

# **CCL: Proyecto aprobado por Congreso sobre llamadas «spam» restringe libertad de consumidores y genera desempleo**

No puede negarse la incomodidad que genera en la población el recibir de manera constante llamadas telefónicas no solicitadas o “spam” de las empresas, con el fin de promover sus productos o servicios; sin embargo, buscar la prohibición de esta actividad, como pretende hacerlo el Congreso de la República con la aprobación de la modificatoria del artículo 58 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley 29571, no solo perjudicará a las compañías y a los trabajadores sino también a los consumidores en general.

En noviembre del 2022, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) hizo llegar su opinión a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República sobre la modificación del artículo 58 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, considerando inconveniente que se establezca una limitación a los proveedores de bienes y servicios a tomar contacto con los consumidores, ya sea en forma presencial o a través de medios telefónicos o virtuales, en un determinado rango de horas, aun cuando -conforme a lo establecido en el propio Código de Consumo- se cuente con el consentimiento expreso o autorización correspondiente.

La posición gremial es que se debe tomar en cuenta que la

actual regulación prevista en el Código de Consumo parte de la premisa que es el consumidor quien autoriza o consiente la realización de las prácticas detalladas en la propuesta normativa, teniendo además el derecho de revocar dicha autorización o solicitar el cese de tales actividades de considerarlas persistentes e impertinentes”, se explicó desde la CCL.

En tal sentido, el gremio empresarial considera que la propuesta legislativa afectaría el libre desarrollo de las operaciones que realizan las empresas que, se ejecutan en el rango de horas que se pretende limitar (entre las 8 p.m. hasta las 7 a.m. del día siguiente, los sábados, domingos y feriados), solo por tratarse de un horario ajeno a la jornada tradicional de trabajo.

La propuesta se afecta el derecho de los consumidores que libremente autorizan ser contactados en el referido horario, donde es posible trasladar con mayor éxito el mensaje dirigido al consumidor.

La CCL coincide en la necesidad que, a fin de no ver mermado el derecho de todo consumidor a ejercer su libertad de elección, se prohíban aquellas prácticas comerciales que conlleven acoso, coacción, influencia indebida o dolo en sus diversas modalidades.

“Todo ello está previsto y debidamente desarrollado en el actual Código de Consumo, a través de los supuestos previstos en el citado artículo 58.1”.

El documento remitido por la CCL al Congreso de la República, en setiembre del 2022, se expresó también en posición contraria a la referida modificación de la ley.

El gremio empresarial señaló su desacuerdo con la iniciativa legislativa, por cuanto implicaría además una grave vulneración del derecho constitucional a la libertad de empresa, bajo una supuesta protección del derecho a la privacidad, paz y tranquilidad de los ciudadanos.

“En ese sentido, lo propuesto por el Proyecto de Ley estaría afectando de manera desproporcionada, la libertad de organización de las empresas, en relación a sus actividades de promoción y publicidad”.

Remarcó que pretender que sea el consumidor quien tome la iniciativa de contacto para dar su consentimiento y proporcionar sus datos para recibir información sobre los productos o servicios, no solo restringe la propia actuación, desenvolvimiento y desarrollo de cualquier empresa, sino que además desconoce la dinámica del mercado, que está actualmente definido por un alto grado de comunicaciones utilizando las diversas tecnologías disponibles.

“En la práctica, la propuesta significaría que se exija a las compañías proveedoras el permanecer inactivas en lo relacionado con la promoción de sus bienes y servicios. Adicionalmente afecta las actividades de empresas que se dedican al servicio de contact center o similares, con el consecuente costo social que ello implica”.

En la práctica actual, se permite un primer contacto con el consumidor para lograr su consentimiento, sumado a su derecho de solicitar ser excluido de los envíos de publicidad no deseados, lo que garantiza adecuadamente la protección de la tranquilidad del consumidor.

En ese sentido, la CCL considera que el Ejecutivo debe observar la Autógrafa y sugerir una más razonable que no afecte la economía y el empleo, tales exigiendo a Indecopi realizar una mayor difusión del derecho que asiste a los consumidores, reactivar el registro “Gracias, No insista”, eliminar las llamadas masivas robotizadas y obligar que aparezca en el celular del destinatario el nombre de la empresa a nombre de la cual se realiza la llamada, de tal manera que el consumidor decida si la acepta o no”.

## **Generación de empleo**

Por su parte, Yolanda Torriani, Presidenta de la Coalición Peruana de Exportadores de Servicios y el vicepresidente del Gremio de Servicios consideran que los Centros de Contactos en el Perú son una industria desarrollada en los últimos 20 años, que da empleo a más de 70,000 personas, y que actualmente se encuentra integrada a cadenas de comercio y exportación de servicios a países de la región, EEUU y Europa.

Explicó que su solidez para exportar estos servicios se basa en la experiencia y fortaleza de sus operaciones en el mercado local.

“Por ello al restringir a través de una Ley, sus operaciones

en el mercado local, sin ofrecer alternativas que concilien la necesidad de las empresas de promocionar sus productos, con el derecho de los consumidores a no ser perturbados, se afectará también su consolidación en la exportación de estos servicios”.