



Boletín de la Sala de Defensa de la Competencia Nº 2

VOCALES

Camilo N. Carrillo Gómez
Presidente

Francisco Mujica Serelle
Oscar Arrús Olivera
Hernando Montoya Alberti
Miguel Quirós García

SECRETARIA TÉCNICA

Liliana Cerrón Baldeón

EQUIPO DE REDACCIÓN

Karina Tafur Asenjo
Coordinadora General

Sabrina Nole Jiménez
Francisco Mendoza Choza
Angela Sevilla Valdivia
Cecilia Sánchez Fonseca
Richard Díaz Chuquiruna
Rodrigo Delgado Capcha
Leoni Amaya Ayala
Katia Peñaloza Vassallo
Anahí Chávez Ruesta
José Mendoza Antezana
Gustavo Rodríguez García

Sala de Defensa de la Competencia No. 2

Instituto Nacional de Defensa de la
Competencia y de la Protección de la
Propiedad Intelectual

Calle de la Prosa 138, San Borja
Lima - Perú
Teléfono: (51-1) 224-7800
Anexo: 1501
www.indecopi.gob.pe

A nuestros lectores: La presente publicación tiene una periodicidad bimestral, los interesados en suscribirse al *mailing list* pueden inscribirse gratuitamente escribiéndonos a ktafur@indecopi.gob.pe

ARTÍCULO DE OPINIÓN

Economista (PUCP), Master en Economía por ILADES/Georgetown University. Ha sido Gerente de Estudios Económicos del INDECOPI, Gerente de Regulación del OSITRAN, Secretario Técnico del FITEL y Viceministro de Comunicaciones. Docente de la Maestría de Regulación en Servicios Públicos de la PUCP, de la Maestría en Regulación de la UPC y de la Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo en ESAN. Actualmente, se desempeña como Director de la Escuela de la Competencia y la Propiedad Intelectual del INDECOPI.



Autor: M.D. Gonzalo Ruiz Díaz

Los contratos por adhesión en las relaciones de consumo

Los contratos por adhesión, es decir aquellos mediante los cuales un consumidor se pliega a las estipulaciones y condiciones previamente establecidas por un proveedor de bienes y servicios, sin la posibilidad de participar en su elaboración; constituyen actualmente una modalidad de contratación bastante difundida. Es utilizada tanto en mercados de servicios públicos (como agua, luz, teléfono) como en el caso de servicios que se prestan en competencia (tales como los seguros o los servicios bancarios). En todos los casos, el elemento común es que mediante este mecanismo contractual, el proveedor contrata de manera masiva con un gran número de usuarios.

La teoría económica nos indica que las empresas buscan constantemente reducir los llamados “costos de transacción”¹, los mismos que, entre otros, incluyen los costos de negociar y firmar contratos en el mercado. En ese sentido, los contratos por adhesión suelen considerarse como un mecanismo utilizado por las empresas para reducir los costos de negociar, contratar y monitorear el cumplimiento de los contratos, uniformizando cláusulas y términos contractuales; y, a través de ello, desarrollar “economías de escala” en el proceso de contratación. En tal sentido, en principio, los contratos por adhesión, tienen un efecto económico positivo.

Miembros de la Secretaría Técnica: Leoni Amaya, Norca Andía, Diana Cano-Alva, Susan Castro, Liliana Cerrón, Anahí Chavez, Lucy Chiong, Maria del Carmen Correa, Vania Cruz, Jane de los Rios, Rodrigo Delgado, Richard Díaz, Jesús Espinoza, Andrea Fernandez, Tricia García, Cinthya Gavidia, Germán Guzmán, Sonali Llica, José Mariño, Francisco Mendoza, José Mendoza, Delia Morales, Cesar Neyra, Sabrina Nole, Jackeline Pacheco, Katia Peñaloza, Giovanna Piskulich, Guillermo Quispe, Margoth Rímac, Gustavo Rodríguez, Ernesto Salazar, Cecilia Sánchez Fonseca, Angela Sevilla, Karina Tafur, Liliana Tamayo, Verónica Vergaray y Junior Zaidman.

Además, en términos generales, se suele considerar que en un mundo con condiciones de competencia efectiva y ausencia de problemas de información asimétrica, racionalidad acotada y oportunismo post contractual, cualquier intento de los proveedores de incluir términos contractuales más onerosos (o “abusivos”) para los usuarios, puede implicar una reducción en el número de clientes y, por tanto, en sus beneficios. Es decir, tendría un efecto equivalente al de un incremento en precios y, por tanto, un mercado eficiente podría regularlos de manera adecuada.

¿Por qué entonces deberíamos preocuparnos por monitorear o fiscalizar las prácticas contractuales que se dan a través de los contratos de adhesión? ¿Qué motivos justifican la intervención del Estado en estos casos?

El punto es que, en la vida real, los supuestos arriba mencionados (ausencia de competencia efectiva, racionalidad perfecta, ausencia de información asimétrica y oportunismo post contractual), no reflejan adecuadamente el funcionamiento de los mercados. Los consumidores individuales por lo general enfrentan limitaciones en su capacidad de procesamiento de información (supuesto de racionalidad acotada). Eso no implica que éstos sean “tontos” o que no debemos incentivar un comportamiento más racional, sino que, en los hechos su capacidad de evaluar y comparar cláusulas se reduce a medida que añadimos mayores volúmenes de información en los contratos, como sugiere la Teoría del Behavioral Economics (Jones², Simon³). Si a ello le añadimos asimetría de información, respecto a los términos técnicos o legales incorporados en los contratos o su interpretación, y la tendencia natural de las empresas al comportamiento oportunista; el resultado será que las elecciones de los consumidores puedan no constituirse en una guía para la adopción de decisiones eficientes por parte de las empresas. No resulta válido equiparar en este caso, un incremento en los precios de un servicio, con añadir una cláusula adicional al contrato con letra pequeña y redacción ambigua: la capacidad de los consumidores de detectar y evaluar uno u otro fenómeno puede diferir de manera importante.

Adicionalmente, la competencia limitada, reduce el efecto disciplinador que puede tener el mercado en la redacción de cláusulas más onerosas o “abusivas” para el consumidor. Este fenómeno se exagera cuando no hay competidores en el mercado. Sin competencia, el consumidor está a merced de un comportamiento monopólico, que se puede traducir no sólo en precios

elevados sino en cláusulas excesivamente onerosas. Es por ello, que en el caso de industrias con características de monopolio natural, la regulación económica debe ser complementada por una regulación contractual: de lo contrario, el monopolio buscará recuperar a través de mecanismos contractuales, las rentas no percibidas como efecto de la regulación de tarifas.

¿Qué rol le compete al Estado en estos casos? En primer término, la intervención del Estado debe partir siempre de la base de una evaluación costo beneficio. Son indudables los efectos positivos que ejerce el Estado, a través de su rol promotor, reduciendo la asimetría de información: por ejemplo, publicando las tasas de interés efectivas implícitas en los contratos de crédito. No obstante, también el Estado puede brindar señales claras al mercado, sancionando *ex post* a empresas que utilizan cláusulas abiertamente ilegales o que transgreden las normas de protección al consumidor, orientando de esa manera comportamientos y decisiones más eficientes por parte de las empresas.

Finalmente, en el caso de industrias con características de monopolio natural, la regulación *ex ante* de las cláusulas resulta importante, toda vez que no existen sustitutos de los bienes o servicios que brindan y, mediante prácticas contractuales se puede intentar recuperar las rentas perdidas por efecto de la regulación tarifaria impuesta por el regulador.

1. Coase, Ronald (1937) “The Nature of the Firm”, *Economica*, Nov., pp 386-405
2. Jones, Bryan (1999) *Bounded Rationality*, Annual Review of Political Science, Set. 2: 297-321, <http://www.princeton.edu/~smeunier/JonesBounded1.pdf>
3. Simon, Herbert. “A Behavioral Model of Rational Choice”, *Quarterly Journal of Economics*, 1955, 69(1), pp. 99-118.

COMENTARIOS DE RESOLUCIONES DE LA SALA

Resolución 0424-2010/SC2-INDECOPI

26 de febrero de 2010

Asistente: Cecilia Sánchez Fonseca

Competencia del Indecopi para sancionar a los grifos que incumplan con el deber de colocar en paneles visibles y luminosos los precios por galón de los combustibles que expenden a los consumidores.

En virtud de la inspección realizada el 13 de octubre de 2008, la Sala sancionó a Grifos Mori E.I.R.L. con una multa de 2,50 UIT en tanto se verificó que los precios que dicha empresa consignaba en sus paneles no

coincidían con los señalados en los surtidores de combustible. Asimismo, en dicho pronunciamiento se determinó la competencia de la Comisión de Protección al Consumidor para sancionar a aquellas empresas que no cumplan con su deber de colocar en paneles visibles y luminosos, los precios por galón de los combustibles que expenden a los consumidores.

Al respecto, el Decreto Supremo 030-98-EM - Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros Productos Derivados de los Hidrocarburos-, estableció expresamente que la Comisión de Protección al Consumidor era el ente competente para verificar que los establecimientos de venta al público de combustibles cumplan con colocar en paneles visibles y luminosos los precios de los productos que comercializaban. Sin embargo, con posterioridad a dicha norma, se publicó el Decreto Supremo 043-2005-EM, que dispuso que los agentes de la cadena de comercialización de combustibles debían proporcionar a Osinergmin la lista de precios de combustibles vigentes y publicarla en los medios que utilizan para comercializar sus productos, así como en lugares visibles para los consumidores.

Dicha norma, a diferencia del Decreto Supremo 030-98-EM, no hace referencia expresa a un elemento de publicidad exterior en particular, como sí lo hace el Decreto Supremo 030-98-EM, que alude expresamente a “paneles visibles y luminosos”. Conforme a ello, se desprende que subsiste la competencia del INDECOPI para fiscalizar el cumplimiento de esta última obligación, en tanto el Decreto Supremo 043-2005-EM comprende los demás mecanismos por medio de los cuales los grifos deberán publicar su lista de precios en forma visible para los consumidores; siendo que además, Osinergmin no ha establecido sanción alguna para aquellos establecimientos que no cumplieren con colocar en los paneles luminosos las listas vigentes de los precios de los productos que expenden a los consumidores.

Cabe resaltar que tal posición ha sido confirmada mediante Oficio 083-2010-OS/GL por el propio Osinergmin, entidad que ha señalado que su competencia para verificar la publicación de listas de precios en lugares visibles será ejercida en todo aquello que no colisione con las competencias que en este aspecto han sido designadas expresamente al INDECOPI, concluyendo que carece de competencia para pronunciarse sobre la obligación legal de los establecimientos de venta al público de combustibles de colocar en paneles visibles y luminosos los precios de los combustibles que expenden al público

consumidor.

En consecuencia, queda claro que el Indecopi, a través de la Comisión de Protección al Consumidor, resulta competente para verificar que los establecimientos de venta al público de combustibles, cumplan con colocar en paneles visibles y luminosos -que cuenten con determinadas características- los precios por galón de los combustibles que expendan a los consumidores, quedando dicha obligación enmarcada en el deber de información al que se encuentran sujetos los prestadores de servicios, recogido en los artículos 5º literal b) y 15º del Decreto Legislativo 716 -Ley de Protección al Consumidor-.

[Resolución 0772-2010/SC2-INDECOPI](#)

19 de abril del 2010

Asistente: Richard Díaz Chuquiruna

Deberes de los proveedores en las operaciones comerciales en las que se concede crédito a los consumidores.

La Sala sancionó a Rena Ware del Perú S.A.C. con una multa de 10 UIT, por haber requerido el pago de una deuda (por la adquisición de determinados productos) en virtud de un crédito pagadero en dieciocho cuotas mensuales que no resultaba exigible a una consumidora en tanto no había quedado acreditado durante el procedimiento que ésta hubiera pactado dicha modalidad de pago.

En la resolución bajo comentario, la Sala señaló que cuando se celebra un contrato mediante el cual se otorga un crédito al consumidor, los documentos que lo contienen deben redactarse de modo tal que la manifestación de voluntad del usuario se desprenda de manera clara e indubitable o, en todo caso, que se implementen mecanismos alternativos que permitan a las partes dejar constancia de su voluntad.

En esa línea, se determinó que el proveedor que otorga financiamiento a sus clientes por la adquisición de los productos o servicios que oferta en el mercado, debe tener la diligencia de elaborar los documentos que contendrán tales acuerdos de la manera más clara posible, a efectos de poder emplearlos como medios probatorios para acreditar el consentimiento de sus clientes.

Finalmente, la Sala señaló que, siendo uno de los

A mayo del 2010 la Sala de Defensa de la Competencia Nº 2 expidió un total de 1181 resoluciones.

parámetros para determinar la idoneidad de un producto o servicio el cumplimiento de las condiciones mínimas establecidas por el ordenamiento jurídico para su comercialización en el mercado (garantía legal), se esperaba que en toda operación comercial en la que se concede crédito al consumidor el proveedor cumpla con las formalidades y requisitos previstos legalmente para dichas operaciones, tales como la obligación de proporcionar al consumidor una hoja resumen en las operaciones de crédito, establecida en el artículo 24º del Decreto Legislativo 716 -Ley de Protección al Consumidor-.

[Resolución 0779-2010/SC2-INDECOPI](#)

21 de abril del 2010

Asistente: Rodrigo Delgado Capcha

Los menores de edad tienen derecho a indemnización por incapacidad temporal del SOAT y CAT.

Este pronunciamiento revocó la resolución de primera instancia que declaró infundada la denuncia de la señora Ana Florinda Révolo Porras en contra de la Asociación Fondo contra Accidentes de Tránsito de la Región Junín, por negarse a pagar la indemnización por incapacidad temporal que correspondía a la hija de la denunciante, derivada del Certificado de Accidentes de Tránsito (CAT) que mantenía el vehículo causante del accidente de tránsito.

La Sala, a diferencia de la Comisión de Protección al Consumidor - Sede Lima Sur, consideró que la documentación adjuntada por la denunciante para sustentar su solicitud de cobertura, resultaba suficiente para acreditar la incapacidad temporal de la menor y, de cualquier modo, la denunciada no había cuestionado dichos documentos ante el Instituto Nacional de Rehabilitación conforme al procedimiento legalmente previsto. Por ello, concluyó que la negativa de la denunciada a otorgar la indemnización solicitada resultaba injustificada.

A propósito de este fallo, la Sala precisó que el Seguro Obligatorio contra Accidentes de Tránsito (SOAT) es un seguro de carácter personal y no laboral, razón por la cual el pago de una indemnización por incapacidad temporal no responde a la pérdida de la capacidad laboral sino a la imposibilidad de realizar las actividades regulares como consecuencia de un accidente de tránsito, sin distinción entre los beneficiarios por razones de edad o situación laboral al momento de ocurrido el siniestro. Dicho razonamiento se extiende a los CAT, que contienen condiciones semejantes o mayores coberturas que los

SOAT vigentes y se rigen supletoriamente por sus normas.

[Resolución 0808-2010/SC2-INDECOPI](#)

26 de abril de 2010

Asistente: Leoni Amaya Ayala

Métodos comerciales coercitivos: contratación no autorizada de seguros para protección de tarjetas de crédito.

En el procedimiento seguido de oficio contra Banco Ripley Perú S.A. y El Pacífico Peruano Suiza Compañía de Seguros y Reaseguros, la Sala decidió confirmar el pronunciamiento emitido por la primera instancia, que los halló responsables por haber afiliado indebidamente a un gran número de titulares de tarjetas de crédito Ripley, cargando en sus cuentas las correspondientes primas de seguros. Por ello, la Sala ha sancionado a cada denunciado con una multa de 95 UIT y les ha ordenado que revisen todos los reclamos referidos e éstos hechos que hubieran desestimado.

La Sala advirtió que Banco Ripley y El Pacífico habían organizado un deficiente sistema de afiliación a los seguros de tarjetas de crédito, que permitió afiliaciones fraudulentas o no autorizadas. Si bien, por un lado, este sistema fue mejorado con posterioridad al inicio del procedimiento de oficio, por otro lado, Banco Ripley y El Pacífico sólo dieron solución a una parte de los reclamos presentados. Asimismo, tal como lo reconocieron los denunciados en la etapa de investigación previa, se solucionaron los reclamos a favor de los consumidores porque se detectaron irregularidades en la afiliación.

Las irregularidades que determinaron afiliaciones fraudulentas o indebidas, se produjeron a través de la falsificación de firmas o el falseamiento de información, hechos cuya falta de verificación es atribuible al personal a cargo del Banco Ripley y El Pacífico. Si bien la Sala, no puede presumir que todos los reclamos fuesen procedentes, si considera que los denunciados tenían el deber de contar con un sistema seguro de afiliación, esto es con una organización y un equipo humano lo suficientemente preparado para evitar que se produzcan de manera masiva afiliaciones indebidas o no autorizadas. Lo señalado, obviamente ha ocasionado una reacción masiva de reclamos de los consumidores frente a obligaciones que nunca tuvieron la voluntad de asumir.

Finalmente, se revocó el extremo de la resolución de primera instancia mediante el cual se determinó que

SBS: EL SOAT Y EL CAT CUBREN LA INCAPACIDAD TEMPORAL DE LAS PERSONAS SIN ACTIVIDAD LABORAL, INCLUYENDO A LOS MENORES DE EDAD

Reafirmando el nuevo criterio adoptado por la Sala de Defensa de la Competencia Nº 2

En concordancia con el nuevo criterio adoptado por la Sala de Defensa de la Competencia Nº 2 en abril del 2010 (Resolución 0779-2010/SC2-INDECOPI), la SBS informó a la Secretaría Técnica sus conclusiones respecto a la procedencia de las indemnizaciones por Incapacidad Temporal a menores de edad, señalando que por tratarse de un seguro de carácter personal e inmediato no se requiere acreditar la condición laboral activa del beneficiario, sino tan sólo la incapacidad sufrida como consecuencia del accidente.

Banco Ripley y El Pacífico eran responsables por no suspender el cobro de los seguros de manera inmediata ante la interposición de los reclamos de sus clientes, al haberse verificado que no existe norma alguna que obligue a los denunciados a suspender el cobro de las primas o devolver los montos ya cobrados (vía extorno de la cuenta o en efectivo) en virtud a la sola interposición de un reclamo.

[Resoluciones 0811-2010/SC2-INDECOPI, 0812-2010/SC2-INDECOPI, 0813-2010/SC2-INDECOPI, 0814-2010/SC2-INDECOPI, 0815-2010/SC2-INDECOPI, 0816-2010/SC2-INDECOPI, 0817-2010/SC2-INDECOPI y 0818-2010/SC2-INDECOPI](#)

26 de abril del 2010

Asistente: Katia Peñaloza Vassallo

Las entidades financieras no pueden cerrar las cuentas bancarias sin expresión de causa.

En diversos procedimientos iniciados contra el Banco Continental, la Sala ratificó la competencia del Indecopi para conocer posibles infracciones a las normas de protección al consumidor ocurridas dentro de una relación contractual entre el consumidor y el proveedor, confirmando los pronunciamientos emitidos por la primera instancia, que declararon fundadas las denuncias de ocho consumidores por haber cerrado sus cuentas bancarias sin informales el motivo que dio lugar a dicha decisión.

La Sala señaló que, para el caso de las cuentas corrientes, las normas del sector bancario han establecido una garantía legal a favor de los consumidores, disponiendo que los bancos deben señalar en los contratos correspondientes las causales específicas y objetivas que los facultan a resolver unilateralmente los contratos de cuentas corrientes de sus clientes. Este desarrollo normativo guarda sintonía con el derecho de los consumidores a obtener información clara sobre los términos en los que son ejecutadas las prestaciones a cargo de los

proveedores, como las condiciones de cancelación de un servicio.

Asimismo, señaló que un consumidor razonable que contrata la apertura de una cuenta corriente en una entidad financiera, espera que en caso la mencionada institución decidiera cerrar su cuenta, lo hiciera invocando las causales expresamente pactadas en el respectivo contrato, siempre que éstas fuesen acordes con las normas legales vigentes. De lo contrario se trataría de una decisión arbitraria que podría estar encubriendo prácticas discriminatorias.

Para el caso de otros tipos de cuentas bancarias, la Sala analizó lo dispuesto por el artículo 1398º del Código Civil, que invalida aquellas estipulaciones que establezcan a favor de quien las ha redactado facultades de suspender la ejecución del contrato, de rescindirlo o de resolverlo. En aplicación de dicho artículo, indicó que las entidades financieras no pueden pactar en los contratos de adhesión, a favor de sí mismas, la facultad de resolución de un contrato sin expresión de causa y sin asumir responsabilidad alguna, aún cuando dichas cláusulas hayan sido aprobadas administrativamente. De lo contrario, se estarían atribuyendo una facultad exorbitante para deshacer la relación establecida con el consumidor, pese a que se obligaron frente a éste a brindar determinadas prestaciones.

Finalmente, mediante esta resolución se destacó que las entidades financieras (así como cualquier otro proveedor), constituyen establecimientos abiertos al público que ofrecen productos y servicios en el mercado en general. En consecuencia, se encuentran obligadas a brindar sus servicios a cualquier persona y no pueden limitar el acceso a éstos o, una vez entablada la relación de consumo, pretender concluirla unilateralmente, salvo que medie una causa que sustente dicha decisión, tal como el incumplimiento de las obligaciones contraídas, la insolvencia económica del cliente, entre otras

justificaciones que hubieran sido expresamente pactadas en el contrato.

Resolución 0918-2010/SC2-INDECOPI

3 de mayo del 2010

Asistente: Anahí Chávez Ruesta

Afectación al deber de idoneidad por publicidad confusa e imprecisa.

La Sala sancionó con una multa de 10 UIT a la empresa Koe de Perú S.A. por haber brindado información confusa a una consumidora, pretendiendo que asuma la adquisición de cierto material educativo, pese a que de los documentos obrantes en el expediente se desprende que se trataba de un curso de inglés, que incluía el servicio de enseñanza, monitorías gratuitas y material educativo.

La denunciante manifestó que contrató con Koe de Perú la prestación del servicio educativo siendo que al segundo mes de clases ya no pudo continuar asistiendo. Sin embargo, dicha empresa le informó que debía continuar pagando los montos mensuales acordados, puesto que correspondían únicamente al material educativo adquirido.

En la resolución bajo comentario, la Sala señaló que la información, como presupuesto necesario para la determinación de la idoneidad del servicio prestado (artículo 8º del Decreto Legislativo 716), debe ser precisa respecto de los términos ofrecidos, mediante la explicación clara y expresa de sus condiciones, a fin de asegurar que correspondan efectivamente al servicio a ser prestado. Asimismo, señaló que las condiciones informadas a los consumidores mediante la publicidad constituyen también parte de la información en función de la cual se determinará la idoneidad del servicio prestado al consumidor, en concordancia con lo señalado por el artículo 20º del Decreto Legislativo 716.

En atención a lo anterior, la Sala determinó que del análisis de la publicidad y demás información que se ofreció a la denunciante antes de la contratación, se desprende que se trataba de un curso de inglés, a cuyas clases debía asistir regularmente, y no sólo de la venta de material educativo, motivo por el que correspondía declarar fundada la denuncia y sancionar a Koe de Perú con una multa de 10 UIT.

Lo resuelto por la Sala permite garantizar que las condiciones opuestas a los consumidores correspondan a las claramente informadas,

fomentando que el proveedor entregue toda la información necesaria de manera expresa, clara y oportuna.

Resolución 0979-2010/SC2-INDECOPI

13 de mayo de 2010

Asistente: José Julio Mendoza Antezana

Retiros no reconocidos: medios de prueba.

La Sala revocó la resolución de primera instancia, que declaró fundada la denuncia de un consumidor y, reformándola, declaró infundada dicha denuncia, al considerar que el Banco de Crédito del Perú cumplió con acreditar que los retiros no reconocidos materia de denuncia fueron realizados con la tarjeta y clave secreta del denunciante.

Mediante esta resolución, la Sala ha desarrollado los alcances del deber de custodia que tienen las entidades financieras respecto a los fondos depositados, las medidas de seguridad mínimas exigibles para la autorización de retiros de efectivo por cajero automático y ventanilla, así como el deber de cuidado a cargo del propio consumidor respecto al empleo de su tarjeta de débito y clave secreta.

Adicionalmente, se ha señalado que las entidades financieras podrán acreditar la veracidad de los retiros efectuados a través de cajeros electrónicos mediante la presentación de los reportes que arroje el respectivo sistema electrónico operador (winchas auditoras, "print" de pantalla del sistema, reportes tándem y reportes en formato "txt"), siempre que no muestren información incongruente que les reste mérito como medios probatorios directos.

Finalmente, en el caso de los retiros realizados por ventanilla, la Sala señaló que podrá acreditarse su realización mediante la comprobación de la información contenida en el reporte diario electrónico, donde conste que dicha operación se realizó con la tarjeta y clave del titular de la cuenta.

Resolución 1029-2010/SC2-INDECOPI

19 de mayo del 2010

Asistente: Gustavo Rodríguez García

El contenido informativo de la publicidad como garantía explícita.

La Sala decidió confirmar el pronunciamiento emitido por la primera instancia, que declaró fundada la denuncia por incumplimiento de las condiciones

INDECOPI TIENE COMPETENCIA PARA SANCIONAR A LOS GRIFOS QUE NO CUMPLAN CON COLOCAR LOS PRECIOS DE COMBUSTIBLES EN PANELES VISIBLES Y LUMINOSOS

La Sala de Defensa de la Competencia Nº 2 confirmó resolución en ese sentido.

Teniendo en consideración la opinión legal emitida por el Osinergmin, respecto a que dicho organismo carece de facultades para verificar el cumplimiento de la obligación legal de los establecimientos de expendio de combustibles de publicar sus precios en paneles visibles y luminosos (establecida por Decreto Supremo 030-98-EM), la Sala de Defensa de la Competencia Nº 2 se pronunció en febrero del 2010 señalando que corresponde a Indecopi asumir dicha facultad, en el marco de una infracción al deber de información contenido en las normas de protección al consumidor.

ofrecidas en un volante que publicitaba un diplomado sobre el Nuevo Código Procesal Penal.

En el referido volante se ofrecía una certificación por 250 horas académicas y se anunciaba la presencia de determinados ponentes. La Sala, tomando en cuenta el deber de idoneidad y lo estipulado en el artículo 20º del Decreto Legislativo 716, reafirmó que el contenido de los anuncios publicitarios integra la relación obligacional, sin que ello desconozca el derecho de pactar cláusulas que limiten o precisen derechos y obligaciones en la configuración final del contrato. Asimismo, la Sala, reconociendo el carácter impersonal y masivo de la publicidad, estableció que no se requiere que el consumidor acredite que las condiciones publicitadas le fueron ofrecidas en su caso concreto, recayendo en el proveedor la carga de acreditar el ofrecimiento particular de una condición

distinta a la anunciada. Así, la resolución reconoce la finalidad informativa de la publicidad y sostiene que el contenido informativo de los anuncios, conforme a lo expuesto, opera a modo de garantía explícita general dado el carácter impersonal y masivo de la publicidad.

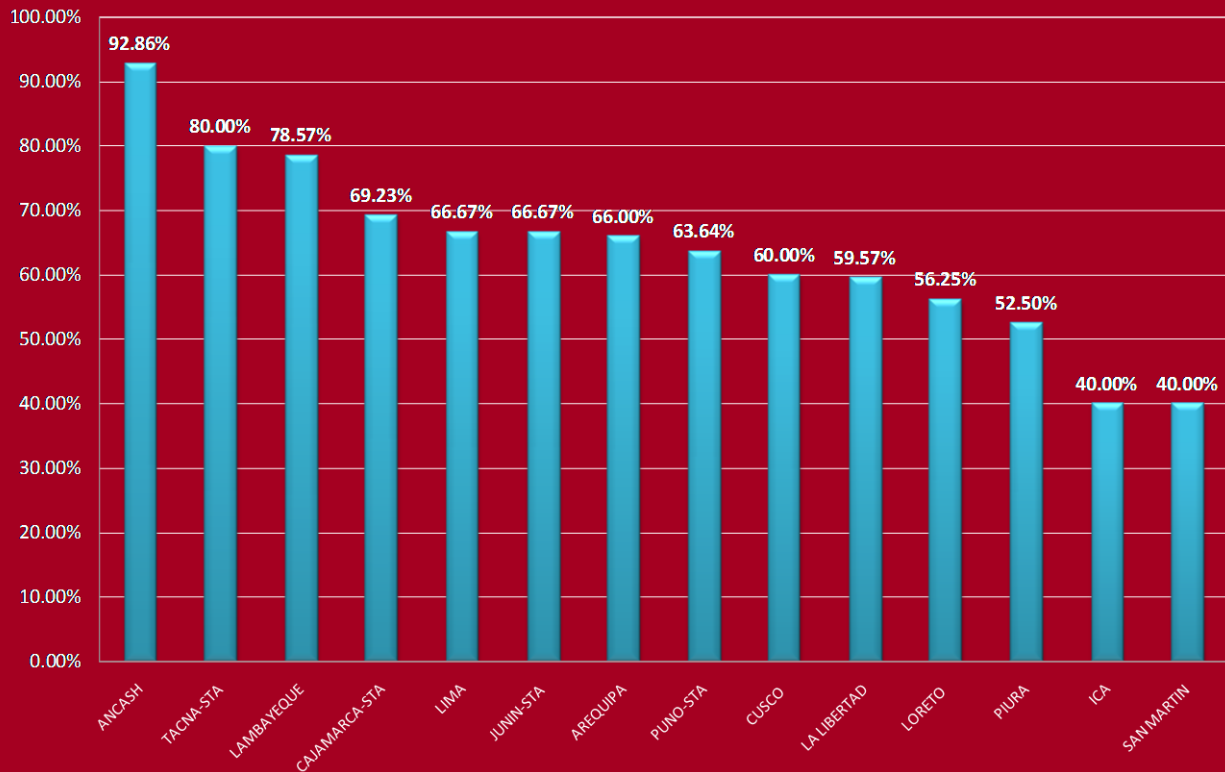
Por último, en el volante indicado se consignaba el signo de la "Universidad Nacional de Trujillo", quien alegó que no podía ser considerada responsable al carecer de la condición de proveedor, pues únicamente auspició el evento. Al respecto, la Sala sostuvo que quien autoriza o acepta la utilización de su signo distintivo en la publicidad de un evento, sin efectuar precisión alguna respecto a las condiciones de su participación en la organización del mismo, crea una apariencia susceptible de generar expectativas en los consumidores. En la medida que dicha expectativa resulta tutelable, quien sugiera determinada apariencia será responsable por ésta.



De izquierda a derecha: De pie, *primera fila:* Richard Díaz, Germán Guzmán, José Mendoza, César Neyra, José Mariño, Ernesto Salazar, Gustavo Rodríguez y Guillermo Quispe; De pie, *segunda fila:* Karina Tafur, Leoni Amaya, Rodrigo Delgado, Jane de los Rios, Anahí Chavez, Liliana Cerrón, Liliana Tamayo, Sabrina Nole, Giovanna Piskulich y Tricia García; Sentadas, *tercera fila:* Sonali Llica, Diana Cano-Alva, Margoth Rímac, Katia Peñaloza, Susan Castro, Cinthya Gavidia, Angela Sevilla, Maria del Carmen Correa, Vania Cruz y Cecilia Sánchez Fonseca.

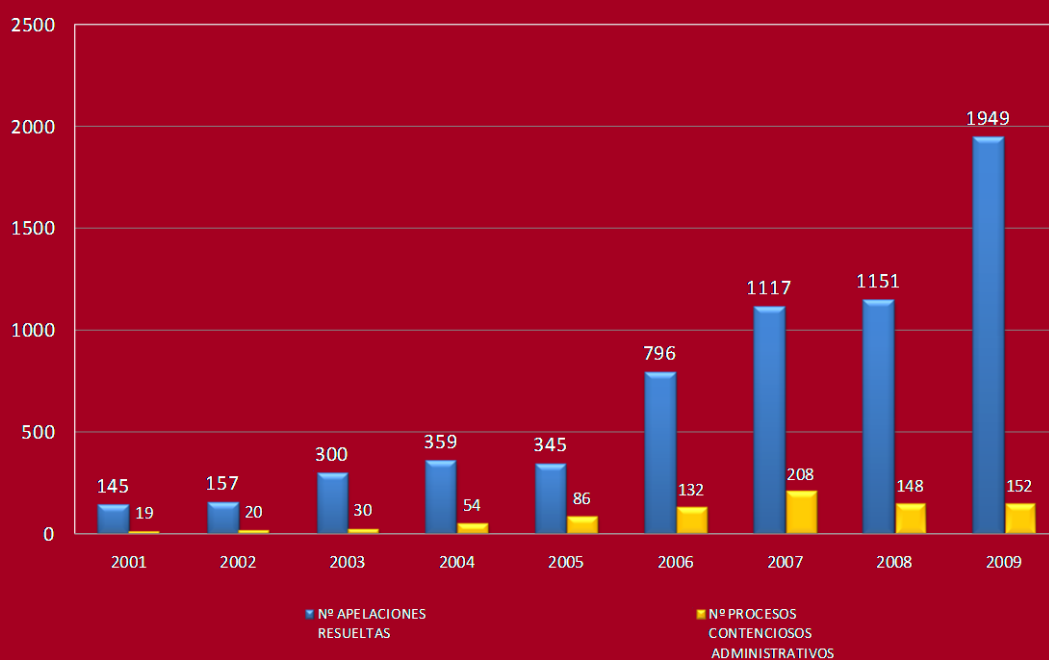
ESTADÍSTICAS DE LA SALA

PORCENTAJE DE RESOLUCIONES CONFIRMADAS POR SEDE DE ORIGEN Enero – Marzo 2010



Elaboración: Sala de Defensa de la Competencia Nº 2
Fuente: SIGA – Sistema de Administración de Expedientes

DEMANDAS CONTENCIOSAS CONTRA LAS RESOLUCIONES DE LA SALA 2001– 2009



Elaboración: Sala de Defensa de la Competencia Nº 2
Fuente: Gerencia Legal del Indecopi