamente, el fondo empezó a operar desde 2015, adjudicando fondos, en los años 2015 y 2017, para un total de 9 entidades, de las cuales 3 correspondieron a asociaciones de consumidores y el resto a alcaldías. El monto asignado en total fue de \$ 917.9 millones, equivalente, a tipo de cambio de fin de cada año, a aproximadamente US\$ 382 mil, en total (Red Nacional de Protección al Consumidor, 2018).

- En el caso de Panamá muestra un diseño distinto puesto que las asociaciones de consumidores reciben una transferencia de parte del Estado, específicamente de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante, Acodeco) para el desarrollo de proyectos, principalmente campañas de divulgación y publicidad. El monto disponible total para este fin no excede el 10% del presupuesto de divulgación y publicidad de la Acodeco, conforme se estipula en su manual de asignación de fondos respectivo. (Acodeco, Resolución 35-2017, Art. 1).

Para acceder a dichos fondos, las asociaciones, debidamente acreditadas ante la Acodeco, deben de presentar su solicitud de intención de optar por los fondos, conjuntamente con un plan del proyecto a desarrollarse así como el detalle del destino de los fondos respectivos, acorde a la estructura establecida en su directiva establecida en su resolución No A-103-2015 y modificada posteriormente por la resolución No A-035-2017, en los que se refiere al “Manual de Asignación de Fondos para Asociaciones de Consumidores”. El proyecto se desarrolla dentro del año calendario.

La asignación de fondos para una asociación puede ser suspendida o cancelada debido a otros factores, como es el caso de: i) no presentar el informe de ejecución del proyecto desarrollado, ii) incumplir el proyecto o programa, iii) disolución de la asociación beneficiada, iv) utilización de los fondos para otros fines, y v) obtención de lucro sobre la base de los recursos otorgados, entre otros. (Acodeco, No A-035-2017, Pág. 5).

Sobre la base de la información publicada por Acodeco, se tiene que entre 2012 y 2016 financió un total de 5 proyectos desarrollados por asociaciones de consumidores, por un total de B/. 107,411 balboas, equivalentes a la misma cantidad en dólares estadounidenses (Acodeco, 2018).

Es de desatacar que la necesidad de fortalecer financieramente a las asociaciones de consumidores ha sido reconocida en general. Así podemos mencionar, a la Comunidad Europea, a través del Comité Económico y Social Europeo (CESE), que en su dictamen del año 2005, referido a la “Política de los Consumidores, tras la ampliación de la Unión Europea, consideró como necesario que “las organizaciones de asociaciones cuenten con una financiación que les permita desarrollar acciones,

programas, proyectos e iniciativas” (Comité Económico y Social Europea, 2005, Pág. 170).

Asimismo, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) a través del *Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy (en adelante, IGE)*, o grupo experto encargado de la aplicación de las Directrices para la Protección del Consumidor, mencionadas al inicio del presente capítulo, considera el fortalecimiento financiero como mecanismo clave dentro de la política en materia de protección del consumidor en los diversos países.

En efecto, la importancia de la existencia de los mecanismos financieros ha sido plasmada en las recomendaciones derivadas de los exámenes voluntarios realizados entre países, en materia de protección del consumidor, dentro del marco del IGE de la UNCTAD. Así, de forma referencial, por ejemplo, en los dos únicos exámenes de pares realizados, en materia de protección del consumidor, que corresponden a Marruecos (2018) e Indonesia (2019), se mencionó lo siguiente:

- Para el caso de Marruecos, la existencia de un fondo financiero disponible para las asociaciones de consumidores es pionera en la región del Oriente Medio y Norte de África y aborda el problema de la sostenibilidad. Asimismo, se recomienda acciones para garantizar la rendición de cuentas (auditoría) y la evaluación de los resultados de los proyectos que se financien con los fondos. Complementario a lo anterior, se plantea la necesidad de fortalecer la profesionalización de las asociaciones de protección del consumidor (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo 2018, Pág. 18).
- Para el caso de Indonesia, se identificó la necesidad de involucrar y empoderar a las asociaciones de consumidores para la protección de los consumidores, a través de fondos públicos (de recursos adicionales al presupuesto del Organismo de Protección del Consumidor de Indonesia) para financiar la ejecución de campañas o proyectos, los que podrían ser dados a través de licitaciones regulares o "concurso de ideas" en aras fomentar enfoques innovadores (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, 2019, Pág. 28).

A nivel regional, podemos mencionar a Manzano, L., quien sobre la base del análisis del mercado del Mercosur (Argentina, Brasil, Chile y Uruguay), señala que “la falta

de recursos y de apoyo estatal ha impedido la consolidación de la sociedad civil organizada, llevando a que ésta tenga apariciones esporádicas y escasa visibilidad frente a la opinión pública después de finalizado el hecho que motivó su aparición e impacto medial y político” (Manzano, L, 2008, Pág. 13).

De otro lado, conforme lo indica *el Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy* (IGE Consumer, 2017) también resulta relevante la evaluación de mecanismos de financiamiento innovadores para el financiamiento de asociaciones de consumidores, que sean facilitados por el Estado pero no le eroguen gastos directamente al presupuesto nacional. A mayor detalle, de lo mencionado anteriormente, destacamos algunos a continuación:

- En la India, la creación, desde 1992, del Fondo de Bienestar al Consumidor (*Consumer Welfare Fund*, CWF, por sus siglas en inglés), el cual se financia con diversas fuentes como es el caso de: i) impuestos especiales y aranceles no reembolsables a las empresas y ii) las reparaciones económicas provenientes de demandas por intereses difusos, en los que no es posible establecer a los consumidores afectados, impulsadas por la Comisión Nacional de Compensación de Controversias de los Consumidores (NCDRC, por sus siglas en inglés). (IGE Consumer, 2017, pág. 1-2)

El Fondo de Bienestar al Consumidor, tiene como objetivo el de brindar asistencia financiera para promover y proteger el bienestar del consumidor y fortalecer a las asociaciones de consumidores, principalmente en las áreas rurales de la India. Entre 2013 y 2014 el fondo financió proyectos por *Rs. 39.50 crore*, equivalente a un aproximado de US\$ 6.2 millones (*Consumer Welfare Fund*, 2018, pág. 1)

Adicionalmente, a lo anterior, también se puede mencionar otros fondos que decantan en acciones focalizadas a nivel sectorial, así se tiene:

- i) El Fondo de Educación y Concientización de los Depositantes (DEAF), de la India, el cual se financia con el dinero depositado en cuentas bancarias que han estado inoperativas durante al menos 10 años. Dicho dinero es transferido por parte de las empresas del sistema financiero a un fondo operado por el Banco Central de la India y se utiliza para financiar proyectos más focalizados, en este caso por ejemplo la educación financiera. (IGE Consumer, 2017, pág. 2).



ii) El Fondo de Educación y Protección de los Consumidores de Telecomunicaciones, el cual se destina a proyectos de educación de consumidores en el sector de telecomunicaciones y se financia con los cobros en exceso realizados a los consumidores y que no pudieron ser reembolsados o reclamados, y que no debieran de ser parte de las ganancias de los proveedores. (*IGE Consumer*, 2017, pág. 2).

iii) El Fondo de Educación y Protección de Estándares en Joyería (*Consumer Education and Protection Fund of Hallmarking*), utilizado para la generación de una mejor conciencia sobre el esquema de señalización de joyas de oro y para la protección del consumidor. El fondo se constituye con el dinero recuperado a través de las penalidades impuestas en los centros de análisis y evaluación. (*IGE Consumer*, 2017, pág. 2). Cabe destacar que, según *Consumer Voice*, organización voluntaria de la India, en dicho país existen cerca de 100 mil proveedores en la joyería del oro (*Consumer Voice*, 2018).

- En Estados Unidos, de acuerdo con el *IGE Consumer*, destacan dos fondos creados a través de subvenciones provenientes principalmente de indemnizaciones, los cuales son:

i) El Fondo de Liquidación del Caso de Vitaminas en California (*Vitamin Case Consumer Settlement Fund*), formado con los recursos obtenidos de un caso de indemnización por prácticas antimonopólicas seguidas a seis fabricantes en el segmento de vitaminas y suplementos dietéticos. Permitió el financiamiento de iniciativas para mejorar la salud y nutrición de los consumidores en California (*IGE Consumer*, 2017, pág. 5).

ii) El fondo de la Fundación de Protección del Consumidores en California (CCPF, por sus siglas en inglés), que subvenciona a las asociaciones de defensa comunitaria que promueven políticas y programas que protegen y benefician a los consumidores en California. El fondo fue creado por el Lexington Law Group (San Francisco), como resultado de una demanda presentada contra The Hain Celestial Group por infracciones por publicidad falsa en las categorías de alimentos y productos cosméticos (*IGE Consumer*, 2017, pág. 5)

Respecto a la segunda propuesta, en lo referido al financiamiento proveniente de los proveedores, cabe mencionar el caso de la regulación española (que también cuenta con un esquema de subvenciones), dado a través de La Ley General para la Defensa

de los Consumidores y Usuarios, en la que si bien establece, entre otras prohibiciones, que las asociaciones de consumidores no pueden percibir ayudas económicas o financieras de las empresas o grupo de empresas, excluye a los recursos que se den dentro del contexto de transparencia a través de convenios de colaboración (Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, 2007, art. 27).

A mayor abundamiento, los convenios de colaboración a los que hace mención la citada Ley en España entre asociaciones y empresas, agrupaciones o asociaciones de empresas pueden ser de duración temporal o indefinida y deben de cumplir ciertos requisitos como:

“(i) tener como finalidad exclusiva el desarrollo de proyectos específicos de información, formación y defensa de los consumidores y usuarios, mejorando su posición en el mercado, (b) respetar los principios de independencia y transparencia, (c) consistir en la realización de actuaciones, trabajos, estudios o publicaciones de interés general para los consumidores o usuarios, (d) ser depositados, así como sus modificaciones, prórrogas o denuncias, en el Instituto Nacional de Consumo y en la Secretaria del Consejo de Consumidores y Usuarios.” (Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, 2007, art. 30).

Indudablemente la preocupación respecto de la viabilidad financiera, siguiendo a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), ha ido acompañado de la preocupación respecto del grado de independencia de las asociaciones de consumidores, sea por parte de las empresas o incluso por los partidos políticos (UNCTAD, 2017, Pág. 33).

Dicha preocupación también se aprecia en el Código peruano, en el que se infiere que el punto principal en torno a la prohibición de percibir financiamiento de proveedores es el de asegurarse la independencia y transparencia en la defensa de los derechos de los consumidores por parte de las asociaciones de consumidores (Ley No 29571, 2010, art. 154).

La posición anterior también es abordada por autores en el ámbito nacional, como es el caso de Rejanovinschi M. al plantearse que existe un riesgo de captura de las empresas hacia las asociaciones de consumidores, riesgo que podría reflejarse finalmente en que las asociaciones no defiendan los intereses de los consumidores (Rejanovinschi, M., 2011. Pág. 271, Pág.282).

Asimismo, el autor citado, plantea como mecanismo para evitar el riesgo de captura, la “independencia de toda forma de actividad profesional, comercial y productiva, estando prohibidas de recibir cualquier aporte o donación de los proveedores” (Rejanovinschi, M., 2011, Pág. 271, Pág.P282)

Sin embargo, la posición anterior difiere, en parte, con la planteada por autores extranjeros como Manzano, L, quien no solo pone en relieve que el problema de la independencia no solo se da con relación al sector privado sino también con el Estado, en ese sentido, con referencia con las asociaciones de consumidores, menciona que “la búsqueda de financiamiento de diversas fuentes y la independencia de las organizaciones tanto del Estado, como de empresas privadas, es fundamental para el desarrollo de su labor en este tema”. (Manzano, L, 2008, Pág. 14)

Por su parte, Jiménez S.& Gonzáles B., por ejemplo, en la evaluación del mecanismo de fortalecimiento para asociaciones de consumidores en Chile, proponen una flexibilización respecto a la forma de financiarse, ya sea por la “venta de servicios que tengan por objeto educar sobre los derechos de los consumidores, destinados a empresas, servicios públicos, gremios, etc., pero sujeto a que tales recursos se dirijan exclusivamente a solventar gastos de operación o mantención de la asociación” (Jiménez S. & Gonzáles B., 2014, Pág. 41)

La posición anterior, coincide con la planteada por Engel, E. y Muñoz E., quienes, dentro de las propuestas para empoderar a las asociaciones de consumidores, en el caso de Chile, enfatizan en que estas organizaciones deben de contar con libertad suficiente para desarrollar modelos de administración sustentables lo cual permitiría tener asociaciones con un alto grado de profesionalismo y recursos suficientes. Asimismo, en contrapartida, debieran de aumentar sus obligaciones de transparencia de las fuentes de financiamiento e imponérseles normas de contabilidad regulatoria (Engel, E. & Muñoz E., 2013, Pág. 39).

Asimismo, conforme lo indica la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), cuando se refiere a las estrategias para el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores, para el caso mexicano, enfatiza que la alianza entre empresas (públicas y privadas) y las asociaciones ayudaría a mejorar aspectos como la calidad de servicios, productos y combatir las prácticas monopólicas (Profeco, Pág. 43).

Por su parte, también en el ámbito local, es claro que, conforme lo señala Durand, que, con la finalidad de “promover un mercado más competitivo y desarrollo de buenas prácticas corporativas” se hace necesario las alianzas estratégicas entre asociaciones y gremios. (Durand, 2018)

En este sentido, cobra relevancia la búsqueda de mecanismos alternativos que permita la convivencia de las asociaciones de consumidores con proveedores dentro de un marco de independencia y transparencia. Asimismo, esta convivencia: asociaciones de consumidores con proveedores, deben de ir acompañados por mecanismos de control y transparencia.

Uno de los primeros los mecanismos que se pueden considerar es el utilizado a nivel de buenas prácticas en el caso del financiamiento de partidos políticos, dado que finalmente son también asociaciones de ciudadanos, sujetos a diversas fuentes de financiamiento. Así, siguiendo a Peschard, para que la transparencia en la rendición de cuentas sea viable, debe partir de los siguientes aspectos básicos: (i) debe de tenerse la obligación de reportarse la información a la autoridad y; además, que (ii) la autoridad deba de difundir la información financiera (Peschard, J., 2003, pág. 38).

En segundo lugar, destaca el modelo asociativo de las Sociedades de Gestión Colectiva (SGC) y los mecanismos de transparencia a los que están sujetos, en aras de identificar cual debiera de ser el mejor mecanismo de rendición de cuentas o *accountability*. Cabe destacar que, las Sociedades de Gestión Colectiva (SGC), conforme los señala el Indecopi, “son asociaciones legalmente constituidas y se encargan de gestionar los derechos patrimoniales de autor o conexos, por cuenta y en interés de los distintos titulares de derechos” (Indecopi, 2016, Pág. 6).

Al respecto, en las Sociedades de Gestión Colectiva (SGC), acorde lo estipulado en el artículo 153, del D.L. 822, con relación a sus obligaciones, destacan, entre otros aspectos, las referidas al control presupuestal y transparencia, como por ejemplo i) estar obligadas a registrar sus actos constitutivos como contratos o convenios que celebren con entidades extranjeras similares (como cualquier modificatoria de dichos documentos), ii) presentar sus respectivos estados financieros, información de auditoría (externa) y modificaciones y iii) respetar los topes en cuanto a los gastos administrativos (30% de la cantidad total de remuneración recaudada), 10% de la recaudación neta, para fines sociales y culturales y, de forma extraordinaria, gastos no mayores al 10% en la adquisición de activos (DL. N° 822, artículo 153), aspectos que difieren, por ejemplo, con lo exigido a las asociaciones de consumidores.

Un tercer modelo, lo constituyen los Consejos de Usuarios, los cuales conforme lo señala el artículo 15 del Reglamento de la Ley N° 27332, Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos, son conformados por miembros elegidos por las asociaciones de consumidores y/o usuarios, universidades,

colegios profesionales y organizaciones sin fines de lucro vinculadas a los mercados regulados.

Al respecto los Consejos de Usuarios, acorde al artículo 9B de la Ley N° 27332, pueden emitir opiniones, participar en audiencias públicas que se realicen referidas al marco regulatorio, realizar eventos académicos en coordinación con los Consejos Directivos de los Organismos Reguladores respecto a los aspectos regulatorios, proponer líneas de acción orientadas a mejorar la calidad de la prestación de servicios, entre otros.

Estos Consejos son financiados por cada organismo regulador aunque el cargo es *ad honorem*, conforme lo establece el artículo 29 del Reglamento de la Ley N° 27332. En este sentido, el control hacia este modelo, desde el punto de vista financiero, es centralizado y lo realiza el Organismo Regulador.

Por lo anterior, es claro que el otorgamiento o apertura hacia opciones de financiamiento y acercamiento hacia los proveedores, en general va acompañado de un mayor control en la rendición de cuentas, la que, debiera de tener, conforme lo señala Isunza, E. tres dimensiones básicas: i) informativa, referida a al aspecto de dar a conocer que ha sido o será hecho, mediante la enumeración de hechos, ii) explicativa, que ofrece razones y forma de juicios, justificando lo hecho o por hacer, y iii) exigitiva, que reconoce lo correcto y castiga lo erróneo mediante la penalización o el castigo (Isunza, E.,2006, Pág. 280 ).

### **CAPÍTULO III: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Las asociaciones de consumidores no han tenido un desempeño destacable en materia de protección del consumidor tras el punto de inflexión que supuso la aprobación del Código en el año 2010, reflejado en los diversos indicadores de desempeño que procederemos a evaluar en la presente sección y que reflejan las múltiples causas, como es el caso de la baja representatividad, debilidad gerencial y fragilidad financiera, aspectos que en su conjunto constituyen condicionan en desempeño y alcance del accionar de las asociaciones de consumidores dentro del Sistema.

Es de destacar que si bien el punto de inflexión ocurre en 2010, para el caso de las asociaciones de consumidores el cambio más relevante se da en el año 2014. En efecto, tras la emisión de la Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI denominada “Normas sobre Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores” (en adelante, Directiva 2013), conforme lo señala el Indecopi, se dio inicio a una “etapa de adecuación” puesto que a partir de 2014 las asociaciones tuvieron que cumplir ciertos requisitos adicionales de formalidad para ser parte del Registro Oficial de Asociaciones de Consumidores del Indecopi. (Indecopi, 2013, Pág. 66).

La normativa mencionada en el párrafo precedente (Directiva 2013), estableció, entre otros aspectos, que las asociaciones acrediten dentro del proceso de inscripción: i) una ficha de inscripción, ii) la copia literal de la partida registral que acredite su inscripción ante Registros Públicos, iii) la copia simple de escritura pública, iv) la declaración jurada de cada uno de los miembros de su Consejo Directivo y v) copia del Libro de Registro de los asociados. Asimismo, se estableció la necesidad que su nombre o denominación no genere confusión al público respecto a la vinculación con alguna entidad pública (Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI, 2013, Pág.2).

De igual forma y a mayor abundamiento, la Directiva 2013 profundizó diversos aspectos abordados de forma genérica en el Código. En este sentido, estableció: i) los derechos de las asociaciones que forman parte del Registro Oficial, ii) las obligaciones, iii) el procedimiento para la firma de convenios de cooperación con el Indecopi, iv) el procedimiento para acceder a un porcentaje de las multas impuestas en procedimiento impulsados por las asociaciones y v) el control y transparencia en el uso de los fondos provenientes de las multas. (Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI, 2013, Pág.2-6)

- **Representatividad y cultura de asociacionismo.**

Sobre la base de la información del Indecopi, plasmada en los últimos seis Informes Sobre el Estado de la Protección del Consumidor, se aprecia que, tras el periodo de adecuación, el número de asociaciones de consumidores pasó de 93 (año 2013) a 32 (2014) y 69 (2018). Este crecimiento reciente ha sido posible, principalmente, por la incorporación de nuevas asociaciones, hecho que se refleja en la edad promedio de operaciones de las asociaciones inscritas, la cual ha pasado de 7 años en 2014 a 6.4 años (2018) en promedio, como se puede apreciar en la Tabla 1.

Sin embargo, a pesar del crecimiento del número de asociaciones, al 2018 se reportó que en 6 de los 24 departamentos del Perú no se tuvo ninguna asociación de consumidores que se haya inscrito en el Registro Oficial y ninguna de las inscritas se ubicó en áreas rurales, en las que predominan potencialmente los consumidores más vulnerables. Asimismo, el número de socios o afiliados por asociación, al año 2018, fue de 56 miembros, aunque considerando el indicador de la mediana, que suaviza la dispersión de la variable, fue de solo 7 miembros. (Indecopi, 2019, pág. 65-66).

**Tabla 1: Asociaciones de consumidores, representatividad**

Número de asociaciones y representatividad	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Tendencia 2014-2018
Número de asociaciones inscritas en el Registro Oficial	93	32	38	49	58	69	
Número de departamentos en el Perú que no reportan asociaciones de consumidores	14	13	10	9	7	6	
Número de años promedio de operación (desde su fecha de creación)	6.0	7.0	5.0	6.0	6.3	6.4	

La baja representatividad de las asociaciones, expresada en el reducido número de miembros asociados o afiliados a ellos, en el mercado peruano, así como su escasa presencia en los diversos departamentos refleja, entre otros aspectos, el problema señalado por Delgado, en cuanto a una baja cultura de asociacionismo (Delgado, 2011, pág. 79-83).

Entre algunos aspectos que consideramos como causa de ello, están cuando menos tres: i) el desconocimiento por parte de los consumidores con respecto a sus derechos, ii) el desconocimiento, por parte de los consumidores, de la existencia de las

asociaciones y iii) la falta de confianza en las asociaciones de consumidores, como entidades defensoras de los derechos.

Respecto al primer punto, un indicador objetivo es el señalado por el Indecopi, con base a la Encuesta Urbana en Materia de Protección del Consumidor del año 2015, en la que se reportó que solo 5 de cada 10 (53.4% del total) consumidores demostraron conocer sus derechos. Al respecto, el conocimiento fue levemente menor con relación a derechos relacionados al asociacionismo, como es el caso del derecho i) a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses, y ii) el derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva dentro del marco de las relaciones de consumo (Indecopi, 2017, Pág. 63-65).

De otro lado, el desconocimiento y falta de confianza se puede reflejar en que solo el 13.1% de los encuestados consideró a las asociaciones como entidades defensoras de los derechos, ubicándolas en quinta posición dentro de un listado de entidades evaluadas (Indecopi, 2016, Pág. 48, 50). Sin embargo, menos de un tercio de los que contestaron conocerlas, manifestó confianza en ellas (29.7%). (Indecopi, 2017, Pág. 42,43).

Una aproximación complementaria a este problema, de baja cultura de asociacionismo, desde el punto de la confianza y expectativa del ciudadano, es la mostrada también por el observatorio ciudadano Lima Cómo Vamos. Así, para el caso de Lima, en 2018, se tuvo que solo el 4% de ciudadanos declaró haber sido miembro de una organización social o voluntariado y un 47% declaró que nunca lo sería (45% declaró que podría serlo). Asimismo, de los que declararon haber sido miembros alguna vez, solo el 27.1% declaró haber estado satisfecho con el resultado. (Lima Cómo Vamos, 2018, Pág. 95).

- **Gerenciamiento y tasa de éxito en procesos de defensa del consumidor impulsados por las asociaciones de consumidores**

Como se mencionó en los párrafos precedentes, si bien la baja captación de socios o afiliados constituye un aspecto que refleja la baja representatividad de las asociaciones de consumidores, también refleja la debilidad gerencial en cuanto al proceso de captación de socios que finalmente impactan en la sostenibilidad de cada asociación de consumidor.

La debilidad gerencial además la podemos identificar cuando menos en 03 aspectos: i) la capacidad de cada asociación en cuanto a cumplir con sus obligaciones básicas establecidas en la Directiva 2013 (como por ejemplo, presentar su informe anual de actividades), ii) capacidad de establecer convenios con entidades nacionales e



internacionales y iii) capacidad de impulsar procesos de defensa del consumidor que terminen siendo exitosos o favorables a la pretensión planteada como mecanismo de defensa a favor de los consumidores.

Con relación al primer punto, la presentación del informe anual de actividades constituye una obligación establecida en el artículo 13 de la Directiva 2013, en cuanto a remitir, al Indecopi, dentro de los primeros quince días hábiles del mes de enero el Informe Anual conteniendo la información sobre las actividades realizadas en beneficio de los consumidores (Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI, 2013, Artículo 13).

Es preciso indicar que más que la formalidad de presentar el informe en mención a la Autoridad de Consumo, la importancia de dicho documento radica en que exige a la asociación desplegar durante el año previo diversas actividades que implican la programación, estructuración, realización, control y registro de las diversas actividades realizadas en defensa del consumidor y que finalmente se plasmaran en el informe solicitado. Sobre la base de la revisión de los Informes Anuales sobre el Estado de la Protección de los Consumidores de los años 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018, se evidencia que solo cerca del 60% de asociaciones de consumidores cumplieron con reportar el informe anual solicitado, conforme se aprecia en la Tabla 2.






Con respecto al segundo punto, de capacidad de generar convenios que le permitan un fortalecimiento o sinergia en el desarrollo de sus diversas actividades, se tiene que entre 2014 y 2018, en un escenario conservador en el que se consideran solo a las asociaciones que reportaron sus respectivos informes anuales, se tendría que el 45% de asociaciones tendrían convenios; mientras que, si se consideran la totalidad de asociaciones dicho porcentaje, de asociaciones con convenio alguno, sería del 26% (ver Tabla 2).

Asimismo, los convenios existentes con organizaciones internacionales son escasos (entre los que puntualmente destaca los reportados por Aspec, en 2018, al indicar convenios con Consumer International, Unión de Consumidores de Andalucía, Asociación de Consumidores y Usuarios de Bancos, Cajas, Seguros y Productos Financieros – ADICAE y Federación de Consumidores en Acción – FACUA España), así como Asociación de Protección al Usuario – APU (con convenio con el Instituto Iberoamericano de Derecho Deportivo), el Centro de Protección al Ciudadano Equidad (con UNV-ONU) y la Asociación de Consumidores Indignados Perú (al reportar convenio con la Corporación de Consumidores de Chile). (Indecopi, 2019, pág. 92).

A nivel local, las asociaciones de consumidores cuentan principalmente con convenios con el Indecopi y con algunos organismos reguladores, como el caso del El Organismo

Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (el cual tendría, al 2018, un total de 06 convenios con asociaciones de consumidores). (Indecopi, 2019, pág. 91).

**Tabla 2: Asociaciones de consumidores, características**

Variable	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Tendencia 2014-2018
Número de asociaciones inscritas en el Registro Oficial	93	32	38	49	58	69	
Número de asociaciones que presentaron su Informe Anual	22	22	19	31	34	39	
Porcentaje de cumplimiento de obligación de presentación de informe anual	24%	69%	50%	63%	59%	57%	
Número de asociaciones que reportaron al menos un convenio interinstitucional (nacional o internacional), inc. con el Indecopi*	10	8	11	13	15	18	
Porcentaje de asociaciones que reportaron convenios*	45%	36%	58%	42%	44%	46%	

\* Sobre la base de el número de asociaciones de consumidores que enviaron su Informe Anual del año respectivo

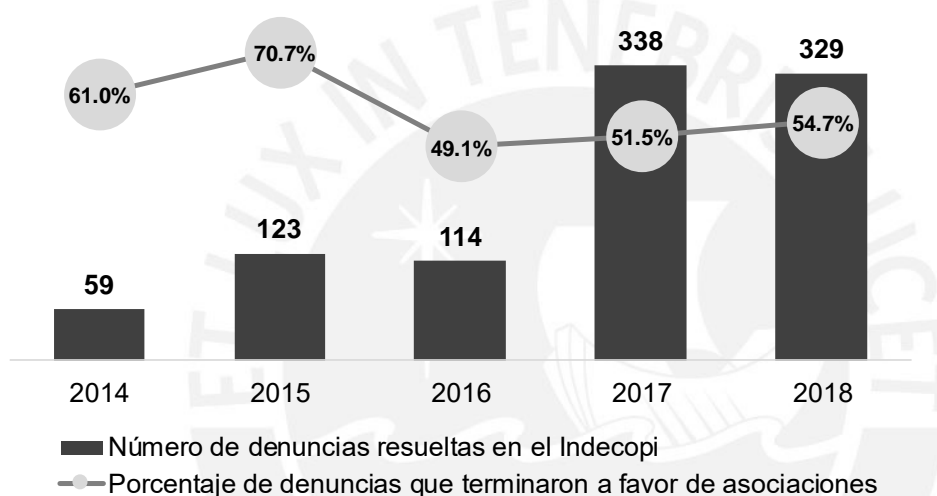
Con respecto al tercer punto, referido a la capacidad de impulsar procesos de defensa del consumidor que terminen siendo exitosos o favorables a la pretensión planteada como mecanismo de defensa a favor de los consumidores, se tiene un resultado heterogéneo según la asociación analizada, aunque en general, se evidenciaría, en general, la falta de personal especializado y algunas veces dependientes de personal provenientes del voluntariado.

Conforme lo establece la Directiva 2013, en su artículo 3, las asociaciones de consumidores reconocidas por el Indecopi, están facultadas para interponer denuncias (sea por intereses colectivos o difusos) en diversos órganos del Indecopi, como es el caso de Comisión de Protección al Consumidor, Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, Comisión de Barreras Burocráticas, Comisión de Defensa de la Libre Competencia y la Comisión de Normalización y Eliminación de Barreras No Arancelarias (Indecopi, 2013, artículo 3).

Al respecto, son justamente en los procedimientos en materia de protección del consumidor (ante las Comisiones de Protección del Consumidor y Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal) en los que se ha concentrado el accionar de las diversas asociaciones de consumidores, teniendo diverso éxito, entendido como el porcentaje de casos en los que el órgano resolutorio se pronunció a favor de la parte demandante, en este caso la asociación de consumidor, sea en la totalidad de la pretensión o en algunos extremos de la misma.

En el caso de los procedimientos presentados en el Indecopi, ante las diversas comisiones de protección al consumidor (a nivel nacional), se tuvo que entre 2014 y 2018 (sobre la base de la revisión de los últimos cinco informes anuales sobre el estado de la protección de los consumidores del Indecopi), se reportó un total de 963 denuncias resueltas, evidenciándose una tendencia creciente para el último bienio (2017-2018), conforme se aprecia en la Figura 1. El número de denuncias resueltas en el Indecopi, en 2018, fue de 5.5 veces más del nivel reportado en 2014.

**Figura 1 Asociaciones de consumidores: denuncias resueltas por las comisiones de protección al consumidor**



Con respecto a la tasa de éxito de los procedimientos administrativos impulsados (denuncias), se tuvo que cinco de cada diez denuncias, en promedio (55.4% del total), concluyó a favor de la pretensión de la asociación (considerando los tipos de conclusión: fundada en su totalidad o fundada en parte), en la primera instancia de la sede administrativa (Indecopi, 2019, Pág. 48, 50).

Es importante mencionar que aunque se denotó una tendencia creciente del número de denuncias, entre 2014 y 2018, estas no fueron presentadas por la totalidad de asociaciones sino solo por 38, siendo que, en promedio, equivale a que cada asociación hubiera presentado solo un total de 05 denuncias en promedio al año, aunque con una elevada heterogeneidad si es que se compara entre cada asociación.

En 2018, la asociación que reportó una mayor cantidad de denuncias resueltas fue Defensoría del Consumidor (con 123 denuncias); mientras que, 06 asociaciones

reportaron 01 denuncia y 13 asociaciones no reportaron denuncia alguna ante ningún órgano resolutorio del Indecopi (Indecopi, 2019, Pág. 48, 50).

Con respecto, a los sectores en los que se concentraron las denuncias presentadas por las asociaciones de consumidores, sobre la base de la información del Indecopi, se aprecia que estas se concentraron en proveedores pertenecientes a los sectores de transporte terrestre, sistema financiero y restaurantes, bares y cantinas (34.5% del total), conforme se aprecia en la Figura 2.

**Figura 2 Asociaciones de consumidores: denuncias resueltas por las comisiones de protección al consumidor, según actividad económica a la que pertenece el proveedor (Período: 2014-2018)**

<b>Actividad económica</b>	<b>Part. porcentual con respecto al total de denuncias concluídas (2014-2018)</b>
Transporte terrestre y otros tipos de transporte	13.4%
Sistema financiero	11.7%
Restaurantes, bares y cantinas	9.4%
Alimenticios, bebidas y tabaco	5.9%
Comercio mayorista de otros productos	5.5%
Hoteles y otros tipos de hospedaje	4.3%
Comercio minorista de otros productos	4.5%
Actividades artísticas y entretenimiento	3.5%
Servicios profesionales, técnicos y otros	3.3%
Resto	38.6%

De la revisión realizada se tiene cuando menos dos características resaltantes. La primera, que la presentación de denuncias en sede administrativa en materia de protección al consumidor no ha sido masiva (05 en promedio por año) y en segundo lugar, que en un 44.6% de estas no se ha evidenciado la infracción a la normativa en materia de protección del consumidor (habiéndose culminado con formas de conclusión como infundadas, improcedentes, archivadas e incluso inadmisibles).

Resalta que dentro del 44.6% del total de las denuncias resueltas que no concluyeron favorablemente para la asociación, denota, en parte, aspectos como la fragilidad en cuanto a la capacidad técnica para identificar conductas infractoras y sustentar la denuncia con documentación relevante dentro del procedimiento administrativo respectivo, en parte además por la fragilidad organizacional.

A mayor abundamiento, la fragilidad técnica, desconocimiento y bajo esfuerzo en la detección de conductas infractoras graves o de impacto se puede reflejar en el porcentaje de denuncias que terminaron siendo declaradas como infundadas. Así, sobre la base de la revisión de las 55 denuncias que tuvieron algún extremo declarado infundado en el 2018 (que correspondieron a las presentadas por un total de 19 asociaciones de consumidores ante el Indecopi) se evidenciaron en diverso grado lo siguiente: i) la denuncia presentada por la asociación no llegó a acreditar la conducta infractora denunciada, ii) la competencia invocada correspondía a otra entidad distinta al Indecopi, iii) la falta de legitimidad para obrar pasiva puesto que la imputación fue realizada a proveedores con razones sociales distintas, entre otros cuyo detalle se puede apreciar en el anexo 01.

Un aspecto complementario a la problemática mencionada en el párrafo precedente se puede reflejar en los motivos que incidieron en que las denuncias presentadas por las asociaciones de consumidores fueran declaradas como improcedentes. Así sobre la base de la revisión de las 63 denuncias concluidas (presentadas por un total de 19 asociaciones de consumidores ante el Indecopi) se tuvo que fueron improcedentes debido que: i) se invocó resolver infracciones fuera de las competencias del Indecopi, ii) se presentaron denuncias reiterativas (desestimadas por el principio *Non bis In Idem*) puesto que ya estaban en diversa etapa dentro del procedimiento administrativo, iii) Por falta de legitimidad para obrar activa del denunciante, iv) por que la conducta ya había sido subsanada por el proveedor, antes de la notificación que imputaba cargos, entre otros aspectos, cuyo detalle pude apreciarse en el anexo 02.

Lo anterior además se refleja en la tipología de sanciones en que finalmente redundó el accionar de las asociaciones. A mayor detalle, sobre la base la revisión de las sanciones impuestas entre 2014 y 2018, reportadas en las estadísticas institucionales del Indecopi, se tuvo que: i) el 21.52% del total de sanciones, es decir 2 de cada 10, correspondieron a amonestaciones y 78.48% a multas, ii) del total de multas impuestas, el 97.7% del total correspondieron a multas leves, 2.3% a graves y en ningún caso multas que sean catalogadas como muy graves.

- **Fragilidad financiera de las asociaciones de consumidores**

Las asociaciones de consumidores, conforme se establece en el Directiva 2013, en su artículo 16, están prohibidas de "(c) incluir como asociadas a personas jurídicas con fines de lucro, (d) percibir financiamiento de los proveedores que comercializan

productos y servicios y (f) destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para una finalidad distinta a la asignada”. (Directiva No 009-2013, 2013, art. 18).

Por lo anterior, básicamente las fuentes de financiamiento a las que acceden las diversas asociaciones de consumidores, serían las autogeneradas (en lo que respecta a aportaciones de socios) y de fondos de cooperación, cuyos montos no necesariamente serían suficientes dada las limitaciones en cuanto a representatividad y de convenios de fortalecimiento abordadas en los párrafos precedentes, siendo una fuente probable la proveniente de la suscripción de convenios con el Indecopi y con los organismos reguladores.

En efecto, conforme se estableció en el Código, en su artículo 156, las asociaciones de consumidores reconocidas y debidamente inscritas pueden suscribir acuerdos de cooperación institucional con el Indecopi y los organismos reguladores, para con ello tener la posibilidad de acceder a un porcentaje de las multas impuestas en los procedimientos que sean impulsadas por ellas. Se establece que el porcentaje máximo a que pueden acceder es del 50% (Congreso de la República, Ley 29571, 2010, art.156).

La posibilidad de la fuente de financiamiento, proveniente de los procedimientos administrativos ante el Indecopi, se reguló posteriormente a través de la Directiva 2013, estableciéndose, entre aspectos, principalmente lo siguiente: i) los criterios de graduación del porcentaje a entregarse, ii) el procedimiento de la entrega y iii) el control del uso de los fondos (Indecopi, 2013, artículos 28 al 42).

A mayor abundamiento:

- Con respecto a la graduación del porcentaje de multa a entregarse, se estableció una fórmula que pondera criterios como la dificultad en la detección de la conducta infractora, la participación de la asociación durante el procedimiento y la gravedad de la infracción detectada, siendo esta última la más importante, toda vez que representa el 50% dentro de la ponderación de asignación (Indecopi, 2013, artículo 31).
- Con respecto al procedimiento de entrega, la asociación realiza una solicitud con un Plan de Aplicación de Fondos en el cual desarrolla el proyecto a realizarse con los fondos solicitados. Cabe mencionar que los montos a entregarse corresponden a multas impuestas en resoluciones consentidas y/o firmes en sede administrativa, que no hayan sido impugnadas ante el Poder Judicial, que hayan sido efectivamente

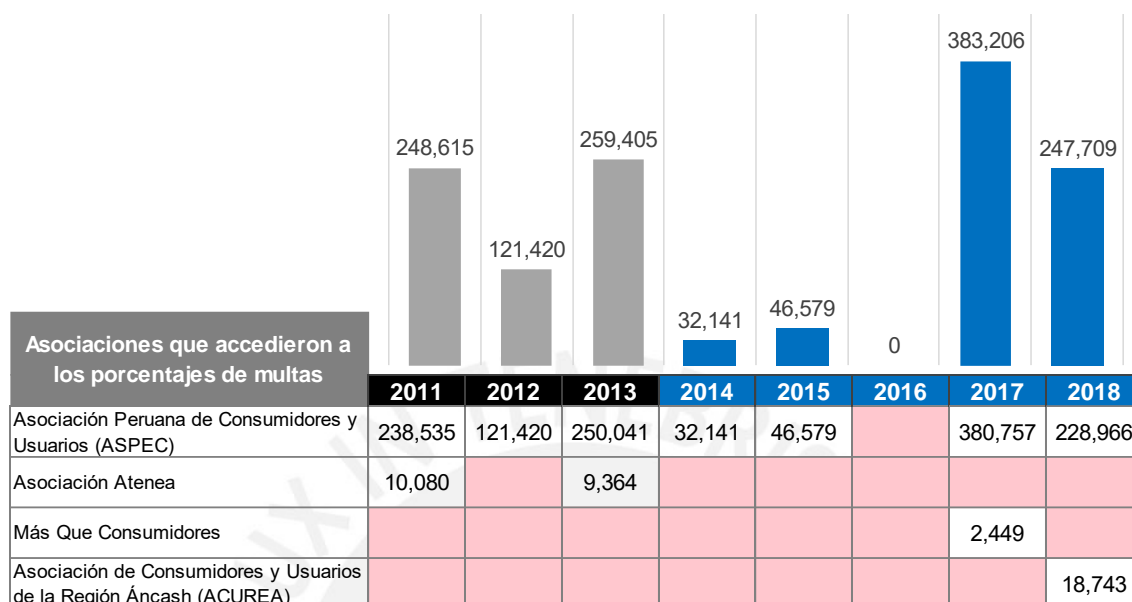
canceladas y cuyos efectos no hayan sido suspendidos por orden judicial. (Indecopi, 2013, artículo 32).

- Con relación al control del uso de los fondos, conforme lo estableció el Código, la acción supervisora recae en la Contraloría General de la República. Para ello, conforme lo establece la Directiva 2013, las asociaciones deben de conservar la documentación sustentaría y demás evidencia de las transacciones financiadas con el porcentaje de multas otorgado, por un periodo no menor de 10 años.

De la revisión de la información publicada por el Indecopi en los Informes Anuales del Estado de la Protección del Consumidor, en sus versiones de 2014, 2015, 2016 y 2018, se tiene que, al año 2018, solo el 24.6% del total de asociaciones de consumidores (17 asociaciones) reportaron convenios de cooperación con el Indecopi, manteniéndose dicha proporción desde 2014 (8 asociaciones en 2014, equivalente al 25%). Al respecto, llama la atención el bajo porcentaje de convenios más aun considerando que los requisitos para su suscripción básicamente demandan el cumplimiento normal de las funciones de las asociaciones, así acorde a la Directiva N° 009-2017/DIR-COD-INDECOPI, para la suscripción del citado acuerdo es necesario el cumplimiento de requisitos mínimos, entre los que podemos destacar la exigencia de no haber sido sancionada por el incumplimiento de las obligaciones establecidas en el Código en los dos últimos años y haber realizado actividades en beneficios de los consumidores durante el año anterior a la solicitud de la firma del convenio.

Sin embargo, entre 2011 y 2018, en la práctica solo 04 asociaciones de consumidores recibieron montos derivados del porcentaje de multas impuestas en procedimientos impulsados por ellas, aunque no de forma permanente. La Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC) es la que percibió el 96.97% del total desembolsado por parte del Indecopi, seguida de la Asociación Atenea (1.45%), Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Áncash (ACUREA) con el 1.4% y Más que Consumidores (0.18%), los mismos que han sido destinados al desarrollo de diversos proyectos relacionados con actividades en materia de protección del consumidor. El monto total desembolsado por el Indecopi, en total durante dicho periodo, fue de S/ 1.3 millones, conforme se aprecia en la Figura 3.

**Figura 3 Asociaciones de consumidores: desembolsos percibidos provenientes del porcentaje de multa dentro del marco de convenios de cooperación con el Indecopi (Período: 2014-2018)**



Adaptado de Indecopi (2018)

El monto final otorgado por los órganos resolutiveos del Indecopi ha sido variable. De la revisión de la información del Indecopi, tenemos que, entre 2014 y 2018, se otorgó el 22% de cada multa impuesta, en promedio, a las asociaciones que presentaron denuncias. Asimismo, en solo el 8% del total de los casos el porcentaje de multa que se entregó superó el 40% de la multa impuesta, conforme se aprecia en la Figura 4.

A nuestro criterio, lo anterior, denotando básicamente que los procedimientos impulsados por las asociaciones:

- i) No siempre corresponden a procedimientos en los cuales las conductas infractoras hayan sido de difícil detección por parte de la asociación. Por ejemplo, como cuando se presentan denuncias ya conocidas por medios masivos o de procesos similares a los en curso por parte de la Autoridad.
- ii) No se da una participación plena de la asociación durante el procedimiento, toda vez que la participación termina con la presentación del escrito ante el órgano resolutiveo correspondiente sin mediar medios probatorios sólidos o peritajes, de ser el caso.

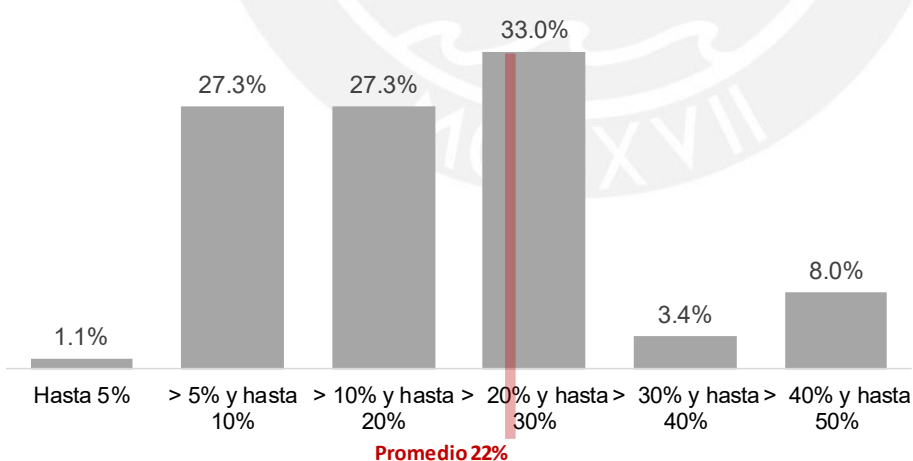
Un punto que aboga parte de este planteamiento, aunque en diverso horizonte temporal, es el planteado por Rejanovinschi M. quien tras realizar la revisión del 15% de expedientes de siete asociaciones de consumidores



que contaban con convenios de cooperación interinstitucional con el Indecopi, al 2010, encuentra hallazgos de comportamientos heterogéneos para el caso de asociaciones de consumidores dentro de los procedimientos administrativos que iniciaron ante el Indecopi. Así considera, entre otros hallazgos, que: a) los comportamientos no fueron necesariamente idóneos, en el sentido que algunas asociaciones de consumidores no realizaban investigaciones previas con miras a evaluar un resultado favorable en los procesos que presentaban, no presentaron subsanaciones dentro de los plazos requeridos, no acreditaron legitimidad para obrar en procedimientos, existieron confusiones de conceptos por ejemplo el referido a pretensiones con medios probatorios y no se realizaron apelaciones dentro de los plazos establecidos y que b) las participaciones de algunas asociaciones de consumidores no han tenido como consecuencia una vigilancia del mercado sino que incluso actuaron en beneficio propio. (Rejanovinschi, M., 2011. Pág. 291,292,293).

- iii) No necesariamente corresponden a infracciones muy graves, conforme además analizamos en el punto precedente.

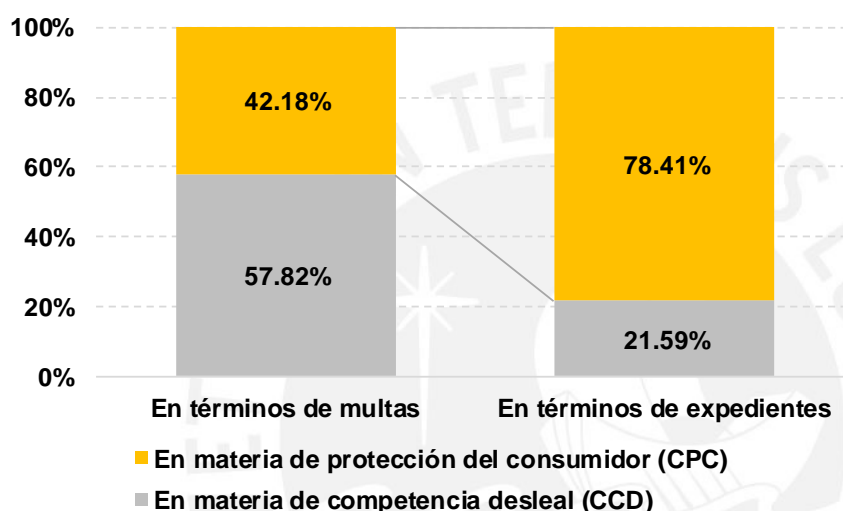
**Figura 4 Asociaciones de consumidores: porcentaje de multas otorgadas en el marco de convenios de cooperación con el Indecopi (Período: 2014-2018)**



Cabe destacar que el 57.8% del total del fondos entregados a las asociaciones de consumidores provinieron de procedimientos impulsados ante la Comisión de Competencia Desleal (las mismas que correspondieron a denuncias por actos engaño y principio de legalidad, principalmente); mientras que, el 42.18% restante correspondió a multas impuestas por parte de las comisiones de protección del consumidor. Sin

embargo, en términos de cantidad de procedimientos impulsados, se invierte el orden toda vez que el 78.41% de expedientes en los que se impusieron las multas correspondió a los resueltos en las comisiones de protección del consumidor y el 21.59% en la Comisión de Competencia Desleal, conforme se puede apreciar en la Figura 5 presentada a continuación.

**Figura 5 Asociaciones de consumidores: desembolsos percibidos provenientes del porcentaje de multa dentro del marco de convenios de cooperación con el Indecopi según fuente y temática impulsada (Período: 2014-2018)**



Es de destacar que en el año 2016 ninguna asociación percibió montos derivados del porcentaje de multa. Al respecto, de la revisión de la información de desembolsos se evidencia que usualmente las asociaciones acumulan las multas otorgadas con la finalidad de solicitarlas en un determinado periodo en el cual se tenga un monto mayor que permita también el desarrollo estructurado de un plan de aplicación de fondos, aspecto que denotaría que a pesar de existir el mecanismo de financiamiento vía porcentaje de multas este no necesariamente es constante o relevante para el desarrollo de acciones permanentes en materia de protección del consumidor.

Asimismo, al tenerse, para el caso peruano, como fuente principal de financiamiento a los ingresos derivados del porcentaje de multas provenientes de procedimientos administrativos, a nuestro criterio, se estaría dejando de lado (sin acceso potencial de fuente de financiamiento) a otras asociaciones de consumidores, reconocidas por el Indecopi, que no presenten denuncias en sede administrativa pero que sí desarrollan otras actividades en beneficio de los consumidores, como es el caso de actividades de educación, investigación, etc.

Un indicador de la situación descrita en el párrafo precedente es que, de forma referencial, de acuerdo al Informe Anual Sobre el Estado de la Protección de los Consumidores, 2018, si bien el 43.6% de asociaciones de consumidores presentaron denuncias administrativas (sea en el Indecopi u organismos reguladores), el 59% realizó actividades de educación, el 87.2% realizó actividades de difusión en temas relacionados a la protección del consumidor y el 35.9% declaró haber realizado alguna investigación (Indecopi, 2019, Pág. 93-97).

Es de mencionar que si bien es explícito, a nivel internacional, el reconocimiento de la necesidad de fortalecer financieramente a las asociaciones de consumidores como agentes relevantes en la defensa del consumidor, también en el ámbito local han existido diversas iniciativas, entre las que podemos mencionar algunas del Poder Legislativo, como se muestra en la Tabla 3 con relación al aspecto sustantivo referido al financiamiento, toda vez que algunas iniciativas incorporan también otros aspectos.

Las iniciativas legislativas básicamente han abordado el tema de financiamiento a través de dos propuestas: i) crear un fondo financiero (con recursos provenientes del Estado) y ii) modificar el Código con la finalidad de establecer un mínimo (distinto de cero) del porcentaje de la multa que se deriva de la imposición de sanciones, a favor de la asociación.

**Tabla 3: Proyectos de Ley impulsados por el Congreso de la República con relación a fuentes de financiamiento para asociaciones de consumidores**

Año	Proyecto de Ley	Objetivo
2016	Ley que declara de interés nacional la creación del Fondo Especial de Financiamiento para Asociaciones de Consumidores. Proyecto No 577/2016-CR	Crear un fondo constituido por contribuciones del Estado en virtud de los recursos directamente recaudados por el Indecopi.
2016	Ley que fortalece el funcionamiento de las asociaciones de consumidores. Proyecto No 1190/2016-CR	Incrementar el porcentaje que se les entrega de las multas impuestas en procedimientos impulsados por las asociaciones. El porcentaje no será menor al 30% y hasta un máximo de 50%. Asimismo, se podrá destinar hasta el 50% de lo entregado para gastos de su funcionamiento.

La posición por parte del Indecopi, en 2016, con respecto al Proyecto de Ley N° 577/2016-CR, “Ley que declara de interés nacional la creación del Fondo Especial de Financiamiento para Asociaciones de Consumidores”, fue favorable aunque, conforme

lo indicó la Autoridad de Consumo, recomendó incluir aspectos que delimiten su ejecución y determinen su viabilidad relativos a la administración del fondo, las fuentes de financiamiento, entre otros aspectos (naturaleza, ámbito de aplicación, supuestos de incumplimiento, fiscalización y supervisión de los recursos asignados, así como las disposiciones relativas a su reglamentación). (Indecopi, 2017, Pág.107).

Por otro lado, la necesidad de contar con mecanismos de fortalecimiento, entre ellos el financiero, ha sido también reconocida por las propias asociaciones de consumidores. Así, el aspecto financiero, sea a través de un fondo concursable o el monto derivado del porcentaje de las multas impuestas en procedimientos administrativos fue la principal respuesta en el sondeo realizado por el Indecopi en 2017, con relación a la pregunta ¿con qué mecanismos debiera de fortalecerse a las asociaciones de consumidores?. Otros mecanismos de fortalecimiento fueron la capacitación, foros de intercambio de experiencia y mejores prácticas. La consulta fue respondida por 31 asociaciones de consumidores y se tomaron como válidas, al ser consistentes, solo 14 de ellas (Indecopi, 2017, Pág.114).

De otro lado, es de destacar que el planteamiento de un mecanismo financiero alternativo para las asociaciones de consumidores, así como la posibilidad de hacer convenios con proveedores, permitiría una mayor sostenibilidad de las mismas toda vez que las asociaciones que no necesariamente presentan denuncias ante el Indecopi podrían, potencialmente, impulsar actividades preventivas en pro del consumidor. Lo anterior cobra relevancia si se tiene en cuenta que en los últimos años se ha dado una mayor prioridad a los mecanismos de autorregulación y autocomposición con la finalidad de disminuir la carga procesal o ingreso de denuncias ante el Indecopi, con la finalidad de dotar de soluciones más céleres a los consumidores, conforme se aprecia en el cuadro siguiente, elaborado sobre la base de los Informes Anuales Sobre el Estado de la Protección de los Consumidores de los años 2016, 2017 y 2018, del Indecopi.

**Tabla 4: Normativa impulsada por el Indecopi con relación a los mecanismos de autocomposición y autorregulación**

<b>Normativa</b>	<b>Detalle</b>	<b>Objetivo</b>
Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 216-2016-indecopi/COD	Disponen publicación del documento “Recomendaciones Generales para la Creación de Defensorías Gremiales del Consumidor”.	Promueve autorregulación en proveedores
Decreto Legislativo N° 1308 (2016)	<u>Artículo 107 A</u> El desistimiento, mediación, transacción o cualquier acuerdo pone fin a la	Promueve la conciliación

Normativa	Detalle	Objetivo
	controversia en cualquier estado del procedimiento.	
	<u>Artículo 108</u> Denuncias no procederán cuando falten requisitos o si el problema se resolvió antes del procedimiento.	Filtra aspectos de forma y reduce carga procesal
	<u>Artículo 112 numeral 3</u> Reconocer la infracción atenuará la sanción	Incentiva la conclusión anticipada
Decreto Supremo N° 058-2017-PCM, Modificación del Reglamento del Libro de Reclamaciones 2017	Generar incentivos para que el Libro de Reclamaciones sea empleado como un mecanismo más eficaz y expeditivo al permitir la conciliación a través de la hoja de reclamación. D.S. N° 058-2017-PCM	Promueve la conciliación
Proyecto de Cumplimiento Normativo ( <i>Compliance</i> ) 2019	Impulsar la implementación de programas de cumplimiento normativo con potenciales beneficios en la reducción de multas dentro de procesos administrativos en el Indecopi, conforme lo establece el Código.	Promueve la autorregulación (Proyecto presentado ante la PCM.)

Por lo anterior, de ser exitosa la estrategia y *enforcement* de la Autoridad de Consumo (reflejada también en el diseño del Programa Presupuestal “Protección del Consumidor” del Indecopi), se tendría una disminución de los procedimientos administrativos ante el Indecopi con lo cual serían menores las multas impuestas y con ello se tendría una menor fuente de financiamiento para las asociaciones de consumidores, conforme el modelo de negocio actual.

**Análisis comparativo de la regulación existente aplicable a las asociaciones de consumidores, a nivel de los principales países en lo relacionado a fuentes o mecanismos de financiamiento y mecanismos de fortalecimiento.**

Conforme se analizó en las secciones precedentes, las asociaciones de consumidores en el Perú cuentan con un escaso financiamiento que soporte su accionar en materia de protección del consumidor. Lo anterior, por un lado, debido a la inexistencia de mayores opciones de financiamiento para el desarrollo de sus actividades (sea provenientes del Estado o proveedores), en parte además por las restricciones que impone el marco regulatorio, como lo establecido en el artículo 154, del Código, en lo referido a la prohibición de i) percibir financiamiento de los proveedores que comercializan productos y servicios (Congreso de la República, Ley 29571, 2010, art.154).

Por lo anterior, la necesidad de evaluar la pertinencia de generar mecanismos y formas alternativas para su fortalecimiento, en este caso, financiero, consideramos que es conveniente de ser analizada, considerando el contexto internacional, es decir sobre la base del análisis comparativo con países similares en cuanto al marco regulatorio para el caso de las asociaciones de consumidores y protección del consumidor y características socioeconómicas.

Consideraremos, para los fines del presente estudio y sus objetivos, a países de Hispanoamérica como Chile, México, Argentina, Uruguay y España, considerando que:

- i) En la totalidad de países existe una regulación específica para las asociaciones de consumidores, como en el caso peruano.
- ii) En cinco de ellos existe algún mecanismo financiero otorgado por el Estado, a diferencia del caso peruano
- iii) En cinco de ellos, no está prohibido explícitamente la realización de convenios específicos con proveedores.

**Tabla 5: Criterios de elección de países para el análisis comparativo en el caso de asociaciones de consumidores**

País	¿Existe una normativa específica para asociaciones de consumidores?	¿Tienen mecanismos de financiamiento del Estado?	¿Tienen prohibido realizar convenios específicos con proveedores?
Chile	Si	Si	No
México	Si	Si	No
Argentina	Si	Si	Si
Colombia	Si	Si	No
Uruguay	Si	No	No
España	Si	Si	No
Perú	Si	No	Si

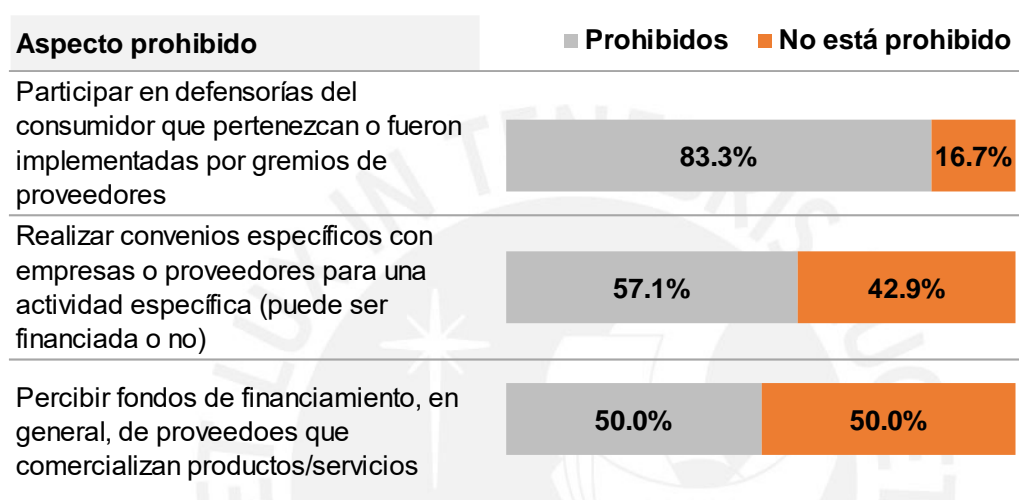
Adaptado de: Indecopi (2018)

Las asociaciones de consumidores a nivel internacional están sujetas a una regulación específica, siendo común la existencia de un registro a cargo de una entidad del Estado y el cual es de acceso público. Asimismo, si bien esta regulación es diversa, siguiendo Gálvez & Ruiz, en general, establece principalmente, que las asociaciones i) deben de ser organizaciones sin fines de lucro, ii) estar constituidas conforme la legislación específica y iii) tener la finalidad de defender los intereses y derechos del consumidor (Gálvez, Luis & Ruiz, José, Pág. 111).

La regulación a las que están sujetas las diversas asociaciones de consumidores en la muestra de países analizados establece una diversidad de prohibiciones, entre las que destacan, conforme se aprecia de la información publicada por el Indecopi y en lo

relacionado a la materia del presente análisis, prohibiciones que no son absolutas en todos los países como es el caso de participar en defensorías del consumidor que pertenezcan o fueron implementadas por los proveedores (en el 50% de los casos de los países analizados), realizar convenios específicos con empresas o proveedores para una actividad específica, que puede ser financiada o no (prohibidas en el 57% de los casos). (Indecopi, 2018, Pág. 7), conforme se aprecia en la Figura 6.

**Figura 6 Muestra de prohibiciones que tienen las asociaciones de consumidores a nivel comparativo.**



Adaptado de: Indecopi (2018)

Con respecto a los mecanismos de financiamiento, sobre la base de la información comparada mostrada por el Indecopi, se tiene que es uno de los mecanismos más utilizados, los que se suma a los referidos a la capacitación técnica a asociaciones a través de cursos, foros, etc., capacitación en aspectos de gestión y administración.

A un mayor detalle los mecanismos financieros que destacan son los referidos a subsidios monetarios dados por el Estado (como en el caso de México y Chile), contribuciones directas (México y Argentina) y fondos concursables (frecuentemente utilizados en Chile y en menor grado México), conforme se aprecia en la Figura 7.

**Figura 7 Mecanismos de fortalecimiento utilizados en favor de las asociaciones de consumidores:**

**Pregunta: ¿Cuáles son los principales instrumentos que utiliza el Gobierno de su país para el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores? De existir, ¿Qué tan frecuente es utilizado? (Respuesta múltiple)**

Instrumentos que utiliza el Gobierno para fortalecer a las asociaciones de consumidores (Respuesta múltiple)	<<<< Frecuencia de uso >>>>			
	Muy frecuente	Frecuente	Poco frecuente	Nada frecuente
Capacitación técnica a las asociaciones a través de cursos, foros académicos, etc.	6	El Salvador	Argentina, Chile, Perú, México	Uruguay
Capacitación en gestión y administración de las asociaciones	4		Argentina, México	El Salvador, Chile
Monto monetario equivalente a un porcentaje de multas*	3		Perú, México	Chile
Subsidios monetarios dados por el Estado	3		Panamá, México	Chile
Fondos concursables puestos a disposición por el Estado.	3	Chile	México	El Salvador
Contribuciones directas con cargo al presupuesto nacional.	2		Argentina, México	
Intercambios	1			El Salvador

\* Monto monetario equivalente a un porcentaje de multas impuestas por infracciones a la normativa en protección del consumidor en los procesos impulsados por las asociaciones.

Fuente: Indecopi (2018)

Es importante destacar que la expectativa recogida a las diversas agencias de consumo por parte del Indecopi se tiene que, entre las medidas que consideran que debieran de fortalecerse para las asociaciones de consumidores, destaca en primer lugar, la difusión hacia los consumidores sobre su importancia y la necesidad de ser parte de ellas así como la capacitación sobre aspectos técnicos para la defensa de los consumidores. En tercer lugar se ubicó la necesidad de fortalecer las capacidades de gestión administrativa y seguida los aportes monetarios provenientes del Estado. En último lugar, se mencionó instrumentos como convenios de colaboración con empresas. (Indecopi, 2018, Pág. 16).

Lo anterior guarda correlato con la problemática para el caso peruano toda vez que abordan las tres aristas o problemas identificadas en el presente capítulo, referidos a baja representatividad, debilidad gerencial y fragilidad financiera. La mención a los mecanismos financieros en el estudio de la referencia cobra relevancia si es que se tienen que son mencionados que ya existen y están regulados, por lo que se considera que son necesarias su fortalecimiento.



## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

El problema jurídico o regulatorio planteado en la presente investigación, referido a generar las modificaciones normativas que permitan a las asociaciones de consumidores contar con alternativas de fortalecimiento financiero provenientes del Estado y convenios con el sector empresarial (que finalmente son recursos que financian directa o indirectamente determinadas actividades), para el despliegue de sus diversas actividades relacionadas a la protección del consumidor, son controversiales.

En efecto, en primer lugar, la figura de financiamiento a través de un fondo a cargo del Estado no está contemplado en regulación alguna en el Perú. Es controversial, puesto que está relacionado con la función distributiva de ingresos por parte del Estado y pone en discusión la razón de ¿por qué el Estado debiera de financiar las actividades de las asociaciones de consumidores para la defensa de los consumidores?, más aun considerando las diversas necesidades existentes y recursos escasos disponibles (criterio de eficiencia en la distribución).

Con respecto al segundo punto, referido a la figura de convenios entre asociaciones de consumidores y proveedores, este se contrapone con la regulación actual (Código y Directiva No 009-2013) que está vigente en el Perú, puesto que se tiene la prohibición explícita para las asociaciones de consumidores con respecto a, entre otros aspectos, percibir financiamiento de los proveedores que comercializan productos y servicios.

Asimismo, la posición planteada en el presente trabajo es controversial en un aspecto en común, para con los dos planteamientos, y es que saca a relucir el cuestionamiento con respecto a la independencia y potencial captura que puedan generar ambos mecanismos de fortalecimiento, tanto desde el punto de vista de la captura por parte del Estado para con las asociaciones de consumidores así como en el caso de los proveedores.

Frente a esta controversia, sin embargo, subyacen también posiciones a favor que son importantes de ser tomadas en cuenta:

- Primero, desde un punto de vista de diseño del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, en el que se identifican principalmente tres actores: Estado, proveedores y consumidores. Por tanto, fortalecer a las asociaciones de consumidores, como representantes organizados de la sociedad civil, significa fortalecer el Sistema de protección toda vez que se aborda el eslabón más frágil y con alto potencial en cuanto a que sus acciones en defensa del consumidor

impacten en una mayor protección del consumidor, en concordancia además con el principio pro asociativo establecido en el citado Código.

Cabe destacar que lo anterior tiene sustento desde un enfoque teórico económico, pues conforme lo establecen Fuentes y Saavedra, la existencia de la asimetría informativa (“restricciones informacionales”), costos de transacción (“restricciones transaccionales”) y racionalidad limitada (“restricciones intelectuales”), constituyen los fundamentos, desde la teoría microeconómica, para la protección de los consumidores por parte del Estado (Fuentes & Saavedra, 2012, Pág. 4-6).

Dentro de dicho marco, las actividades que desarrollan o potencialmente pueden desarrollar las asociaciones de consumidores están relacionadas con lo mencionado por Fuentes y Saavedra. Así i) la generación de actividades de capacitación y generación de mecanismos de información para consumidores inciden en la reducción de la asimetría informativa, ii) la difusión de los mecanismos de solución de conflictos y el impulso de mecanismos de defensa para los intereses colectivos y/o difusos permitirían reducir los costos transaccionales en cuanto a solucionar conflictos de consumo y el detrimento que afrontan los consumidores y iii) la generación de herramientas de comparación o información simple y relevante, disminuye la racionalidad limitada.

- En segundo lugar, desde un punto de vista de política en materia de protección del consumidor, la necesidad de fortalecer a las asociaciones a través de mecanismos financieros ha sido recomendado ampliamente por las diversas entidades relacionadas a la protección de los consumidores a nivel internacional, aunque con ciertos matices. Por ejemplo, para el Comité Económico y Social Europeo (CESE) es necesario que las organizaciones de asociaciones cuenten con una financiación que les permita desarrollar acciones, programas, proyectos e iniciativas.

Por su parte, para el *Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy* (IGE), la existencia de fondos que financien diversas actividades es relevante y es materia de recomendación para los países, dentro de la evaluación del diseño institucional de la política en materia de protección y en línea con la implementación de las Directrices de Protección del Consumidor dadas por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

(UNCTAD). En las dos evaluaciones realizadas en UNCTAD, a Marruecos (2018) e Indonesia (2019), se recomienda explícitamente el fortalecimiento y generación del fondo financiero para las asociaciones.

Asimismo, el IGE aboga en pro de que los países realicen la evaluación de mecanismos innovadores para el financiamiento de asociaciones de consumidores, que sean facilitados por el Estado, pero que no necesariamente le eroguen gastos directamente al presupuesto nacional, ello como alternativa al financiamiento directo, como se desarrolló en la presente investigación para los casos de la India y EE.UU.

- En tercer lugar, los mecanismos materia de controversia no son aislados. En efecto, si bien la normativa peruana dada a través del Código prohíbe la figura del financiamiento por parte del proveedor (que podría entenderse como el mecanismo de convenios empresariales) y no existe un financiamiento estatal, esta no es similar al de todos los países analizados, no existiendo incluso, en algunos países, una prohibición absoluta o explícita.

En efecto en países como España se tiene regulada la figura de convenios específicos con proveedores; la cual, conforme se explicó en los capítulos precedentes se caracterizan principalmente por i) tener como finalidad exclusiva el desarrollo de proyectos específicos de información, formación y defensa de los consumidores y usuarios, (b) respetan los principios de independencia y transparencia y iii) son supervisados por el Instituto Nacional de Consumo (Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, 2007, art. 30).

A nivel comparado a nivel de Hispanoamérica, países como Chile, Colombia, El Salvador, Argentina y Panamá cuentan con mecanismos financieros estatales disponibles para las asociaciones de consumidores, diversos entre sí y que han reportado una frecuencia diversa en cuanto a su uso o acceso. Destaca la figura de Chile, país que cuenta con un instrumento desde hace casi 15 años (creado en 2004 y reglamentado desde 2005) para el financiamiento de fondos concursables disponibles para el desarrollo de proyectos por parte de las asociaciones de consumidores.

El fondo en mención, para el caso del país sureño, está a cargo de la autoridad de consumo (en este caso, el Sernac) así como el Consejo de Administración,

creado para tal fin, siendo además las principales entidades responsables de las acciones de control. Para acceder al fondo concursable además se cumplen obligaciones establecidas y se han establecido mecanismos de control y cumplimiento, que van desde la suspensión total o parcial los convenios en casos de incumplimientos imputables a las asociaciones, ejecución de garantías solicitadas al momento de acceder a los fondos y acciones judiciales para la restitución de fondos asignados.

Por lo anterior expuesto, es claro que desde el punto de vista del marco regulatorio vigente, para el caso de las asociaciones de consumidores, en el Perú, se evidencia la inexistencia de un mecanismo de financiamiento (aparte del porcentaje derivado de las multas impuestas en procedimientos impulsados por las propias asociaciones de consumidores, ante el Indecopi) que le permitan financiar las diversas actividades en materia de protección; así como la prohibición para el caso de una cercanía con los proveedores, llámese convenio de cooperación o financiamiento directo.

La posibilidad de contar con dichos mecanismos expone diversos riesgos que desde el punto de vista del legislador podrían identificarse, principalmente en lo relacionado al riesgo de captura y pérdida de independencia. Sin embargo, también es claro que sobre la base del derecho comparado, existen modelos regulatorios, en países en los que el sistema de protección es similar al caso peruano, en las que ambas opciones son vigentes y factibles de ser evaluados y potencialmente incorporados. Así destacan, para el caso de acceso a fondos de financiamiento, el modelo de fondos concursables en Chile y para el caso de convenios de cooperación el modelo español.

Sin embargo, se debe de dejar en claro, conforme se desarrolló en el presente trabajo de investigación, que el mecanismo de fortalecimiento financiero *per se* no aseguraría un éxito en cuanto al desempeño de las asociaciones de consumidores, toda vez que este dependería de un accionar holístico que considere las otras dos aristas que forman parte de su problemática: la referida a la inexistencia de una cultura de asociacionismo en el mercado peruano (a fin de contar con asociaciones más representativas) y la debilidad gerencial (y técnica) en el manejo de las asociaciones en términos empresariales, aspectos que, en conjunto, condicionan su sostenibilidad como agentes relevantes en materia de protección y que superan el alcance del presente trabajo.

Si bien el escenario ideal constituiría abordar las tres aristas, consideramos que es fundamental cuando menos avanzar en parte de ellas. La incorporación de mecanismos de financiamiento y/o fortalecimiento financiero, por tanto, debiera de ir acompañado, conforme también lo indica el *Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law*

*and Policy* (IGE), en sus recomendaciones a los diversos países, en materia de protección del consumidor, con el fortalecimiento de la profesionalización de las asociaciones de protección del consumidor.

Consideramos que conforme exista una percepción, por parte de los consumidores, favorable con relación a las asociaciones de consumidores y estas tengan impacto en la defensa del consumidor, en los diversos campos, probablemente, fortalezcan su representatividad e incluso incrementen su tasa de asociados y/o afiliados. En este sentido, el asociacionismo, relacionado con la confianza, probablemente sea un atributo cuyo cambio sea de más largo plazo con relación a las otras dos.

Es de destacar que ante la postura o preocupación relacionada con la posibilidad o riesgo de captura y pérdida de independencia por parte de las asociaciones de consumidores al depender finalmente del Estado (para el caso de fondos concursables) y de los proveedores (para el caso de convenios de cooperación), se plantea la necesidad de generar los suficientes mecanismos de control de tal forma que puedan operar dentro de un marco de transparencia y control.

Un punto relacionado a lo anterior, pasa por la necesidad de establecer precisamente las reglas, por ejemplo, para el acceso al financiamiento vía fondos concursables. La figura en mención alinea incentivos de la asociación de consumidores como del Estado, toda vez que se otorga fondos a los mejores proyectos planteados o de mayor impacto para el caso de las asociaciones, sujetas a una evaluación y reglas de formalidad y transparencia, garantías y sanciones que reducen potencialmente el comportamiento oportunista.

Para el caso de convenios con proveedores, el principal mecanismo de control es el de transparencia y control de gastos para los proyectos específicos, como los de información y defensa de los consumidores y usuarios. Además no exime a incorporarse mayores controles que fomenten una transparencia como es el caso (actualmente no solicitados por la Autoridad de consumo en el Perú) de Estados Financieros auditados y contar con mecanismos explícitos de sanción o de no intervención en proyectos normativos relacionados con proveedores con los que se guarda algún convenio, por ejemplo.

Desde un punto de vista de la arquitectura o diseño institucional de la protección del consumidor en el Perú, las medidas planteadas, de impulsar el mecanismos de fortalecimiento financiero (por parte del Estado) y de convenios de cooperación (con los proveedores) para las asociaciones de consumidores decantan en la generación de un ambiente de mejor convivencia entre los tres agentes relacionados a la protección del

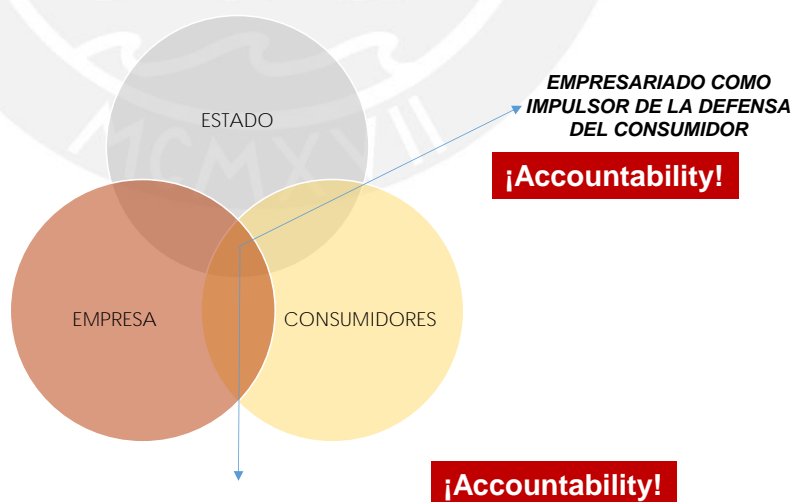
consumidor, que podría impactar en una mayor y más eficaz protección de los consumidores en línea con el objetivo contemplado por la Política Nacional de Protección de los Consumidores, conforme se aprecia en la Figura 8.

Como se mencionó anteriormente, el escenario o enfoque de convivencia, solo es posible con el acercamiento entre agentes, dentro del respeto de la autonomía y establecimiento de reglas de control y transparencia (*accountability*). Lo anterior, en línea con lo el objetivo de la Autoridad de Consumo, en cuanto a fortalecer el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.

En efecto, la Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020, en lo referido al eje de fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, en cuanto al fortalecimiento de la gestión aboga por la generación de diversos mecanismos de coordinación y acciones conjuntas, como la firma de acuerdos o convenios, entre los miembros del Sistema, en el que se incluyan a las asociaciones de consumidores y a los gremios empresariales, con la finalidad de generar mecanismos de comunicación y trabajo más eficientes (Indecopi, 2017, Pág. 55). Lo anterior además ayudaría a disminuir la relación aparente de conflictividad existente entre consumidores y proveedores.

**Figura 8 Enfoque de convivencia entre agentes relacionados a la protección de los consumidores**

ENFOQUE DE CONVIVENCIA ENTRE ESTADO, EMPRESA Y CONSUMIDORES



Cabe destacar que las medidas materia de la presente investigación probablemente podrían ser implementadas con relativo éxito principalmente debido a:

- La mayor preocupación por parte de los proveedores en cuanto a la percepción de la imagen de la empresa en el mercado. En efecto, la reputación corporativa,

conforme lo señala Arellano Marketing & CENTRUM Católica, viene siendo uno de los atributos más valorados en el mercado, puesto que no solo puede evitar conflictos, sino que ayuda fidelizar clientes, mejorar la percepción de los consumidores e incluso atrae más inversionistas, permitiendo una diferenciación con respecto a otros competidores (Arellano Marketing & CENTRUM Católica, 2012, Pág. 2).

El mayor interés de las empresas en generar mecanismos de control de riesgos en los diversos ámbitos. Así destaca la continua búsqueda de mecanismos de autorregulación, a través de los programas de cumplimiento (*compliance*) y la implementación de buenas prácticas. El control y transparencia de convenios con asociaciones de consumidores podrían estar sujetos a dichos controles a fin de asegurar estándares de transparencia y control.

- La búsqueda de una mayor eficiencia en el gasto del Estado. Las acciones que desarrollan las asociaciones de consumidores y las que debieran de ser financiadas, a nuestro parecer, debieran de ser las que generan un mayor impacto en materia de prevención de conflictos y solución de los mismos y modificación de conductas infractoras por parte de los proveedores. De esta forma, serían las asociaciones de consumidores las que trabajarían de forma más cercana a los consumidores convirtiéndose en socios de la actividad de protección del consumidor para el Estado.

Por lo anterior, consideramos que, desde un punto de vista de impacto regulatorio, el problema público de vulnerabilidad del consumidor o necesidad de una mayor y más eficaz protección del consumidor, planteado en la Política Nacional de Protección del Consumidor, puede ser abordado, en parte, con la intervención de la actividad preventiva, en este caso a través del impulso de acciones orientadas a educar, informar a los consumidores y elegir los mejores mecanismos de solución en caso ocurra un conflicto de consumo, por parte del impulso o fortalecimiento del accionar de las asociaciones de consumidores.

La acción preventiva mencionada en el párrafo precedente impacta en diverso grado en los *stakeholders* relevantes, así podemos esbozar lo siguiente:

- Para el Estado supondrá destinar un mayor presupuesto destinado a financiar el fondo concursable de impulso para las asociaciones de

consumidores así como la actividad de supervisión y control del uso de dichos fondos. Sin embargo, también le supondrá evitar gastos, por ejemplo, en la tramitación de mayores procedimientos como reclamos o denuncias en vía administrativa (sobre todo de los que terminan como improcedentes, inadmisibles e infundados) como consecuencia de las diversas actividades preventivas.

- Para los proveedores, el tener consumidores más informados y empoderados los obliga a impulsar un círculo de calidad en el servicio; y además una mayor presión a ser vigilados por los propios consumidores y asociaciones de consumidores. El mayor nivel de servicio impacta además, potencialmente, en menores sanciones y por tanto en un menor gasto y exposición reputacional. El desarrollo de convenios con asociaciones además podría impulsar este último aspecto en el sentido de que la sinergia empresa-asociación, dentro del marco de transparencia, puede impulsar intervenciones focalizadas, por ejemplo, en segmentos más vulnerables.
- Para los consumidores, el despliegue de mayores actividades preventivas reduce su asimetría informativa y con ello ayuda a la toma de decisiones más informadas con lo cual en el mercado se puede acercarse a una situación de eficiencia asignativa y con ello una situación mejor de bienestar.

De forma referencial, por ejemplo, sobre la base de la información del Programa Presupuestal (PP) “Protección del Consumidor” del Indecopi, la tramitación de un reclamo implicaría, para el Indecopi, asumir un costo unitario de S/ 113.23; mientras que, de tramitarse una denuncia, este costo unitario, promedio ponderado, ascendería a S/ 1,422.62 (Indecopi, 2019, Pág. 150).

- Para las asociaciones de consumidores, la propuesta implica la generación de mecanismos alternativos para fortalecer sus actividades, por ejemplo, financiar no solo a las asociaciones de consumidores que presentan denuncias y obtienen ingresos derivados del porcentaje de multas (y a través de la recuperación de costas y costos una vez culminado el proceso) sino también a las asociaciones que solo realizan actividades distintas a las de presentar denuncias (como el desarrollar proyectos de educación y/o investigación).



Por lo anterior, se puede asumir que cada consumidor más informado (por parte, por ejemplo, de una asociación de consumidor, con fondos financiados por el Estado o dentro del marco de un convenio de colaboración con proveedores) a través de actividades de educación, orientación e información, en materia de protección del consumidor, impactaría potencialmente en la no presentación de un reclamo o denuncia ante el Indecopi, conllevando a una mejor asignación de recursos derivado del uso de mecanismos alternos a la solución de conflictos (como por ejemplo el Libro de reclamaciones en los proveedores) o a la no ocurrencia de conflictos de consumo toda vez que se adoptaran decisiones más informadas. El menor gasto de recursos en tramitación de reclamos y denuncias podría destinarse, por tanto, en actividades como la supervisión de otros mercados en los que la afectación a los derechos de los consumidores es mayor.

Lo anterior podría graficarse de la siguiente forma. Una actividad desarrollada por las asociaciones de consumidores que capacite a 1,000 personas podría evitar la presentación de igual número de reclamos o denuncias ante el Indecopi, por lo tanto, evitar el gasto de entre S/ 113.2 mil y S/ 1.4 millones en la tramitación de los mismos, en un escenario conservador, considerando los gastos unitarios explicitados por el Indecopi en su programa presupuestal.

Al evitarse ello, como consecuencia del desarrollo de programas de capacitación desarrollados por asociaciones de consumidores, además se evitaría gastos para el consumidor (costos transaccionales, tiempo en la tramitación de reclamos o denuncias, así como el gasto de traslado, entre otros). Para los proveedores, se tendría probablemente menores sanciones (incluyéndose las multas) y gastos en la defensa de procedimientos administrativos y costo reputacional (derivados de la exposición ante el mercado toda vez que los proveedores sancionados).

La discusión presentada definitivamente no cierra u ofrece una solución definitiva toda vez que las opciones materia de análisis son controversiales y pueden ofrecer una apertura a una mayor discusión. Sin embargo, de implementarse ambas sí implicaría la elaboración de una modificación a la normativa existente, cuya fórmula legal sería la siguiente:

**Con relación los convenios entre asociaciones de consumidores con proveedores.**

- La modificación, a través de un Decreto Legislativo, del Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley 29571), en lo referido a su artículo 154 (referido a las prohibiciones de las asociaciones de consumidores) con la finalidad que incorpore la figura de convenios con proveedores; y la inclusión del articulado que regule la figura del convenio materia de análisis, a través del artículo 156 del Código citado, que a manera de propuesta sería la siguiente, siendo el subrayado nuestro:



**Tabla 6: Propuesta de cambio normativo referido a los convenios de colaboración entre asociaciones de consumidores y proveedores**

Normativa vigente	Propuesta de normativa
<p><b>Artículo 154.- Prohibiciones para las asociaciones de consumidores</b>            Para efectos de la independencia y transparencia de las asociaciones de consumidores, estas no pueden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Incluir como asociadas a personas jurídicas con fines de lucro.</li> <li>b. Percibir financiamiento de los proveedores que comercializan productos y servicios.</li> <li>c. Dedicarse a actividades distintas a su finalidad o incompatibles con ella.</li> <li>d. Destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para una finalidad distinta a la asignada.</li> <li>e. Actuar con manifiesta temeridad presentando denuncias maliciosas debidamente sancionadas en la vía administrativa o judicial.</li> <li>f. Incumplir las disposiciones establecidas por el presente Código o las resoluciones emitidas por el Consejo Directivo del Indecopi sobre la materia.</li> </ul> <p>El incumplimiento de cualquiera de estas disposiciones es sancionado por el Indecopi con la suspensión o la cancelación del registro especial hasta por un período de dos (2) años, previo procedimiento, teniendo en cuenta la gravedad o el reiterado incumplimiento de las disposiciones establecidas para estos efectos.</p>	<p><b>Artículo 154.- Prohibiciones para las asociaciones de consumidores</b>            Para efectos de la independencia y transparencia de las asociaciones de consumidores, estas no pueden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Incluir como asociadas a personas jurídicas con fines de lucro.</li> <li>b. Percibir financiamiento de los proveedores que comercializan productos y servicios. <u>Se excluirán el financiamiento que se realicen dentro de las condiciones de transparencia establecidas en el presente Código, dentro del marco de los Convenios de Colaboración, regulados.</u></li> <li>c. Dedicarse a actividades distintas a su finalidad o incompatibles con ella.</li> <li>d. Destinar los fondos públicos entregados por concepto de multas para una finalidad distinta a la asignada.</li> <li>e. Actuar con manifiesta temeridad presentando denuncias maliciosas debidamente sancionadas en la vía administrativa o judicial.</li> <li>f. Incumplir las disposiciones establecidas por el presente Código o las resoluciones emitidas por el Consejo Directivo del Indecopi sobre la materia.</li> </ul> <p>El incumplimiento de cualquiera de estas disposiciones es sancionado por el Indecopi con la suspensión o la cancelación del registro especial hasta por un período de dos (2) años, previo procedimiento, teniendo en cuenta la gravedad o el reiterado incumplimiento de las disposiciones establecidas para estos efectos.</p>

Normativa vigente	Propuesta de normativa
<p><b>Artículo 156.- Convenios de cooperación institucional</b></p> <p>156.1 El Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos pueden celebrar convenios de cooperación institucional con asociaciones de consumidores reconocidas y debidamente inscritas en el registro especial. La firma del convenio de cooperación institucional otorga la posibilidad de que el Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos puedan disponer que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos promovidos por estas asociaciones de consumidores les sea entregado. En cada caso, dicho porcentaje no puede exceder el cincuenta por ciento (50%) de la multa impuesta y constituye fondos públicos.</p>	<p><b>Artículo 156.- Convenios de colaboración y cooperación</b></p> <p><b><u>De los convenios de colaboración</u></b></p> <p><u>156.1 Las asociaciones de consumidores debidamente inscritas en el Registro Oficial pueden realizar convenios de colaboración, de duración temporal o indefinida, con proveedores o grupo de proveedores, las que estarán sujetas a lo siguiente:</u></p> <p><u>a) Tener como finalidad exclusiva el desarrollo de proyectos específicos de educación, información, investigación para su difusión para conocimiento de los consumidores y defensa de los consumidores o usuarios.</u></p> <p><u>b) Respetar los principios de independencia y transparencia.</u></p> <p><u>c) Hacer público los convenios existentes, así como sus modificaciones realizadas ante el Indecopi para ser de conocimiento público.</u></p> <p><b><u>De los convenios de cooperación</u></b></p> <p>156.2 El Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos pueden celebrar convenios de cooperación institucional con asociaciones de consumidores reconocidas y debidamente inscritas en el registro especial. La firma del convenio de cooperación institucional otorga la posibilidad de que el Indecopi y los organismos reguladores de los servicios públicos puedan disponer que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en los procesos promovidos por estas asociaciones de consumidores les sea entregado. En cada caso, dicho porcentaje no puede exceder el cincuenta por ciento (50%) de la multa impuesta y constituye fondos públicos.</p>

Normativa vigente	Propuesta de normativa
<p>156.2 Los porcentajes entregables a las asociaciones de consumidores deben ser utilizados a efectos de implementar acciones específicas de promoción y defensa de los intereses de los consumidores y un monto no mayor del cinco por ciento (5%) del porcentaje que se les entrega puede ser utilizado Código de Protección y Defensa del Consumidor para su funcionamiento a efectos del desarrollo de su finalidad, en las condiciones que establece el reglamento.</p> <p>156.3 Corresponde a la Contraloría General de la República supervisar que las asociaciones de consumidores destinen los recursos recaudados por concepto de multa para los fines señalados en el párrafo.</p> <p>156.2. El incumplimiento de dicha finalidad conlleva a resolver el Convenio de Cooperación Institucional e iniciar las acciones administrativas y penales que correspondan.</p> <p>156.4 Los requisitos para la celebración de los convenios y para que la entrega de los fondos cumpla con la finalidad asignada son establecidos por el Indecopi y los organismos reguladores, respectivamente, mediante resolución de Consejo Directivo.</p>	<p>156.3 Los porcentajes entregables a las asociaciones de consumidores deben ser utilizados a efectos de implementar acciones específicas de promoción y defensa de los intereses de los consumidores y un monto no mayor del cinco por ciento (5%) del porcentaje que se les entrega puede ser utilizado Código de Protección y Defensa del Consumidor para su funcionamiento a efectos del desarrollo de su finalidad, en las condiciones que establece el reglamento.</p> <p>156.4 Corresponde a la Contraloría General de la República supervisar que las asociaciones de consumidores destinen los recursos recaudados por concepto de multa para los fines señalados en el párrafo.</p> <p>156.5. El incumplimiento de dicha finalidad conlleva a resolver el Convenio de Cooperación Institucional e iniciar las acciones administrativas y penales que correspondan.</p> <p>156.6 Los requisitos para la celebración de los convenios y para que la entrega de los fondos cumpla con la finalidad asignada son establecidos por el Indecopi y los organismos reguladores, respectivamente, mediante resolución de Consejo Directivo.</p>

Adaptado de Código.

Cabe destacar que la modificación propuesta toma como base la regulación española, con lo cual existirían dos modalidades de convenios, con los proveedores (limitados a las actividades descritas) y la existente actualmente, a través del convenio con las entidades estatales (Indecopi y organismos reguladores).

## Con relación al fondo concursable financiado por el Estado para las asociaciones de consumidores

Se propone también la inclusión de un nuevo articulado a nivel del Código que considere lo siguiente:

**Tabla 7: Propuesta de normativa referida al fondo concursable para asociaciones de consumidores**

Normativa vigente	Propuesta de normativa
----	<p><b>Artículo.</b> - Creación del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores</p> <p>Se crea el Fondo Concursable destinado a financiar las actividades de las asociaciones de consumidores debidamente registradas en el Registro Oficial del Indecopi.</p> <p>El Fondo tendrá las siguientes características:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Estará compuesto por la asignación presupuestal dada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y donaciones de entidades sin fines de lucro, al Indecopi, en su rol de Autoridad de Consumo.</li><li>El funcionamiento estará sujeto al Reglamento que apruebe la Autoridad de Consumo.</li></ol>

Como se menciona en la propuesta la modificación normativa debiera de ir acompañada con una reglamentación más específica sobre la forma de funcionamiento del Fondo Concursable. Al respecto, sobre la base de la revisión comparada se propone que dicho reglamento considere cuando menos los siguientes aspectos que consideramos relevantes:

- Requisitos mínimos para la participación en la aplicación de fondos concursable. Al respecto, se propone cinco requisitos mínimos: i) la asociación debe de estar inscrita en el Registro Oficial del Indecopi, ii) la asociación debe demostrar haber realizado actividades en materia de protección del consumidor, como mínimo, durante el último año al período de aplicación de fondos; iii) que el proyecto considere la realización de actividades como la difusión de los derechos y normativa en materia de protección del consumidor, actividades de orientación jurídica, capacitación

y actividades de investigación en materia de protección del consumidor. Asimismo, el desarrollo de actividades de defensa colectiva o por intereses difusos en sede judicial; iv) no haber recibido sanción administrativa alguna por la Autoridad de Consumo y haber cumplido todas las obligaciones estipuladas en la Directiva 2013 y; v) no financiar actividades en beneficio económico de algún miembro de la asociación

- El procedimiento de selección de proyectos. La elección de los proyectos se realizará por concurso público para lo cual previamente se establecerá claramente las bases del concurso, en la que se podría establecer como mínimo:
  - ✓ El mecanismo de postulación, a través de la página web del Indecopi.
  - ✓ El plazo de postulación. Abierta por 30 días calendarios.
  - ✓ Nombre del proyecto.
  - ✓ Alcance del proyecto: local o nacional.
  - ✓ Sector o segmento al cual se enfoca el proyecto.
  - ✓ Duración del proyecto. En meses y no mayor a 12 meses.
  - ✓ Contenido del proyecto. El cual contendrá una descripción de:
    - Diagnóstico y situación actual.
    - Descripción del proyecto.
    - Forma de intervención.
    - Población objetivo e indicadores de desempeño y metas físicas.
    - Programa temporal de intervención detallada.
    - Estructuración de costos.
  - ✓ Forma de calificación. Se debiera de establecer una metodología objetiva para la elección de proyectos de tal forma que considere aspectos puntuables (de 1 al 10) relacionados con: i) el alcance y número de beneficiados del proyecto, ii) el costo unitario del proyecto, iii) la participación cofinanciada por parte de la asociación.
  - ✓ Organismo encargado de la calificación. La Autoridad de Consumo.
- El procedimiento de entrega de fondos. Para lo cual se establecerá la cantidad de proyectos y monto a ser financiado. Para el desembolso se realizará un convenio específico.
- Las entidades de control. De rendición de resultados y gastos ante el Indecopi. El control posterior estará a cargo de la Contraloría General de la República.

## Conclusiones

1. La mayor y más eficaz protección de los consumidores constituye el objetivo principal de la Política Nacional de Protección de los Consumidores en el Perú, puesto que está orientada a atender el problema público referido a la vulnerabilidad del consumidor toda vez que, en el Perú, todos los consumidores no necesariamente conocen sus derechos, no todos ejercen los mismos en caso de ser vulnerados y no todos conocen los mecanismos de solución más adecuados.
2. La política en mención está alineada al Código de Protección y Defensa del Consumidor, como marco normativo base para el Perú, pero además a las Directrices para la Protección al Consumidor dadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que son las líneas recomendadas que los países deben de considerar en el proceso de generar políticas enérgicas de protección en materia de consumo y el diseño o infraestructura para implementarlas.
3. Dentro de este contexto, las propuestas materia de la presente investigación, de fomentar el fortalecimiento de las asociaciones de consumidores a través de un mecanismo financiero (fondo financiero concursable) y la figura de una mayor convivencia con los proveedores (a través del establecimiento de convenios de colaboración), guardan relación con los instrumentos de política, fortaleciendo además el rol tutivo del Estado (derivado del principio pro consumidor establecido en el Código) y el principio pro asociativo (establecido también en el Código).
4. A mayor abundamiento, las propuestas de fortalecimiento encajan en el Eje 4 de la Política Nacional de Protección de los Consumidores en el Perú, referido al fortalecimiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor y; en específico, a la actividad de fortalecer a las asociaciones de consumo. Asimismo, se alinea con las Directrices de la ONU, en lo que se refiere a facilitar la creación de grupos independientes de defensa del consumidor, considerados importantes, con la finalidad que estas hagan oír sus opiniones sobre las decisiones que las afectan. Por tanto, coadyuva al objetivo de una mayor y más eficaz protección de los consumidores, especialmente, de los más vulnerables.



5. Las asociaciones de consumidores, como representantes de la sociedad civil, son agentes relevantes dentro del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor toda vez que protegen el interés público, equilibrando los intereses de las partes involucradas, además que, promueven la democratización de la toma de decisiones y reducen las asimetrías informativas. Por ello, cobra relevancia su mayor fortalecimiento.
6. El presente trabajo de investigación se enfoca en la propuesta de fortalecer el aspecto financiero de las asociaciones, dada su condición de fragilidad actual, a través del cambio del marco normativo que permita dotar de un fondo concursable administrado por el Estado, para el desarrollo de actividades preventivas por parte de las asociaciones de consumidores y, la posibilidad de que desplieguen también diversos proyectos dentro del marco de convenios de colaboración con proveedores. Sin embargo, se debe de tener en cuenta que las otras aristas que afectan a las asociaciones de consumidores, como es el caso de la baja representatividad y debilidad gerencial, también son importantes y debieran de ser fortalecidas a fin de impulsar una estrategia holística en pro de las asociaciones de consumidores con relación a la protección del consumidor.
7. Si bien en principio la propuesta sería controversial para el caso peruano, es de destacar que sobre la base de la experiencia comparada, se tiene que los instrumentos planteados en el presente trabajo no son ajenos a la realidad de países de América Latina así como en el caso de España, coincidiendo además, para el caso de fondos financieros, a las mejores prácticas dadas por las diversas entidades especializadas en materia de protección del consumidor. La figura de convenios con proveedores se utiliza en España más no es prohibitivo en la normativa en todos los países analizados.
8. Las propuestas en mención, desde nuestro punto de vista, otorgarían una mayor sostenibilidad al modelo actual de funcionamiento de las asociaciones de consumidores puesto que ofrecerían fuentes alternativas de financiamiento (fondo concursable) y soporte (convenios de colaboración) más aun considerando que las diversas herramientas de gestión (Política Nacional de Protección de los Consumidores, Plan Nacional de Protección del Consumidor 2017-2020 y Programa Presupuestal "Protección del Consumidor) que determinan el accionar del modelo de protección de consumidor, inciden en la

búsqueda de mecanismos que priorizan la solución de conflictos de consumo en etapas previas y/o distintas a la de los procedimientos administrativos.

9. En efecto, en el *enforcement* del Indecopi ha tenido un mayor impulso la autorregulación (como por ejemplo las soluciones de conflictos a nivel de defensorías de proveedores y programas de cumplimiento) y soluciones auto compositivas (por ejemplo a través de la conciliación vía Libro de Reclamaciones o el Sistema de Atención al Ciudadano del Indecopi); en detrimento de los procedimientos administrativos en los que, potencialmente, se imponen multas, las que a su vez, constituyen las principales fuentes de financiamiento de las asociaciones de consumidores, a las que se adiciona como la recuperación de las costas y costos asumidos durante el procedimiento administrativo respectivo.
10. Sin duda la implementación de ambos instrumentos implica cambios normativos al Código de Protección y Defensa del Consumidor, en lo referido a los artículos 154 (referido a las prohibiciones de las asociaciones de consumidores) con la finalidad que incorpore la figura de convenios con proveedores; y la inclusión del articulado que regule la figura del convenio materia de análisis, a través del artículo 156 del Código, los mismos que se esbozan a manera de propuesta. Asimismo, un nuevo artículo con relación la creación del Fondo Concursable, en el que la Autoridad de Consumo sería la responsable de la administración, asignación y control y monitoreo. Lo anterior en línea con la necesidad de fortalecer el aspecto de transparencia y rendición de cuentas por parte de las asociaciones de consumidores.
11. Lo anterior se plasmaría a través de las modificaciones siguientes:

#### **Artículo 156.- Convenios de colaboración y cooperación**

##### **De los convenios de colaboración**

156.1 Las asociaciones de consumidores debidamente inscritas en el Registro Oficial pueden realizar convenios de colaboración, de duración temporal o indefinida, con proveedores o grupo de proveedores, las que estarán sujetas a lo siguiente:

- a) Tener como finalidad exclusiva el desarrollo de proyectos específicos de educación, información, investigación para su difusión para conocimiento de los consumidores y defensa de los consumidores o usuarios.
- b) Respetar los principios de independencia y transparencia.

c) Hacer público los convenios existentes, así como sus modificaciones realizadas ante el Indecopi para ser de conocimiento público.

**Artículo.- Creación del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores**

Se crea el Fondo Concursable destinado a financiar las actividades de las asociaciones de consumidores debidamente registradas en el Registro Oficial del Indecopi.

El Fondo tendrá las siguientes características:

- a. Estará compuesto por la asignación presupuestal dada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y donaciones de entidades sin fines de lucro, al Indecopi, en su rol de Autoridad de Consumo.
- b. El funcionamiento estará sujeto al Reglamento que apruebe la Autoridad de Consumo.



## Referencias bibliográficas

- Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia ACODECO (2017)  
*Resolución No A-035-2017*. Pág. 5. Recuperado de  
<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/pan174119.pdf>
- Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia ACODECO (2017)  
*Manual de Asignación de Fondos Para Asociaciones de Consumidores*. Art. 1  
Recuperado de [http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/ManualAsignacionFondos-ResolucionA-035-2017\\_21Abr2017.10\\_25\\_2017\\_08\\_58\\_25\\_a.m..pdf](http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/ManualAsignacionFondos-ResolucionA-035-2017_21Abr2017.10_25_2017_08_58_25_a.m..pdf)
- Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia ACODECO (2018)  
*Asociación de consumidores*. Recuperado de  
[http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/view\\_asociacion.php](http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/view_asociacion.php)
- Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2012). Índice de Reputación Corporativa IRCA. Recuperado de  
<http://centrum.pucp.edu.pe/adjunto/upload/publicacion/archivo/indice-irca.pdf>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2016)  
*Directrices para la Protección del Consumidor*. Pág. 3-7. Recuperado de  
[https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_es.pdf)
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2017)  
*Manual on Consumer Protection*. PP 33. Recuperado de  
[https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_en.pdf)
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2018)  
*Guideline for Consumer Associations in the MENA Region. Collaboration with Consumer Protection and Competition Institutions*. PP 3.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2018),  
*Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor: Marruecos*. Pág. 6 y 18. Recuperado de  
[https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/cicplpd13\\_es.pdf](https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/cicplpd13_es.pdf)

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD (2018), *Voluntary Peer Review of Consumer Protection Law and Policy: Indonesia*. Pág. 28. Recuperado de [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2019d1\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplp2019d1_en.pdf)

Congreso Nacional de Chile (1997). Ley 19496, *Establece Normas Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores*. Artículo 11. Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438>

Congreso de la República del Perú (2010). Ley No 29571. *Código de Protección y Defensa del Consumidor*.

Consumers International (2013). *Recomendaciones para aumentar la participación ciudadana en políticas sobre la regulación de los servicios públicos*. Recuperado de <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/52077/IDL-52077.pdf>

Consumers International (2014). *La situación de la protección de los consumidores en el mundo*. Pág. 3-4

Consumers International (2013). *Atlas Iberoamericano de Protección al Consumidor*. Pág. 447. Recuperado de [https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/05/Atlas\\_Iberoamericano\\_de\\_Proteccion\\_al\\_Consumidor\\_marzo\\_2013.pdf](https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/05/Atlas_Iberoamericano_de_Proteccion_al_Consumidor_marzo_2013.pdf)

Consumer Voice (2018). *Hallmarking of Gold*. Recuperado de <https://www.consumer-voice.org/banking-finance/hallmarking-of-gold/>

Consumer Welfare Fund, India (2018). *Consumer Welfare Fund*. Pág. 1. Recuperado de [https://consumeraffairs.nic.in/WriteReadData/userfiles/file/CWF\\_English.pdf](https://consumeraffairs.nic.in/WriteReadData/userfiles/file/CWF_English.pdf)

Comité Económico y Social Europeo (2012). *Dictamen de la Sección Especializada de Mercado Único, Producción y Consumo sobre el tema de “La participación de las asociaciones de consumidores en el establecimiento y funcionamiento del mercado único”*. Pág. 3

Comité Económico y Social Europeo (2005). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo Sobre “La política de los consumidores tras la ampliación de la Unión Europea”*. Pág. 170

Delgado, Jaime (2011). “*La sostenibilidad del movimiento de consumidores de América Latina y El Caribe*”. *Movimiento de Defensa de los Consumidores en América Latina y El Caribe*. PP 79-84. Recuperado de [https://www.fundacionfacua.org/documentos/libro\\_america\\_latina.pdf](https://www.fundacionfacua.org/documentos/libro_america_latina.pdf)

Delgado, Jaime (2011). *Consumo al desnudo*. Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec). PP 73-85.

Durand, Julio (2018). *La real dimensión de las asociaciones de consumidores en el Perú. La cátedra del consumidor*. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/competenciayconsumidor/2018/03/26/la-real-dimension-de-las-asociaciones-de-consumidores-en-el-peru/>

Engel, E. y Muñoz E. (2013). *Hacia una Sociedad Sin Abusos: Propuestas para una eficaz de los consumidores. Informe de Políticas Públicas. Espacio Público*. Pág. 39. Recuperado de <https://votainteligente.cl/cache/uploads/proposal/backgrounds/2017/07/25/IPPO1.pdf>

Fuentes, Ernando & Saavedra, Eduardo (2012). *Fundamentos, práctica, recomendaciones para una política efectiva de protección al consumidor*. ILADES-Universidad Alberto Hurtado. Recuperado de <http://fen.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2010/07/I-283.pdf>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2014). *Nuevos Desafíos y Retos Pendientes en las Políticas de Protección al Consumidor en el Perú*. Documento de Trabajo No 001-2004. Gerencia de Estudios Económicos. Pág. 113

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2014). 2014 *Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2013*. Pág. 65-66. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/InformeAnual2013.pdf/e65f77f8-af5f-4028-a132-ff036b2b41e6>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2016). *Manual de Buenas Prácticas Para las Sociedades de Gestión Colectiva en el Perú*. Dirección de Derechos de Autor. Pág. 2. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/1210107/Manual+Buenas+prácticas++final.pdf/41c342db-3274-c53b-3fed-b4e6789e1338>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2016*. Pág. 107, 114, 338. Recuperado de [https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/Informe\\_Anual\\_Consumo\\_2016/0f95779e-a5f4-0bde-0c8f-72a15272fabb](https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/Informe_Anual_Consumo_2016/0f95779e-a5f4-0bde-0c8f-72a15272fabb)

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2018). *Diagnóstico Situacional de las Asociaciones de Consumidores en la Región*. Pág. 5, 7, 11.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2019). *Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2018*. Pág. 107, 338. Elaboración preliminar.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor - Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017 – 2020*. Recuperado de [https://www.consumidor.gob.pe/documents/51084/126949/Política\\_Plan\\_Consumo/9494a908-5d6b-4277-fa25-bef2ee7b4b3a](https://www.consumidor.gob.pe/documents/51084/126949/Política_Plan_Consumo/9494a908-5d6b-4277-fa25-bef2ee7b4b3a)

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2013). *Directiva N°009-2013/DIRCOD-INDECOPI denominada Normas sobre Registro, Reconocimiento y Participación de las Asociaciones de Consumidores en los Procedimientos sobre Defensa de los Derechos de los Consumidores*. Pág. 2-6. Recuperado de <http://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/3288/R.283-2013-INDECOPI-COD.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Consejo Nacional de Protección del Consumidor. Acta N° 42 – Trigésima Séptima Sesión Ordinaria. Miércoles 17 de diciembre de 2014.* Pág. 1

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *El perfil del consumidor en el Perú urbano: Un enfoque de protección.* (Pág. 42, 43, 63, 64 y 65). Recuperado de [https://www.consumidor.gob.pe/documents/127561/394512/Perfil\\_Consumidor\\_Urbano\\_2017\\_VF.pdf/b44ffa97-8d3b-a2f0-5d0d-3c2fbf6b6294](https://www.consumidor.gob.pe/documents/127561/394512/Perfil_Consumidor_Urbano_2017_VF.pdf/b44ffa97-8d3b-a2f0-5d0d-3c2fbf6b6294)

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2018). *Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2017*

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2019). *Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú, 2018.* Pág. 88-92, 99-100. Versión preliminar.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2019). *Anexo 02 Programa Presupuestal del Indecopi para el año fiscal 2020.* Pág. 150.

Isunza, Ernesto (2006). *Democratización, rendición de cuentas y sociedad civil: participación ciudadana y control social.* Pág. 280. Recuperado de [http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/ce/scpd/LIX/democ\\_rend\\_cuen.pdf](http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/ce/scpd/LIX/democ_rend_cuen.pdf)

Jiménez S. y Gonzáles B. (2014). *Política de Protección del Consumidor: Situación Actual y Desafío Pendientes.* Serie Informe Económico 237. Libertad y Desarrollo. Pág. 41

Lima Cómo Vamos (2018). Encuesta Lima Cómo Vamos, 2018. IX Informe de percepción sobre calidad de vida en Lima y Callao. Pág. 95. Recuperado de: <http://bit.ly/EncuestaLCV18>

Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy (2017). *Innovative Funding for Consumer Groups CUTS International Consumer Unity & Trust Society.*



India. Pág. 2. Recuperado de [http://financedocbox.com/Tax Planning/70452300-Innovative-funding-for-consumer-groups.html](http://financedocbox.com/Tax_Planning/70452300-Innovative-funding-for-consumer-groups.html)

Ministerio de la Presidencia de España (2007). *Texto Refundido de la Ley General Para la Defensa de los Consumidores y usuarios y Otras Leyes Complementarias. Ley 26/1984*, art. 27, art. 30

Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción de Chile (2005), *Reglamento del Fondo Concursable destinado al Financiamiento de Iniciativas de las Asociaciones de Consumidores*. Decreto 37, artículo 17,18 y 19. Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=237085>

Manzano, Liliana (2008). *Análisis y propuestas – Consumidores y Ciudadanos Defensa del Consumidor. Análisis comparado de los casos de Argentina, Brasil, Chile y Uruguay*. Fundación Friedrich Ebert Stiftung – Chile. Pág. 13-14. Recuperado de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/05458.pdf>

Peschard, Jacqueline (2003). *Transparencia y Partidos Políticos Instituto Federal de Acceso a la Información Pública*. Pág. 38.

Pinkas Flint (2002). *Tratado de defensa de la libre competencia: estudio exegético del D.L. 701: legislación, doctrina y jurisprudencia regulatoria de la libre competencia*. Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú (Pucp). Pág. 936

Procuraduría Federal del Consumidor - Profeco. *Las asociaciones de consumidores y las fuentes públicas y privadas de financiamiento para sus proyectos. Manual para el financiamiento de organizaciones de consumidores. (Profeco, Pág. 43)*

Programa Compal. *VII Foro Internacional de Protección del Consumidor: Las Relaciones de Consumo y la Confianza en el Escenario Global*. (Programa Compal, 2017, Pág. 14)

Red Nacional de Protección al Consumidor (2018). *Consufondo*. Recuperado de [http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/consufondo\\_pub](http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/consufondo_pub)

Red Nacional de Protección al Consumidor – Colombia (2018). *Fondo de Proyectos de Protección al Consumidor*. Recuperado de

[http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/fondo de proyectos de proteccion  
\\_al\\_consumidor\\_pub](http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/fondo_de_proyectos_de_proteccion_al_consumidor_pub)

Servicio Nacional del Consumidor, Ministerio de Economía y Fomento de Chile (2018). *Memoria Anual 2017, Consejo de Administración Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores*. Pág. 7, Pág. 34-39. Recuperado de [https://www.sernac.cl/portal/620/articles-53058\\_archivo\\_01.pdf](https://www.sernac.cl/portal/620/articles-53058_archivo_01.pdf)

Servicio Nacional del Consumidor, Ministerio de Economía y Fomento de Chile (2018). *Balance de Gestión Integral 2017*. Pág. 12. Recuperado de [https://www.sernac.cl/portal/617/articles-52901\\_recurso\\_4.pdf](https://www.sernac.cl/portal/617/articles-52901_recurso_4.pdf)

Rejanovinschi, Moisés (2011). *¿Defendiéndonos de manera adecuada? EL Rol de las asociaciones de consumidores en el Perú*. Tesis - Pontificia Universidad Católica del Perú

Tavera, J &Oré T. (2007). *Revisión y elaboración de los criterios generales para la determinación de tarifas de las sociedades de gestión colectiva*. Documento de Trabajo No 003-2007/GEE, Gerencia de Estudios Económicos del Indecopi. Pág. 1-2, 22

Weber, S. Jillian G. 2011. *Consumer Protection in the United States: An Overview* *European Journal of Consumer Law*. Pág. 29. Recuperado de [https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID2306260\\_code145112.pdf?abstr  
actid=1000226&mirid=13](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2306260_code145112.pdf?abstr actid=1000226&mirid=13)

## Anexos

### Anexo 01: Expedientes de denuncias concluidas como infundadas presentadas por asociaciones de consumidores en el año 2018

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
1	Asociación Protectora del Consumidor y Desarrollo Jurídico -APROCODEJ	María Patricia Cardoza De Peña E.I.R.L.	389-2018/CPC-INDECOPI-PIU	La infracción materia de análisis no configuró una infracción administrativa
2	Defensoría del Consumidor - ADEC	Estación De Servicio Nevado S.R.L.	874-2018/CPC-INDECOPI-PIU	Se acreditó que el proveedor sí consignó precios en los espacios asignados.
3	Defensoría del Consumidor - ADEC	Supermercados Peruanos Sociedad S.P.S.A.	777-2018/CPC-INDECOPI-PIU	No se acreditó el incumplimiento de la obligación.
4	Defensoría del Consumidor - ADEC	GMG Comercial Perú S.A.	809-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
5	Defensoría del Consumidor - ADEC	Centro Cerámico Las Flores SAC.	808-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
6	Defensoría del Consumidor - ADEC	Nessus Hoteles Perú S.A.	71-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.
7	Defensoría del Consumidor - ADEC	Sociedad De Automotores Inka S.A.C.	779-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
8	Defensoría del Consumidor - ADEC	Inversiones Hoteleras Sgf SAC	19-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir el precio brindado a los consumidores.
9	Defensoría del Consumidor - ADEC	Lasino S.A.	15-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
10	Defensoría del Consumidor - ADEC	Telefónica Del Perú SAA	555-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir el precio brindado a los consumidores.
11	Defensoría del Consumidor - ADEC	Rizzo Hotel SAC	620-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir el precio brindado a los consumidores.
12	Defensoría del Consumidor - ADEC	Hostal 1198 S.R.L.	468-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.
13	Defensoría del Consumidor - ADEC	DC Inmobiliaria Y Hospedajes Srl.	467-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.
14	Defensoría del Consumidor - ADEC	Aura Hotel SAC	406-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.
15	Defensoría del Consumidor - ADEC	Hotel Descanso Del Inca SAC.	405-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.
16	Defensoría del Consumidor - ADEC	Corporación Hotelera San Andrés SAC	382-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir en el exterior de su establecimiento el precio brindado a los consumidores.
17	Defensoría del Consumidor - ADEC	Supermercados Peruanos S.P.S.A.	381-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el hecho denunciado referido a la venta de un producto sin fecha de vencimiento.
18	Defensoría del Consumidor - ADEC	Inversiones Rubín'S S.A.C.	352-2018/CPC-INDECOPI-LAM	No se acreditó el incumplimiento de la obligación de exhibir los precios de productos ofrecidos.

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
19	Defensoría del Consumidor - ADEC	Viettel Perú S.A.C.	307-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho denunciado es competencia del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
20	Asociación Peruana de Defensa y Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - APDECU	Universidad Continental SAC	237-2018/CPC-INDECOPI-JUN	No se acreditó que el denunciado cobra intereses morosos mayores a los legales establecidos por el BCRP. No se acreditó que el proveedor no haya informado a estudiantes sobre el cobro de S/ 25 en su debida oportunidad.
21	Asociación Defensoría del Consumidor y Usuarios- A.D.D.C. Y U.	Cencosud Retail Perú S.A.	65-2018/CPC-INDECOPI-ICA	No se acreditó la afectación colectiva o difusos debido a la no atención de 03 reclamos dentro del plazo legal. Además no se existe norma que imponga la obligación de consignar la fecha de reclamo en las hojas de reclamaciones en un lugar específico.
22	Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - PDCYU	Lasino S.A.	379-2018/CPC-INDECOPI-ICA	No se acreditó que las denominaciones de los tamaños de las bebidas del denunciado ("Alto", "Grande" y "Venti") resulten confuso para los consumidores. Además no se acreditó que para registrar un reclamo en su Libro de Reclamaciones físico, obligue a los consumidores a que proporcionen un número telefónico y correo electrónico.
23	Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - PDCYU	Societa Del Ponte SAC	310-2018/CPC-INDECOPI-ICA	El denunciado no se encontraba en la obligación de atender dentro del plazo legal hojas de reclamaciones que constituyeron quejas. No se acreditó que el denunciado no exhiba su aviso de libro de reclamaciones.
24	Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - PDCYU	Financiera Oh! S.A. O Financiera Oh S.A.	220-2018/CPC-INDECOPI-ICA	No se acreditó que no se haya informado al consumidor sobre la contratación de un seguro de desgravamen y de protección financiera. Además no se acreditó que el

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
				proveedor no exhibía el aviso de libro de reclamaciones.
25	Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios - AADECC	Comité De Servicios Integrados Turísticos Culturales Del Cusco	656-2018/CPC-INDECOPI-CUS	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
26	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Servicios Y Turismos Piscigranja Don Piero E.I.R.L.	499-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
27	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Inversiones Puma Castro E.I.R.L.	501-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
28	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	P & S Quality Eirl	317-2018/ILN-CPC	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
29	Asociación Atenea	American Airlines Inc. Sucursal Del Perú	2564-2018/CC2	No se acreditó que el proveedor haya hecho esperar a los pasajeros del vuelo AA972 en sus asientos más de dos horas para luego obligarlos a bajar.
30	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC	Puig Perú S.A.	692-2018/CC2	No se acreditó que el proveedor comercialice el producto con un contenido mayor de <i>triclocarbán</i> al permitido.
31	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC	Colgate-Palmolive Perú S A	691-2018/CC2	No se acreditó que el proveedor comercialice el producto con un contenido mayor de <i>triclocarbán</i> al permitido.
32	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC	Industrializadora EuroPeruana De Productos Químicos SAC	690-2018/CC2	No se acreditó que el proveedor comercialice el producto con un contenido mayor de <i>triclosan</i> al permitido.
33	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Autotaxi Satelital SAC	1208-2018/CC2	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
34	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Taxibeat Perú S.A.	701-2018/CC2	No se acreditó obligación de contar con Libro de Reclamaciones pues no tenía obligación de informar a los consumidores acerca de la existencia de uno cuando no le era exigible su implementación a través de su página web por la que no realizaba transacciones comerciales.
35	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Easy Taxi Perú S.A.C.	699-2018/CC2	No se acreditó obligación de contar con Libro de Reclamaciones a través de su página web por lo que no realizaba transacciones comerciales. Además, con respecto a otro extremo, se declaró infundado por el principio <i>non bis in idem</i>
36	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Taxi Seguro S.A.	859-2018/CC2	No se acreditó obligación de contar con Libro de Reclamaciones en su web pues no realizaba transacciones comerciales.
37	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Cavivar Taxi Vip Cars S.A.C.	267-2018/CC2	No se acreditó obligación de contar con Libro de Reclamaciones en su web pues no realizaba transacciones comerciales
38	Asociación Peruana de Defensa y Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - APDECU	Supermercados Peruanos S.P.S.A.	265-2018/CC2	El proveedor no infringió el deber de información sobre productos manufacturados, consignando sus ingredientes de conformidad con la Nomenclatura Internacional o Genérica INCI. Asimismo, no infringió el deber de idoneidad, al haber consignado en la etiqueta del producto la información respecto a los ingredientes, componentes y advertencias.
39	Asociación Peruana de Defensa y Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - APDECU	Hipermercados Tottus S.A	2692-2018/CC2	El proveedor no infringió el deber de información sobre productos manufacturados, consignando sus ingredientes, de conformidad con la Nomenclatura Internacional o Genérica INCI.

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
40	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Triathlon S.A.C.	553-2018/CC2	No se acreditó el desperfecto alegado por IDOM con relación al hecho materia de la denuncia.
41	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Viettel Perú S.A.C.	118-2018/CC2	No se acreditó obligación de contar con Libro de Reclamaciones en su web pues no realizaba transacciones comerciales.
42	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Dh Empresas Perú S.A.	288-2018/CC2	No se acreditó obligación de contar con Libro de Reclamaciones en su web pues no realizaba transacciones comerciales.
43	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Monclaud S.R.L.	812-2018/CC2	No se acreditó que la empresa brindaba la posibilidad de adquirir los productos ofertados en su página web no siéndole exigible la obligación legal de contar con un Libro de Reclamaciones Virtual y el aviso correspondiente.
44	Asociación Atenea	Lan Perú S.A.	337-2018/CC2	El extremo infundado se debió a la falta de legitimidad para obrar pasiva (el proveedor denunciado tenía otra razón social).
45	Asociación Atenea	Lan Perú S.A.	2249-2018/CC2	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
46	Asociación Proconsumidores del Perú	Supermercados Peruanos S.P.S.A.	15-2018/CC2	La presunta infracción, al artículo 38° de la Ley 29571, fue declarada infundada en tanto de los medios probatorios obrantes en el expediente quedó acreditado que el trato diferenciado denunciado se encontró justificado
47	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC	Snacks América Latina S.R.L.	2937-2018/CC2	Debido a la falta de legitimidad para obrar pasiva la denuncia interpuesta en contra de Pepsi Cola por presunta infracción al artículo 37 en tanto no era el que importa, fabrica o comercializa el producto "Cheetos Horneado" materia de denuncia.



#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
48	Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios - AADECC	Cencosud Retail Perú S.A.	1638-2018/CC2	Debido a que la empresa si contaba con el Libro de Reclamaciones en la página principal.
49	Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios - AADECC	Intradevco Industrial S.A.	2835-2018/CC2	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>
50	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC	Inveralta S.A.C.	1976-2018/CC2	Debido a que no se acreditó que el proveedor trabajó sin las condiciones de higiene.
51	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Playa Pepinos S.A.C	50-2018/CC2	No quedó acreditado que el proveedor denunciado haya contado con el libro de reclamaciones virtual ni el aviso de éste en su página web.
52	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Transmar Express SAC	41-2018/CC2	El proveedor denunciado no tenía la obligación de contar con el Libro de Reclamaciones ni el aviso de éste en su página web.
53	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Movil Tours S.A.	551-2018/CC2	Declarar improcedente por <i>non bis in idem</i> la denuncia.
54	Asociación Civil Más que Consumidores	Tai Loy S.A.	1838-2018/CC2	Debido a que la valoración de los medios probatorios no ha quedado acreditada que el proveedor denunciado hubiera puesto a disposición de los consumidores cartuchos de tinta que no serían originales.
55	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Banco Internacional Del Perú-Interbank	2169-2018/CC1	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi.</i>

Fuente: Indecopi. Acceso a Sistema de Consultas de Expedientes el día 10.08.2019.  
 En <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>

**Anexo 02: Expedientes de denuncias concluidas como improcedentes presentadas por asociaciones de consumidores en el año 2018**

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
1	Defensoría del Consumidor - ADEC	Omnilife Perú S.A.C.	1069-2018/CPC-INDECOPI-PIU	No se identificó que exista relación de consumo por tanto la venta del proveedor no fue realizado a consumidores finales
2	Defensoría del Consumidor - ADEC	Banco De Crédito Del Peru	182-2018/ CPC-INDECOPI-PIU	Por falta de legitimidad para obrar activa del denunciante.
3	Defensoría del Consumidor - ADEC	Caja Municipal De Ahorro Y Crédito De Paíta S.A.	181-2018/ CPC-INDECOPI-PIU	Por falta de legitimidad para obrar activa del denunciante.
4	Defensoría del Consumidor - ADEC	CMAC Piura S.A.C.	180-2018/ CPC-INDECOPI-PIU	Por falta de legitimidad para obrar activa del denunciante.
5	Defensoría del Consumidor - ADEC	Financiera Efectiva S.A.	179-2018/ CPC-INDECOPI-PIU	Por falta de legitimidad para obrar activa del denunciante.
6	Defensoría del Consumidor - ADEC	Tiendas Por Departamento Ripley S.A.	128-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
7	Defensoría del Consumidor - ADEC	Caja Rural De Ahorro Y Crédito Raíz S.A.A.	61-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
8	Defensoría del Consumidor - ADEC	Emp Reg De Serv Pub De Elect DI Norte SA	60-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
9	Defensoría del Consumidor - ADEC	Caja Municipal De Ahorro Y Crédito De Arequipa S.A.	59-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
10	Defensoría del Consumidor - ADEC	Entel Perú S.A.	58-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
11	Defensoría del Consumidor - ADEC	Empresa De Transportes Flores Hnos S.R.L.	57-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
12	Defensoría del Consumidor - ADEC	Crediscotia Financiera S.A.	56-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
13	Defensoría del Consumidor - ADEC	Caja Rural De Ahorro Y Crédito Los Andes S.A.	241-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
14	Defensoría del Consumidor - ADEC	Tiendas Peruanas S.A.	55-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
15	Defensoría del Consumidor - ADEC	Financiera Oh! S.A.	54-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
16	Defensoría del Consumidor - ADEC	Banco Ripley Perú S.A.	53-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
17	Defensoría del Consumidor - ADEC	Scotiabank Perú S.A.A.	52-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
18	Defensoría del Consumidor - ADEC	Banco De Crédito Del Peru S.A.	51-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
19	Defensoría del Consumidor - ADEC	Banco De La Nación	50-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
20	Defensoría del Consumidor - ADEC	Banco Gnb Perú S.A.	32-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
21	Defensoría del Consumidor - ADEC	Banco Internacional Del Perú S.A.A - Interbank	49-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
22	Defensoría del Consumidor - ADEC	Telefónica Del Perú S.A.A	6-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
23	Defensoría del Consumidor - ADEC	Inmobiliaria Delfi S.A.C.	48-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
24	Defensoría del Consumidor - ADEC	Transportes Cruz Del Sur S.A.C.	47-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
25	Defensoría del Consumidor - ADEC	Empresa De Transportes Chiclayo S.A.	31-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
26	Defensoría del Consumidor - ADEC	Coronel Neira Vanessa Jacqueline	29-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
27	Defensoría del Consumidor - ADEC	Gloria Plaza Hotel & Casino S.A.C.	5-2018/CPC-INDECOPI-LAM	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
28	Asociación Centro de Protección al Consumidor	Banco Ripley Perú S.A.	691-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
29	Defensoría del Consumidor - ADEC	Omnilife Perú S.A.C.	704-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
30	Defensoría del Consumidor - ADEC	Glmar SAC	707-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
31	Defensoría del Consumidor - ADEC	Glmar SAC	707-2018/CPC-INDECOPI-LAM	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
32	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash-ACUREA	Escuela De Conductores Integrales Mundo Car E.I.R.L.	218-2018/CPC-INDECOPI-LAL	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
33	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash-ACUREA	Piloto Móvil S.R.L.	219-2018/CPC-INDECOPI-LAL	El hecho cuestionado por la denunciante no es competencia del Indecopi sino del Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS).
34	Asociación Tempus Jus – Tiempo de justicia ATEJUS	Empresa De Transportes Nuevo Cortijo S.A.	435-2018	Por falta de legitimidad para obrar activa del denunciante.
35	Asociación Peruana de Defensa y Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - APDECU	A&C Inversiones SAC	29-2018/CPC-INDECOPI-JUN	La conducta infractora denunciada fue subsanada antes de la notificación que imputó cargos.

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
36	Asociación Defensoría del Consumidor y Usuarios– A.D.D.C. Y U.	Empresa De Transportes Flores Hnos S.R.L.	64-2018/CPC-INDECOPI-ICA	La denuncia no acredita la existencia de una afectación de intereses colectivos o difusos por parte de la empresa denunciada.
37	Protección de los Derechos de los Consumidores y Usuarios - PDCYU	Soyuz S A	377-2018/CPC-INDECOPI-ICA	La denuncia no acredita la existencia de una afectación como consecuencia de cláusulas contenidas en los boletos.
38	Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios - AADECC	Panamericana Televisión S A	667-2018/CPC-INDECOPI-CUS	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
39	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Pepes Chicken Sociedad Anonima Cerrada - Pepes Chicken S.A.C.	479-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
40	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Talavera De Flores Sofia	493-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
41	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Empresa De Transportes Del Carpio Srl	402-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
42	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Empresa De Transportes Rey Latino Eirl.	405-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
43	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	C.E.P. Sagrado Corazón	308-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
44	Asociación de Protección al Consumidor del Perú - APAC-PERÚ	Apc University Arequipa S.A.C.	329-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
45	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Neomundo International S.A.C.	303-2018/CPC-INDECOPI-AQP	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
46	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash- ACUREA	Universidad Nacional Del Santa	123-2018/CPC- INDECOPI-LAL	La conducta infractora denunciada fue subsanada antes de la notificación que imputó cargos.
47	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Chincha - ASCUCH	Expreso Molina Union S.A.C.	199-2018/CC2	Por la configuración del principio <i>Non bis In Ídem</i> en tanto ya existe una denuncia anterior.
48	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Chincha - ASCUCH	Transportes Molina Peru S.A.C	578-2018/CC2	Proveedor con distinta personería jurídica
49	Asociación Internacional de Consumidores y Usuarios de Seguros - AINCUS	Emp. De Trans. Flores Hnos. Srl.	197-2018/CC2	Por la configuración del principio <i>Non bis In Ídem</i> en tanto ya existe una denuncia anterior.
50	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Linea Amarilla S.A.C.	2971-2018/CC2	Improcedencia por falta de competencia.
51	Asociación de Defensa de los Intereses de Usuarios y Consumidores - ASDIUC	Yhk Corporation Sac	2122-2018/CC2	<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
52	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Uber Peru S.A.	700-2018/CC2	Debido a que el proveedor denunciado no tiene la obligación de tener un Libro de Reclamaciones.
53	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Viva Airlines Peru S.A.C		<i>No se dispuso de resolución en Web Indecopi</i>
54	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash- ACUREA	Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote	1879-2018/CC2	Falta de competencia de la Comisión.

#	Asociación	Denunciado	Nº de resolución final	Razón de forma de conclusión
55	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Comercial Mont S.A.C.	1564-2018/CC2	La conducta infractora fue subsanada antes de la notificación de imputación de cargos.
56	Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios - AADECC	Guvery Latam S.A.C.	2001-2018/CC2	Debido a <i>por non bis in idem</i> .
57	Asociación Peruana para la Defensa del Consumidor y Usuario - APEDECU	Unión Pak Del Perú S.A.	2388-2018/CC2	Falta de competencia de la Comisión. La competencia era de la SUNAT.
58	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	G W Yichang & Cia S.A.	416-2018/CC2	Existe una denuncia en trámite cuyo inicio se produjo por propia iniciativa de la Comisión de Protección al Consumidor N° 3.
59	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Seafood Peru S.A.C.	417-2018/CC2	Existe una denuncia en trámite cuyo inicio se produjo por propia iniciativa de la Comisión de Protección al Consumidor N° 3.
60	Asociación Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - IDOM	Meridian Fishing S.A.C.	418-2018/CC2	Existe una denuncia en trámite cuyo inicio se produjo por propia iniciativa de la Comisión de Protección al Consumidor N° 3.
61	Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios - AADECC	Banco Internacional Del Perú S.A.A.- Interbank	1267-2018/CC1	La Comisión verificó que carece de competencia para emitir un pronunciamiento sobre el fondo de la controversia.
62	Asociación Peruana para la Defensa del Consumidor y Usuario - APEDECU	CMAC - Huancayo S.A.	969-2018/CC1	La Comisión carece de competencia para conocer dicho tipo de controversia, ya que por mandato legal dicha controversia corresponde ser cuestionada en la vía judicial.

Fuente: Indecopi. Acceso a Sistema de Consultas de Expedientes el día 10.08.2019.

En <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/proteccion-consumidor.seam>