

Derechos de los consumidores de bienes y servicios

En el presente informe le recordamos los derechos básicos que el Código de Consumo – Ley 29571 (02.09.2010) concede a las personas naturales que adquieren bienes o servicios y, excepcionalmente, también protege a las asociaciones sin fines de lucro y a las microempresas, solo respecto de los bienes y servicios que adquieren para su uso o consumo, ajeno a su actividad empresarial.

El Código de Consumo fue aprobado al amparo del Art. 65 de la Constitución que establece: **“El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios.** Para tal efecto, garantiza el derecho a la información sobre bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”.

A continuación, puntualizamos a quiénes protege el Código de Consumo, los principios aplicables en las relaciones de consumo, los derechos de los consumidores y la información que deben proporcionar los proveedores a sus clientes, cuyo incumplimiento es sancionado por el Indecopi a través de la Comisión de Defensa y Protección a los Consumidores.



El protesto y la mora de títulos valores



Pablo Ramírez: “Urge un Registro Nacional de Vacunación con tecnología blockchain”



Gastronomía peruana se recuperará a finales del 2022

Ámbito de aplicación.- Las disposiciones del Código se aplican a las relaciones de consumo celebradas en el país o que tengan efectos en el país, inclusive en operaciones gratuitas con fin comercial. Protege al consumidor desde la etapa preliminar a la relación de consumo (Título Preliminar II).

Consumidores.- Se consideran como tales a las personas naturales y jurídicas (asociaciones sin fines de lucro y microempresas), actuando en ámbito ajeno a su actividad empresarial/profesional (Título Preliminar IV).

Pro consumidor.- En casos de duda insalvable sobre el sentido de las normas , contratos de adhesión y cláusulas generales de contratación, estas se interpretan en sentido más favorable al consumidor (Título Preliminar V).

Derechos irrenunciables.- Los derechos de los consumidores reconocidos en el código son irrenunciables, es nulo todo pacto en contrario (Art. 1.3).

Proveedores.- Son las personas naturales o jurídicas que fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran o prestan servicios empresariales, profesionales o técnicos. Comprende a distribuidores o comerciantes, productores o fabricantes ,

importadores y prestadores de servicios que generan rentas de 3era o 4ta categoría (Art. IV).

Derechos de los consumidores

- Acceder a información oportuna, suficiente, veraz y accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses.
- A la protección ante riesgos contra la vida y la salud de los clientes.
- Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminado, según la Constitución, (salvo casos objetivos, razonables).
- Derecho al pago anticipado (prepago) de los saldos en toda operación de crédito, con reducción de los intereses compensatorios generados hasta el día de pago parcial o total.
- Protección contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos que el código establece.
- Derecho a la reparación, reposición del producto y a la devolución del dinero pagado.
- Derecho a la indemnización por daños y perjuicios (Acción Judicial).
- Derecho de asociación para el reclamo individual o colectivo ante los proveedores.
- Derecho a la imputación de pagos (bancos). Los pagos parciales se imputan a los intereses, gastos, capital, en ese orden.
- Derecho al redondeo de precios a favor del consumidor, entre otros.
- Es nula la renuncia a los derechos que establece el Código de Consumo, siendo nulo todo pacto en contrario (Art. 1°).

Información al cliente

Información general.- La información al cliente debe ser veraz, suficiente, apropiada, oportuna y de fácil comprensión por parte del consumidor de bienes o usuario del servicio. (Art. 2º)

Se prohíbe omitir información sobre la naturaleza, origen, componentes, usos, medidas, precios, etc., que induzca a error al consumidor. (Art. 3º)

Precios.- Los precios de los productos deberán exhibirse en lugar fácilmente accesible a los consumidores. (Art. 5º)

Restaurantes y hoteles.- Deberán colocar su lista de precios en el exterior. Se prohíbe cobros adicionales, salvo el recargo al consumo para mozos, previa información al cliente. (Art. 5º)

Moneda extranjera.- Los precios en moneda extranjera deberán exhibirse también en soles. En este caso, el consumidor elige si paga en moneda extranjera o al tipo de cambio vigente en soles. (Art. 6º)

Medio de pago.- La diferencia de precios en función del medio de pago deberá consignarse visible y fácilmente accesible al cliente. (Art. 7 º)

Productos importados.- Deberán consignar información en castellano: ingredientes, componentes, garantías, advertencias. (Art. 8º)

Productos sin repuestos.- Los productos con limitación de partes, accesorios o mantenimiento se informarán a consumidores. (Art. 9º)

Productos usados.- Deberá informarse sobre la condición de productos usados, remanufacturados o con deficiencias. (Art. 11º)

Condición de publicidad.- En las ofertas se consignará la cantidad mínima de unidades disponibles y duración de la oferta. (Art. 14º).

Sorteos, canjes o concursos.- En estos casos se aplican las normas aprobadas por el Ministerio del Interior. (Art. 15º)

Idoneidad.- Se define que el producto o servicio es idóneo, cuando existe correspondencia entre lo ofrecido y lo efectivamente recibido. (Art. 18º)

Producto “garantizado”.- Cuando se consigne en la publicidad/etiqueta que el producto es garantizado, se deberá informar sus alcances, duración y condiciones. (Art. 22º)

Atención de reclamos.- Los proveedores están obligados a atender los reclamos que presentan los consumidores y los usuarios de servicios, y a dar respuesta a los mismos, en un plazo no mayor a 30 días calendario. (Art. 24º)

Consumidor diligente.- En la información de riesgo a los consumidores debe “emplearse un lenguaje accesible por un consumidor que actúa con diligencia ordinaria, según las diferencias del caso”. (Art. 29º)