

Por:
Freddy Freitas Vela*

EL CONSUMO TRANSFRONTERIZO, SU PROBLEMA Y SITUACIÓN SOBRE SU TRATAMIENTO EN EL PERÚ

Resumen

La presente investigación versa sobre la problemática del consumidor transfronterizo ante la actual y creciente globalización del comercio directo y virtual. Asimismo, nos expone cuáles son las principales dificultades que se presentan tanto en la etapa previa a la relación de consumo, como en el momento mismo en el que se perfecciona la relación y en la etapa post venta; dada la potencial distancia existente entre consumidor y proveedor, las distintas leyes aplicables y la autoridad competente para tramitar una reclamación. Muchos de estos problemas no han sido resueltos aún, de forma definitiva, por las autoridades de protección al consumidor en el mundo y no son pocas las organizaciones internacionales que recomiendan la adopción de diversas políticas y normas que tienen como objetivo atenuar, corregir o buscar soluciones para estos problemas, más todas ellas se encuentran aún a nivel extra proceso y vía autocomposición ya que las autoridades de protección al consumidor no logran establecer mecanismos de colaboración eficaces o no se logra superar el conflicto de la jurisdicción local.

En el Perú, las normas del Código de Protección y Defensa del Consumidor, aplicables a los casos de consumo transfronterizo con efectos en nuestro país, se vienen interpretando en beneficio de los consumidores peruanos que realizan estas operaciones. No obstante, su aplicación práctica aún resulta bastante complicada y onerosa, sumado a la cuestionable eficacia del procedimiento frente a un proveedor extranjero. A su vez, el INDECOPI, autoridad de consumo en el Perú, continúa realizando esfuerzos por tratar de dotar a los consumidores de herramientas novedosas que coadyuven a solucionar sus problemas de consumo, algunas de estas, como la próxima plataforma interactiva para gestionar reclamos también permitirán solucionar problemas de índole transfronterizo. Asimismo, el convenio celebrado con su par chileno, SERNAC, es un importante y novedoso modelo que busca dotar a los consumidores de un instrumento ante potenciales problemas que podrían presentarse en las masivas relaciones de consumo transfronterizo que se realizan entre ciudadanos de ambos países.

Palabras clave: Protección al Consumidor, Transfronterizo, INDECOPI, SERNAC.

* Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Estudios de post grado en Derecho, Banca y Finanzas por la la Pontificia Universidad Católica del Perú. Gerente de las Oficinas Regionales del INDECOPI. Se desempeñó como Secretario Técnico de la Sala de Defensa de la Competencia y de la Comisión de Procedimientos Concursales del Indecopi (ex Comisión de Reestructuración Patrimonial). Correo electrónico: ffreitas@indecopi.gob.pe

Abstract

The present investigation deals with the problem of cross-border consumers facing the current and growing globalization of direct and virtual commerce. Likewise, it shows us which are the main difficulties that have arisen both in the previous stages of the consumer relationship, and at the same moment in which the relationship is formed as well as in the post-sale; given the potential distance between consumer and supplier, the different applicable laws and the competent authority to process a claim. Many of these problems have not yet been resolved, definitively, by the authorities of consumer protection in the world and there are many international organizations that recommend the adoption of various policies and standards that aim to mitigate, correct or seek solutions for these problems, all of which are still in the extra process and auto composition level since the consumer protection authorities have failed to either establish effective collaboration mechanisms, or the conflict of the local jurisdiction is not overcome.

In Peru, the rules of the Code for the Protection and Defense of the Consumer, applicable to cases of cross-border consumption with effects in our country, have been interpreted to the benefit of Peruvian consumers who perform these operations. However, its practical application is still quite complicated and economically burdensome, adding to the questionable effectiveness of the procedure against a foreign supplier. At the same time, INDECOPI, the consumer authority in Peru, continues to make efforts to try to provide consumers with innovative tools and technology that help solve their consumption problems. Some of these, such as the next interactive platform to manage claims will also allow to solve problems of a cross-border nature. Likewise, the agreement with its Chilean counterpart, SERNAC, is an important and innovative model that seeks to provide consumers with an instrument in the face of potential problems that could arise in the massive cross-border consumption relationships that are made between citizens of both countries.

Key words: Consumer protection, Cross border, INDECOPI, SERNAC.

Sumario

I. INTRODUCCIÓN. II. EL CONSUMO TRANSFRONTERIZO. III. PROBLEMA QUE GENERA EL CONSUMO TRANSFRONTERIZO PARA LOS CONSUMIDORES. IV. ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA SALVAGUARDAR LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO. V. NORMAS CIVILES: DERECHO INTERNACIONAL

PRIVADO VI. NORMAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR. VII. OTROS MECANISMOS APLICADOS PARA SOLUCIONAR ESTA PROBLEMÁTICA Y SUS PROGRESOS EN EL PERÚ.

1. PLATAFORMA INTERACTIVA DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO. 2. CONVENIO ENTRE INDECOPI Y SERNAC. VIII. CONCLUSIONES. IX. BIBLIOGRAFÍA.

I. INTRODUCCIÓN

Día a día se viene incrementado el número de transacciones comerciales que se realizan entre proveedores y consumidores de distintos países, tanto en ocasiones en las que el consumidor actúa de forma activa, es decir cuando cruza la frontera como turista y adquiere productos o servicios en su estadía en el país foráneo (el consumidor motiva la transacción acercándose al establecimiento del proveedor); como en aquellas en las que se considera un consumidor pasivo, es decir recibe las propuestas comerciales del proveedor en su domicilio o equipo electrónico y decide realizar la transacción a través del comercio electrónico.

En el Perú, el incremento de turistas nacionales que viajaron al extranjero ha sido de 283.08% entre el año 2000 y el año 2012, conforme a datos disponibles en la página web del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. En el mismo periodo de tiempo, el número de turistas internacionales que ingresaron al país creció en 307.80%¹. Si verificamos el incremento al año 2016, conforme a los datos que se exponen en la página web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la cifra de turistas internacionales que ingresaron al país entre el año 2000 y el 2016 se extiende a 337.87%². Se denota un crecimiento continuo en el flujo de personas que entran y salen de nuestro país y, consecuentemente, el número de transacciones comerciales que implican relaciones de consumos de todos estos individuos también continua y continuará creciendo progresivamente.

En cuanto al comercio electrónico, según a Interactive Advertising Bureau, principal organismo a nivel mundial que representa a la industria de la publicidad digital, en el Perú el 69% de los usuarios de Internet móvil han realizado una compra a través de su Smartphone o Tablet en los últimos seis meses. Además, el Perú lidera, junto con Austria y Colombia, el crecimiento de número de consumidores que realizaron su primera compra electrónica en el último año, se señala un 55% de nuevos compradores peruanos, siendo el porcentaje mundial de nuevos compradores de solo 43% mientras que en Latinoamérica es de 48%. Si a

¹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA - INEI. Series Nacionales. Recuperado de <http://webinei.inei.gob.pe:8080/sirtod-series/> consultado el 10 de noviembre de 2017.

² MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. Datos Turismo. Recuperado de <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html> consultado el 10 de noviembre de 2017.

esto se suma que, en el mundo el 44% de usuarios aseveraron estar satisfechos con sus compras online, en tanto que, en el Perú, esta cifra sube al 79% de compradores satisfechos, podemos prever que la cantidad de consumidores que realizan compras electrónicas en el Perú, seguirá en aumento³.

Dado este incremento en el volumen de relaciones contractuales entre consumidores y proveedores de distintos países; cuál es el papel que juegan las políticas y normas de protección al consumidor para educar y amparar, de ser el caso, a los consumidores peruanos cuando salen del país y realizan compras, o al revés, cómo puede un extranjero reclamar a un proveedor peruano, una vez que regresa a su país. ¿Existe en nuestro país protección contra los consumos transfronterizos fraudulentos y engañosos?

Algunos países u organizaciones en el mundo han realizado importantes esfuerzos por soslayar estos efectos adversos sobre los consumidores, estableciendo recomendaciones, políticas y hasta acuerdos y leyes, que en cierta medida morigeran el potencial desamparo en el que podría caer un consumidor ante la mala fe o poca diligencia de un proveedor que se encuentra a muchos kilómetros de distancia, que habla otro idioma y que se regula por leyes y costumbres distintas.

II. EL CONSUMO TRANSFRONTERIZO

Para efectos del presente artículo debe entenderse por consumo transfronterizo, en primer lugar, la adquisición de un bien, o incluso un servicio, por parte de un consumidor q se encuentra en forma temporal en un país distinto al de su domicilio habitual. Este proceso podría generar consecuencias jurídicas sobre los bienes o servicios adquiridos, una vez que el consumidor regresa a su país de origen y descubre problemas en el bien materia de compra o habiendo reclamado por el servicio prestado previamente en el país que visitaba, se vio en la necesidad de regresar a su país antes que el reclamo concluya o siquiera antes que se formalice.

También puede entenderse y de forma mucho más sencilla, que el consumo transfronterizo se produce a través del comercio electrónico, cuando el consumidor de un país adquiere un producto o servicio de un proveedor que se encuentra en otro país, a través, principalmente, del Internet.

Mientras que, en el primer caso, los supuestos de protección al consumidor transfronterizo serán aquellos que se generarán en la etapa de posventa del producto; en el segundo caso, del comercio electrónico transfronterizo, la protección al consumidor debería abarcar la etapa previa a la compra, la compra misma y, por supuesto, la etapa de posventa.

³ DIARIO GESTIÓN. Internet móvil: 69% de usuarios peruanos compró a través de su smartphone, Publicado el 9 de marzo de 2017, recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/internet-movil-69-usuarios-peruanos-compro-traves-su-smartphone-2184109>

III. PROBLEMA QUE GENERA EL CONSUMO TRANSFRONTERIZO PARA LOS CONSUMIDORES

La compraventa de bienes y servicios a través de las fronteras genera diversos problemas, vinculados a la lejanía entre las partes, tales como el soporte electrónico a través del cual se hace la compra, la cantidad de información sobre el producto, las condiciones y la solución de reclamos, la ley aplicable y la judicatura competente, entre otros.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) elaboró un cuestionario sobre protección del consumidor en el comercio electrónico, que se aplica perfectamente, y con agravantes, al consumo transfronterizo; para poder identificar los problemas que, con mayor frecuencia, afrontan los consumidores en este tipo de comercio; el cuestionario fue distribuido entre los organismos de protección del consumidor de todo el mundo y algunos de los resultados en los países en desarrollo, como el nuestro, son los siguientes⁴:

- Idiomas distintivos;
- Información y prácticas comerciales engañosas con respecto a los bienes y servicios y los precios, incluido el tipo de cambio;
- Publicidad engañosa;
- Falta de información clara y suficiente sobre la identidad y la ubicación de los comerciantes, así como sobre los bienes y servicios, los precios y las garantías;
- Dudas en cuanto a la comerciabilidad de los bienes en el país de destino de los mismos, así como el pago de tributos de ingreso;
- Reembolso del pago en caso de productos no satisfactorios;
- Los trámites de reembolso son largos y engorrosos;
- Los gastos de devolución de productos corren por cuenta del comprador;
- Información poco clara sobre la anulación de pagos y el desistimiento;
- Atención al consumidor insuficiente o inexistente;
- Denegación de servicios posventa;
- Desconocimiento, por parte de los consumidores, de sus derechos y obligaciones, así como de los de las empresas;
- Problemas relacionados con los procedimientos de solución de controversias;
- Determinación de la jurisdicción competente y el derecho aplicable;

⁴ CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO. Protección de los consumidores en el comercio electrónico, UNCTAD, TD/B/C.I/CPLP/7, Ginebra, 2017, p. 4.

Asimismo, en el comercio electrónico transfronterizo podemos encontrar, adicionalmente, este otro tipo de problemas:

- Deficiencias de la infraestructura de Internet, por ejemplo, problemas de velocidad y fiabilidad;
- Inestabilidad de las redes de comunicaciones;
- Conectividad a Internet relativamente baja e insuficiencia del suministro de electricidad;
- Ofertas de comercio electrónico hechas por comerciantes anónimos;
- Incumplimiento de las políticas de devolución o reembolso anunciadas en los sitios web de los comerciantes;
- Seguridad de los datos y estafas por Internet, hurto y usurpación de identidad;
- Carácter irreversible de los pagos electrónicos;
- Seguridad de los pagos efectuados en línea y por telefonía móvil y posibilidad de anular un pago;
- Retraso o incumplimiento en la entrega de los productos o entrega de productos defectuosos, equivocados o falsos;
- No prestación de los servicios prometidos o no entrega de los regalos ofrecidos;
- Sitios web de comercio electrónico que no se responsabilizan por los pagos en línea bloqueados por los bancos o las empresas de pago;
- Operadores fraudulentos o de dudosa solvencia que obtienen dinero de los consumidores sin proporcionarles ningún producto ni servicio;
- Protección de los datos personales y la vida privada;
- Instrumentos electrónicos de identificación y autenticación;
- No respeto de los períodos de devolución establecidos por ley o contrato;
- Falta de competencias informáticas básicas y conocimientos financieros;
- Instituciones financieras que se resisten a otorgar una reparación después de recibir reclamaciones de los consumidores o lo hacen con retraso, lo cual hace necesaria la intervención de las autoridades de protección del consumidor;

El comercio transfronterizo importa muchos de estos problemas simultáneamente para los consumidores. Algunos de estos problemas se presentan en la etapa previa a la compra, en la cual el consumidor tendrá que adoptar su decisión, sobre la base de la in-

formación que el proveedor le otorgue a distancia o sobre la base de las costumbres de un mercado ajeno a su cotidianeidad, por ejemplo inclusión de tributos en los precios finales o prohibición de sacar del país de origen el producto adquirido; en ese sentido, la información que el proveedor brinde debe ser completa en todo sentido. El Código de Protección y Defensa del Consumidor lo señala claramente, la información debe ser oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses⁵. La calidad de la información es lo más relevante en esta etapa, se puede encontrar lineamientos respecto del tipo de información que deberían publicar los proveedores, por ejemplo la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos (FTC, por sus siglas en inglés) ha elaborado un documento de orientación sobre cómo divulgar información clara y manifiesta en la publicidad digital (véase <https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/guidance/com-disclosures-how-make-effective-disclosures-digital>), lineamientos como este permiten a los hacedores de políticas poder tener regulaciones más efectivas en sus respectivas jurisdicciones.

En el momento de la compra el consumidor debe afrontar, entre otros problemas, los términos de la misma y evitar aceptar condiciones abusivas, desde aquellas que restringen sus derechos hasta aquellas que otorgan derechos excesivos al proveedor. En el caso que la compra sea por un medio electrónico, el consumidor deberá lidiar, además, con la complejidad que pueden representar los pagos en línea y los riesgos que implican contra su seguridad, asimismo, verificar que su identidad y datos personales estén debidamente protegidos, entre otros problemas que el comercio electrónico conlleva. En las Directrices de Naciones Unidas para la Protección al Consumidor se recomienda la adopción de políticas nacionales que tengan a bien fomentar “un proceso transparente para la confirmación, anulación, devolución y reembolso de las transacciones”, y “mecanismos de pago seguro”⁶. Es una recomendación que las legislaciones nacionales deberían procurar implementar.

Finalmente, en la etapa de posventa los principales problemas que podría tener el consumidor se relacionarán con la solución de controversias y con la reparación de daños ocasionados, sobre todo reembolsos y devoluciones. Sobre este aspecto las Directrices de Naciones Unidas para la Protección al Consumidor señalan que se debe “poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que les permitan resolver controversias de manera rápida, justa, transparente, poco costosa, accesible y efectiva sin cargas ni costos innecesarios”⁷.

⁵ LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 1. Derechos de los Consumidores. Numeral 1.1 Literal b.

⁶ CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO. 2017, p. 9.

⁷ CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO. 2017, p. 12.

No obstante, en caso no existieran estos mecanismos de reclamación propuestos por el proveedor o, una vez que recurra a ellos, el consumidor mantiene la pretensión que dio pie a la reclamación, y desea presentar un reclamo o denuncia formal contra el proveedor, tendrá que identificar cual será la ley y jurisdicción aplicables a su reclamo, quedando completamente desamparado en caso tenga que trasladarse a litigar en un país distinto al suyo para conseguir la solución a un reclamo, muy posiblemente, de menor cuantía. Los sistemas formales de solución de reclamos ya sean judiciales o administrativos, como en el Perú, resultan poco eficaces para ser aplicados en las controversias transfronterizas de consumo, por lo que se debe recurrir a mecanismos extrajudiciales de solución de conflictos, como mediación, conciliación, arbitraje, defensores de agremiaciones, todos ellos deben poder ejecutarse en línea para que no implique un traslado del consumidor.

Existen, plataformas en línea que han sido instaladas por los propios Estados para que consumidores y proveedores soluciones sus controversias de forma directa, con el respaldo de las agencias encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes de protección al consumidor, ejemplos de estas plataformas podemos encontrar en Brasil, México y la Unión Europea y próximamente en el Perú, con la Plataforma Interactiva del Sistema de Atención al Ciudadano, administrada por el INDECOPI.

IV. ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA SALVAGUARDAR LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO

Muchas instituciones en el mundo, públicas y privadas, tales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), UNCTAD, Consumers International, la Red Internacional de Protección del Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés), la FTC; han publicado diversos documentos mediante los que regulan o buscan ser la base que inspire la regulación de las políticas públicas vinculadas a la materia.

En el año 2003, la OCDE publicó sus Directrices para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas, las mismas que se pueden ser complementadas por sus Recomendaciones para la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico publicadas originalmente en 1999 y, posteriormente actualizadas en marzo de 2016; estos dos documentos constituyen parámetros no solo para la adopción de políticas públicas, sino que también hacen un llamado al sector privado para adoptar buenas prácticas empresariales en el comercio transfronterizo.

“El comercio transfronterizo plantea nuevos retos a la capacidad colectiva de las agencias encargadas de formular y vigilar el cumplimiento de políticas o leyes dirigidas a la protección de los consumidores”⁸. Efectivamente como lo señala la OCDE, son las agencias de protección al consumidor en el mundo las que deben procurar realizar el trabajo de pensar la forma en la que se debe hacer frente a prácticas comerciales fraudulentas que afectan al consumidor transfronterizo, pero este trabajo nunca podrá hacerse de forma individual, la cooperación entre las agencias de los diferentes países es absolutamente necesaria. La OCDE agrupa estas prácticas fraudulentas en tres grupos principales⁹:

1. *La práctica de falsear o tergiversar hechos materiales (...).*
2. *La práctica de no entregar productos o prestar servicios a los consumidores después de que éstos han pagado por ellos.*
3. *La práctica de realizar cobros con cargo a las cuentas financieras, telefónicas o de otro tipo de los consumidores, sin su autorización.”*

Para que la cooperación entre las agencias que formulan las políticas de protección al consumidor o las que fiscalizan el cumplimiento de la ley de un país¹⁰, con agencias similares de otros países; pueda llevarse a cabo se necesita que cada país tenga un marco legal que combata estas prácticas con medidas preventivas tanto para los consumidores como para los proveedores, así como que permita fiscalizar conjuntamente y compartir información de los hallazgos, que detente sanciones realmente disuasivas y que logre ofrecer reparación idónea para el consumidor afectado.

La OCDE señala que, dentro de este marco legal, es importante que las agencias que supervisan el cumplimiento de la ley tengan las atribuciones suficientes que les permitan ser efectivas a la hora de ejercer sus funciones, sobre todo de investigación y fiscalización; pero además indica que dichas facultades deben estar disponibles “cuando las agencias encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes de protección al consumidor estén apoyando a agencias de otros países”¹¹. Asimismo, el

⁸ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS. Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas, OCDE, París, 2003, p.9.

⁹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS. 2003, p. 12.

¹⁰ En el Perú, el órgano público que formula la política de protección al consumidor es el Consejo Nacional de Protección al Consumidor presidido por el INDECOPI que es la autoridad nacional de protección al consumidor; en tanto que los órganos que vigilan el cumplimiento de la ley de protección al consumidor son los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos, la Comisión de Protección al Consumidor, la Sala de Protección al Consumidor, todos del INDECOPI, y el Poder Judicial.

¹¹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS. 2003, p. 14.

marco legal, debe permitir compartir información relevante entre las agencias, e incluso que las resoluciones o sentencias de las agencias de otros países, puedan ser admitidas sin dilación a efectos de detener conductas fraudulentas de forma expedita. Si esto no se cumple, la OCDE sugiere cambiar el marco jurídico que genera estas barreras a la cooperación efectiva.

En cuanto a la cooperación en investigaciones, se sugiere que los países deberían hacer los esfuerzos necesarios para superar los obstáculos que impidan dicha cooperación, pero respetando la autonomía y libre determinación de los países para cooperar o no con determinadas investigaciones. Se sugiere asimismo la creación de alertas entre las agencias y medios expeditos de notificación, así como la remisión de información periódica que sea importante para llevar a cabo investigaciones similares, información que puede ser¹²:

1. *“Información pública, no confidencial.*
2. *Quejas de consumidores.*
3. *Información sobre direcciones, teléfonos, registros de dominio de Internet, datos básicos corporativos y de otro tipo que permita la ubicación e identificación rápida de quienes realizan prácticas comerciales fraudulentas y engañosas.*
4. *Opiniones de expertos y la información subyacente en la que se basan tales opiniones.*
5. *Documentos, información de terceras partes y otra evidencia obtenida de acuerdo con procedimientos judiciales o coercitivos.”*

Una vez conocida la problemática que afronta el consumidor transfronterizo, ya sea este digital o activo (turista), así como algunas recomendaciones o potenciales propuestas de solución que algunas organizaciones proponen o vienen implementando. Abordemos el tema de la protección del consumidor transfronterizo en el Perú, primero a nivel solución convencional, es decir lo que el derecho internacional privado contempla como solución ante conflictos de esta naturaleza de diferente envergadura y, posteriormente, que es lo que señalan nuestras normas de protección al consumidor y nuestra jurisprudencia respecto de la protección del consumidor transfronterizo.

V. NORMAS CIVILES: DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

El Libro X del Código Civil Peruano contiene las normas que regulan el Derecho Internacional Privado en el Perú. Se establece en el Artículo 2057 que los tribunales peruanos son competentes para conocer de las acciones contra personas domiciliadas en el terri-

¹² ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS. 2003, p. 17.

torio nacional. En cuanto a la competencia para acciones patrimoniales, el Artículo 2058 indica que los tribunales peruanos tienen competencia para conocer de los juicios originados por el ejercicio de acciones de contenido patrimonial aun contra personas domiciliadas en país extranjero, en los casos siguientes:

1. Cuando se ventilen acciones relativas a derechos reales sobre bienes situados en la República. Tratándose de predios dicha competencia es exclusiva.
2. Cuando se ventilen acciones relativas a obligaciones que deban ejecutarse en el territorio de la República o que deriven de contratos celebrados o de hechos realizados en dicho territorio. Tratándose de acciones civiles derivadas de delitos o faltas perpetrados o cuyos resultados se hayan producido en la República, dicha competencia es exclusiva.
3. Cuando las partes se sometan expresa o tácitamente a su jurisdicción. Salvo convención en contrario, contemporáneo o anterior a la sumisión, la elección del tribunal es exclusiva. Este artículo se aplica exclusivamente a la competencia de tribunales judiciales y no afecta la facultad que tienen las partes para someter a arbitraje acciones de contenido patrimonial.

Finalmente, el Artículo 2095 señala que las obligaciones contractuales se rigen por la ley expresamente elegida por las partes y, en su defecto, por la ley del lugar de su cumplimiento. Empero si el lugar del cumplimiento no está expresamente determinado o no resulta inequívocamente de la naturaleza de la obligación, se aplica la ley del lugar de celebración.

Las normas de Derecho Internacional Privado consagran, en primer lugar, la regla de que a una persona se le debe juzgar en el lugar de su domicilio, salvo excepciones que no se aplican al derecho del consumidor. En el caso de los problemas transfronterizos de consumo, el proveedor tendría que ser juzgado, según la ley peruana, en su propio país, aquel en el que está domiciliado, tal vez a kilómetros de distancia del consumidor, ello traería como consecuencia que, para hacer valer su derecho de reclamo, el consumidor tendría que gastar ingentes cantidades de dinero en una reclamación casi siempre de menor cuantía y así poder formalizar un reclamo o denuncia contra el proveedor; en pocas palabras, ningún consumidor lo haría, es una propuesta completamente ineficiente para solucionar un problema de consumo transfronterizo.

El Código Civil también señala que, en el caso de obligaciones contractuales, se privilegia, la ley del lugar de cumplimiento, en caso las partes no hayan elegido una ley expresamente, si entendemos que muchas de las relaciones de consumo son obligaciones contractuales de compraventa de productos o servicios, segura-

mente el lugar de cumplimiento sea el Perú, en el caso de un consumidor peruano transfronterizo, en el momento en el que el servicio se preste o el producto llegue a las manos de dicho consumidor, perfeccionándose la compraventa con la conformidad del consumidor con el producto recibido. En este caso la ley aplicable al caso sería la peruana, según nuestra propio Código, pero el lugar del juzgamiento, el juez competente, seguiría siendo el juez el lugar del domicilio del proveedor, generándose los problemas detallados previamente respecto de la excesiva onerosidad del proceso de reclamo frente a pretensión reclamada.

En consecuencia, el uso de mecanismos convencionales de reclamación para buscar solucionar un problema transfronterizo de consumo resultaría en el mejor de los casos ineficiente, dada la complejidad y onerosidad que importaría el proceso.

VI. NORMAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, contiene algunas normas que coadyuvan con la defensa del consumidor dada una relación de consumo transfronteriza. En primer lugar, el Numeral 2 del Artículo IV del Título Preliminar del Código¹³ define el concepto de proveedor y en ninguno de los acápites de dicho numeral se restringe dicho concepto a sujetos domiciliados o con personería jurídica solo en nuestro país.

No obstante, es el Numeral 2 del Artículo III del Título Preliminar del Código¹⁴, el que define el carácter, incluso extraterritorial, de la competencia de los

¹³ LEY 2957

1. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Título

Preliminar. Artículo IV. Definiciones.

(...)

2. Proveedores. Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes. Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público. Código de Protección y Defensa del Consumidor

2. Productores o fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3. Importadores. Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

4. Prestadores. Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

¹⁴ LEY 2957

1. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Título Preliminar. Artículo IV. Definiciones.

(...)

2. Proveedores. Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual

órganos funcionales del INDECOPI para proteger a los consumidores. En efecto, dicho numeral señala que las disposiciones del Código se aplican a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en éste. Queda claro que con independencia del país en el que se celebren las relaciones de consumo, si los efectos de las mismas, se producen en el Perú, el INDECOPI será el órgano competente para resolverlo como autoridad primaria de protección al consumidor en el país¹⁵ y aplicando las leyes peruanas dado el ámbito de aplicación del Código.

Mediante Resolución 1898-2014/SPC-INDECOPI del 11 de junio del 2014, la Sala de Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal del INDECOPI señaló que “la competencia territorial del Indecopi en materia de protección al consumidor se circunscribe a aquellas relaciones de consumo entabladas en el territorio peruano o cuyos efectos se produzcan en este, siendo que en el marco de la tramitación de un procedimiento administrativo por infracción del Código, el proveedor denunciado –que forma parte de la relación de consumo entablada en el Perú o cuyos efectos se producen en éste– calificará como “*sujeto del procedimiento*” siempre que se haya verificado que se trata de una persona natural o jurídica, resultando irrelevante su condición de nacional o de extranjero”¹⁶.

Este pronunciamiento revoca la resolución de primera instancia que señalaba que si bien el Código protege al consumidor por relaciones de consumo celebradas en nuestro territorio o que tengan efectos en éste; también consideraba que “*resulta necesario otro presupuesto básico para que pueda emitir un pronunciamiento, el*

fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes. Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público. Código de Protección y Defensa del Consumidor.
2. Productores o fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
3. Importadores. Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
4. Prestadores. Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

¹⁵ LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Artículo 105°. Autoridad Competente.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el presente Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el presente capítulo, conforme al Decreto Legislativo núm. 103.3, Ley de Organización y Funciones del Indecopi. Dicha competencia solo puede ser negada cuando ella haya sido asignada o se asigne a favor de otro organismo por norma expresa con rango de ley. (...)

¹⁶ SALA DE ESPECIALIZADA EN PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DEL TRIBUNAL DEL INDECOPI. Resolución 1898-2014/SPC-INDECOPI. p. 10

cual consiste en que el proveedor cuente con capacidad para asumir la responsabilidad que se le imputa, sin importar la forma societaria que éste adopte. Esto último resulta necesario porque el proveedor dentro del presente procedimiento deberá cumplir con la calidad de administrado, para así poder ser sujeto de obligaciones y derechos dentro del procedimiento, siendo así capaz de asumir la responsabilidad que se le imputa".¹⁷

La Comisión introducía un presupuesto adicional para proteger al consumidor, adicional a aquellos establecidos en el Código, que era que el proveedor contara con capacidad para asumir su responsabilidad, para lo cual, para la Comisión, debía cumplir con la calidad de administrado.

La Comisión concluía señalando que “*considerando que los co-denunciados son personas jurídicas constituidas en el extranjero y no cuentan con sucursales o filiales debidamente inscritas para ser consideradas como personas jurídicas en el país, no podrían ser considerados como administrados ni podrían ser objeto de sanción en caso se determine su responsabilidad*”¹⁸ y declaraba improcedente la denuncia.

La primera instancia del Indecopi emitía un pronunciamiento con el que dejaba completamente desprotegido a un consumidor que participara en una relación de consumo transfronteriza, es decir una compra por internet a un proveedor extranjero no estaría protegida por la legislación de protección al consumidor en el Perú; un servicio prestado por una empresa extranjera a personas naturales en nuestro territorio tampoco estaría protegido.

La Sala Especializada en Protección al Consumidor corrige este criterio y establece la procedencia de denuncias contra proveedores domiciliados en el extranjero, cuando los efectos de la relación de consumo entre un consumidor peruano y dichos proveedores se produzcan en nuestro territorio, conforme lo señala el Código, resultando irrelevante la condición de nacional o extranjero del proveedor.

En consecuencia, el criterio jurisprudencial vigente, que interpreta las normas pertinentes del Código, establece una protección administrativa para los consumidores transfronterizos, declarando la procedencia de sus denuncias aun cuando el proveedor este constituido en el extranjero y no tenga domicilio en el Perú; estableciendo una primera línea de protección para el consumidor, independientemente de la forma en la cual se ejecutará la misma.

VII. OTROS MECANISMOS APLICADOS PARA SOLUCIONAR ESTA PROBLEMÁTICA Y SUS PROGRESOS EN EL PERÚ

¹⁷ COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2. Resolución 483-2013/CC2. p. 7.

¹⁸ COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2. Resolución 483-2013/CC2. p. 8.

1. PLATAFORMA INTERACTIVA DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Como lo mencionamos previamente existen en el mundo ejemplos de plataformas virtuales a las que el consumidor puede recurrir para solucionar reclamos contra sus proveedores. Estas plataformas, si bien pueden ser utilizadas para todo tipo de reclamación, incluso para relaciones de consumo convencionales y no necesariamente electrónicas, se constituyen en una herramienta muy eficaz para solucionar problemas de índole transfronterizo. En todos los casos, consideramos que se necesitaría que los proveedores extranjeros se sometan a la jurisdicción de la agencia de protección al consumidor o se registren en su plataforma, o que el proveedor se encuentre registrado en la plataforma de su agencia de consumidor local.

En Brasil existe, desde el año 2014, *Consumidor.gov.br*, que es un servicio público que permite a los consumidores comunicarse directamente con los proveedores para solucionar sus conflictos a través de Internet. La plataforma es administrada por la Secretaría Nacional del Consumidor del Ministerio de Justicia – SENACOM y supervisada por los PROCONs (Programas Municipales de Protección al Consumidor que funcionan en los municipios brasileños orientando a los consumidores y buscando solución a sus reclamos, existen 943 PROCON en todo el país), por la Defensoría y el propio Ministerio Público. Actualmente, 80% de los reclamos registrados en *Consumidor.gov.br* encuentran una solución por parte de los proveedores en un plazo promedio de 7 días. La plataforma tiene las bondades de ser transparente, desburocratizada y ágil; además permite utilizar la información registrada para la gestión y ejecución de políticas públicas en defensa del consumidor. Solo opera respecto de empresas previamente registradas y los consumidores pueden acceder en la misma al seguimiento de su reclamo, la lista de las empresas registradas y hasta como procedieron éstas respecto de cada uno de los reclamos presentados contra ellas.¹⁹

En México, en el 2008 se creó Concilianet que es un módulo de solución de controversias de consumo en línea. Administrado por la Procuraduría Federal del Consumidor – PROFECO que celebra convenios con las empresas para que se acojan a la solución de conflictos a través de este medio. El consumidor debe enviar su reclamo o queja a través del módulo, digitalizando sus documentos, PROFECO realiza un análisis de procedencia de los documentos y una vez que determina su competencia, cita a audiencia de conciliación a ambas partes. La conciliación se realiza a través de la propia plataforma virtual Concilianet y un funcionario de PROFECO actúa como conciliador en la misma.²⁰

¹⁹ CONSUMIDOR.GOV.BR. Sobre el Servicio. Recuperado de <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/sobre-servico>

²⁰ PROCURADORIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR. ¿Qué es Concilianet? Recuperado de <https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/comoconciliar.jsp>

La Comisión Europea también generó una plataforma y, además, legislación para solucionar en línea, los problemas de consumo que se podría presentar en las compras a través de Internet. Se trata de la plataforma ODR (por sus siglas en Inglés: Online Dispute Resolution). Los consumidores que tengan algún problema por una compra en Internet recurren a esta plataforma, ingresan su reclamo a través de la misma y éste es derivado a la empresa de forma directa por la propia plataforma. Recibida la comunicación por parte de la empresa, ésta se debe poner en contacto con el consumidor para elegir, en forma coordinada, un Organismo de Solución de Litigios (entes privados, en cada país de la Unión Europea, que se encargan de resolver este tipo de disputas, entre otras). Elegido el Organismo de Solución de Litigios, éste verifica su competencia (para lo cual tiene un plazo de tres semanas) y luego resuelve el reclamo (90 días de plazo). Lo más importante en este procedimiento es que la legislación de la Unión Europea obliga a todas las empresas que venden en línea a aceptar este sistema de solución extrajudicial de conflictos. Estas empresas están obligadas a difundir en su página web la relación de Organismo de Solución de Litigios con los que suele trabajar, así como colocar un link que lleve al consumidor a la plataforma ODR.²¹

Por su parte, el INDECOPI viene trabajando una Plataforma Interactiva del Sistema de Atención al Ciudadano, que permitirá a los consumidores interactuar de forma directa con los proveedores, con la asistencia de un funcionario del INDECOPI, pudiendo llegar a una solución concertada ante cualquier reclamo que pudiera suscitarse. Se podría acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil, incluso. Se espera que la plataforma esté en funcionamiento en el primer trimestre del 2018 y, además de la presentación del reclamo, también se podría llevar a cabo conciliaciones virtuales a través de video conferencia y se tendría acceso inmediato a los expedientes electrónicos que se generen.

2. CONVENIO ENTRE INDECOPI Y SERNAC

Entre los mecanismos de soporte para coadyuvar al respeto de los derechos de los consumidores transfronterizos, como lo recomiendan muchos de los organismos internacionales, se encuentran los convenios entre las agencias que se encargan de vigilar el cumplimiento de las normas de protección al consumidor, convenios que pueden celebrarse con el propósito de ayudar en actividades de fiscalización, compartir pruebas en investigaciones, o simplemente compartir información estadística

²¹ COMISIÓN EUROPEA. Resolución de litigios en línea. Recuperado de <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.home.show>

que pueda permitir elaborar políticas públicas en favor de los consumidores.

En Sudamérica, Perú y Chile, en el año 2011, iniciaron coordinaciones en busca de garantizar una adecuada protección a los ciudadanos de uno u otro país que cruzaban la frontera para adquirir, como consumidores finales, bienes y servicios. Esta iniciativa concluyó con la suscripción del Convenio Interinstitucional de Cooperación entre el Servicio Nacional del Consumidor – SERNAC de Chile y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI del Perú. El convenio fue denominado “Coordinación del Sistema de Atención de Público SERNAC FACILITA y del Servicio de Atención al Ciudadano – SAC – de INDECOPI”, dado el servicio que poseen ambas instituciones para atención a los consumidores a través de diversos canales: presencial, llamada telefónica, correo electrónico y plataforma de Internet.

El Perú cuenta con fronteras con cinco países; si bien la mayor cantidad de ingresos de extranjeros al Perú se realiza a través del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, nuestras fronteras terrestres en Aguas Verdes (Tumbes), Desaguadero (Puno) y, sobre todo, Tacna son bastante activas en cuanto a ingresos de extranjeros a nuestro país. De los tres accesos mencionados, sin duda alguna, es Tacna la frontera más activa y, también las más formal.

En el año 2016, fueron los ciudadanos chilenos, los extranjeros que en mayor número ingresaron a nuestro país, 1 109 276 personas (frente al segundo lugar: Estados Unidos con solo 327 660 personas), asimismo, el puesto de control fronterizo de Santa Rosa en Tacna en el segundo puesto de acceso de extranjeros al Perú con 1 054 519 personas muy cerca del primer lugar (Aeropuerto Internacional Jorge Chávez con 1 211 957 personas)²².

Situación similar ocurre con la salida de peruanos hacia el exterior, el puesto de control fronterizo de Santa Rosa en Tacna registra el mayor número de peruanos que salieron al extranjero en el año 2016 con 868 512 personas, superior incluso al número de salidas registradas en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. En el mismo sentido, el país al que más viajan los peruanos al salir al extranjero es Chile con 1 545 646 personas.²³

Esta situación motivó la suscripción del Convenio de Cooperación entre ambas instituciones, dado el alto y creciente flujo de ciudadanos de un país hacia el país vecino y viceversa. El Convenio se celebró para establecer las bases generales de coordinación interinstitucional destinadas a favorecer el establecimiento de consultas y de mecanismos extrajudiciales de solución de diferencias, dentro del ám-

²² SUPERINTENDECIA NACIONAL DE MIGRACIONES. Estadísticas de extranjeros. Recuperado de <https://www.migraciones.gob.pe/index.php/estadisticas-extranjeros/>

²³ SUPERINTENDECIA NACIONAL DE MIGRACIONES. Estadísticas de extranjeros. Recuperado de <https://www.migraciones.gob.pe/index.php/estadisticas/>

bito de competencia del SERNAC y de INDECOPI, en relación con la contratación y adquisición de bienes y servicios en los que estén implicados consumidores en ambos países.²⁴

En concreto lo que el convenio buscaba era desarrollar un proceso de integración de los sistemas de atención al consumidor con que contaban tanto el INDECOPI como el SERNAC, para facilitar la remisión de documentos dirigidos hacia cada una de las instituciones por parte de la otra institución, ante de la presentación de un reclamo de su competencia, al otro lado de la frontera. El convenio señala lo siguiente:

“Colaborar en la remisión de los reclamos que deseen interponer los consumidores, respecto de los productos o servicios que fueron materia de una relación de consumo en el territorio del otro cooperante, facilitando su presentación formal y efectiva ante la institución que sea competente para el conocimiento y trámite de los mismos. Para tal efecto, la institución que recibe un reclamo dirigido a la otra institución cooperante deberá colaborar en su presentación ante la institución competente dentro del mismo día de recibido, a través de los mecanismos electrónicos que se implementen en virtud del presente convenio.”²⁵

Lo que el convenio busca es que si un consumidor chileno, cruza la frontera y realiza actividades de consumo en el Perú, pueda, al regresar a Chile, presentar un reclamo contra el proveedor peruano que le vendió un bien o le prestó un servicio, ante el SERNAC.

El SERNAC remitirá dicho reclamo al INDECOPI, para que éste lo inicie y gestione contra el proveedor peruano, e incluso cite, si es necesario, a una audiencia de conciliación, la que se lleva a cabo por videoconferencia. Tanto el SERNAC como el INDECOPI notifican formalmente a las partes del reclamo en su país cualquier documento físico que pudiera generarse en la tramitación del reclamo. Los mismos derechos tendría un consumidor peruano si viaja a Chile.

Para conocer detalles de la operatividad del convenio se transcribe la cláusula pertinente:

“V. COMPROMISOS DEL INDECOPI

El INDECOPI, mediante el presente Convenio, se compromete a lo siguiente:

5.1 Respecto a la recepción y tramitación de los reclamos remitidos desde SERNAC:

5.1.1 Recibir, vía procedimiento de interoperabilidad, en base a una aplicación Web Service entre ambas instituciones, los reclamos interpuestos por consumi-

²⁴ Convenio Interinstitucional de Cooperación entre SERNAC e INDECOPI. 2011, p.2

²⁵ Convenio Interinstitucional de Cooperación entre SERNAC e INDECOPI. 2011, p.3.

dores radicados en Chile respecto de relaciones de consumo desarrolladas en Perú y acusar recepción conforme dentro del día de envío.

5.1.2 Facilitar la atención que brinda el INDECOPI en sus Oficinas Regionales a nivel nacional, para la atención y tramitación de los reclamos remitidos desde el SERNAC, a través de sus Directores Regionales, vía sistema de interoperabilidad, respecto de las materias reclamadas por consumidores radicados en Chile sobre relaciones de consumo desarrolladas en Perú, comprometiéndose a realizar las siguientes acciones:

5.1.2.1 Imprimir la comunicación remitida por el SERNAC, así como la documentación remitida por otros medios.

5.1.2.2 Tramitar dichos reclamos, de acuerdo al procedimiento de calidad interno y dentro del ámbito de competencia de INDECOPI.

5.1.2.3 Remitir al SERNAC, vía correo electrónico, particularmente al Director Regional que corresponda, copia de las comunicaciones que, dentro del procedimiento de reclamos del INDECOPI, se deba remitir a los consumidores que interpusieron el reclamo desde el SERNAC.

5.1.2.4 Celebrar reuniones con los proveedores, así como llevar adelante audiencias de conciliación entre consumidores y proveedores de manera presencial y virtual, para lo cual se podrá utilizar los medios informáticos de transmisión de imágenes y audio vía internet, cuando corresponda;

5.1.2.5 Cumplir con las demás etapas que establezca el procedimiento de calidad interno del INDECOPI, el cual forma parte del presente Convenio, en lo que resulte pertinente.

5.2 Respecto a la remisión de los reclamos dirigidos a SERNAC, presentados por consumidores radicados en Perú, respecto a relaciones de consumo desarrolladas en Chile.

5.2.1 Informar a los consumidores que dirijan sus reclamos a SERNAC, que deben proporcionar una dirección electrónica a donde SERNAC pueda dirigir las notificaciones que correspondan al trámite del respectivo reclamo.”

Algunas apreciaciones acerca del convenio:

En primer lugar, ambas partes se preocupan en detallar que no se produce una delegación de funciones de ninguna naturaleza y que ambas mantienen sus competencias y tramitan sus procedimientos de acuerdo con su propia legislación. En segundo lugar, solo se responsabilizan de los reclamos desde que los mismos son recibidos por su institución, para que desde ese momento se tramiten de acuerdo con su propio procedimiento.

El convenio, dadas las responsabilidades que asume cada parte, ratifica la com-

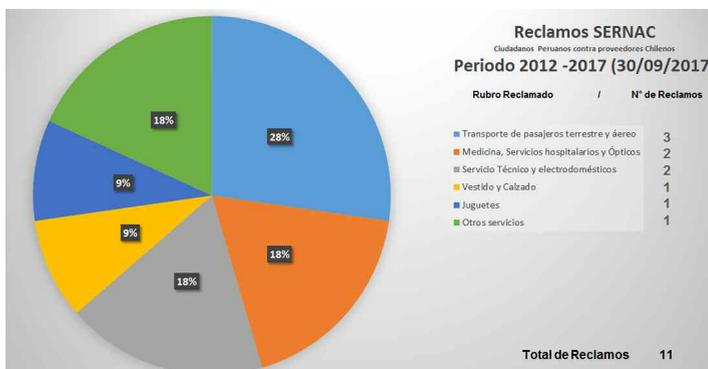
petencia de la autoridad en cuyo territorio se produjo la relación de consumo, es decir la autoridad en donde reside el proveedor; ya que el convenio supone la existencia de una relación de consumo transfronteriza activa, motivada por un consumidor turista. Consecuentemente la ley aplicable es también la del lugar en el que reside el proveedor.

Resulta interesante también exponer cuales han sido los resultados de este convenio en los cinco años que se encuentra vigente y si la protección que buscaba para el consumidor peruano y chileno que cruzaba la frontera ha sido efectiva. En primer lugar, veamos los reclamos que han presentado los consumidores peruanos respecto de proveedores chilenos, cómo han concluido dichos reclamos y qué sectores han sido los más reclamados.

El consumo transfronterizo, su problema y situación sobre su tratamiento en el Perú

| Reclamos presentados por consumidores peruanos contra proveedores chilenos en el INDECOPI | | | | | |
|---|-----------|----------------------|-------------------------|----------------------------------|---------------------|
| Año | Reclamos | Reclamos Conciliados | Reclamos no Conciliados | Reclamos concluidos por Abandono | Reclamos en Trámite |
| 2012 | 8 | 3 | 3 | 2 | 0 |
| 2013 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 2014 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2015 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 2016 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 2017 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 11 | 6 | 3 | 2 | 0 |

Fuente: INDECOPI



Fuente: INDECOPI

Respecto de aquellos reclamos presentados por los consumidores chilenos respecto de proveedores peruanos, cómo han concluido dichos reclamos y qué sectores han sido los más reclamados; estos son los datos registrados:

| Reclamos presentados por consumidores peruanos contra proveedores chilenos en el INDECOPI | | | | | |
|---|------------|----------------------|-------------------------|----------------------------------|---------------------|
| Año | Reclamos | Reclamos Conciliados | Reclamos no Conciliados | Reclamos concluidos por Abandono | Reclamos en Trámite |
| 2012 | 19 | 3 | 10 | 6 | 0 |
| 2013 | 38 | 13 | 23 | 2 | 0 |
| 2014 | 22 | 6 | 16 | 0 | 0 |
| 2015 | 23 | 4 | 18 | 1 | 0 |
| 2016 | 31 | 15 | 16 | 0 | 0 |
| 2017 | 38 | 15 | 20 | 1 | 2 |
| TOTAL | 171 | 56 | 103 | 10 | 2 |

Fuente: INDECOPI



Fuente: INDECOPI

Es notorio que los consumidores chilenos han hecho uso del convenio en mayor medida que los consumidores peruanos, ello puede deberse a diversas razones, que podrían ir desde el poder adquisitivo de la moneda de cada país hasta una distinta cultura del reclamo y educación del consumidor.

Más allá de los resultados, este convenio es el primero en Sudamérica que se celebra entre dos agencias de protección al consumidor y es, sin duda, un primer gran paso para una protección más plena del consumidor transfronterizo entre ambos países.

VIII. CONCLUSIONES

1. Es creciente el número de relaciones de consumo transfronterizo en todo el mundo y esa tendencia continuará sin ninguna posibilidad de retrotraerse.
2. El consumo transfronterizo trae una serie de problemas nuevos para los consumidores, en caso tengan que afrontar relaciones de consumo fraudulentas o engañosas, o relacionarse con proveedores negligentes.
3. Las agencias de protección al consumidor en todo el mundo deben prepararse para poder afrontar esta tendencia creciente del consumo transfronterizo de forma eficiente y ello solo lo lograrán cooperando entre las ellas.
4. Existen recomendaciones muy valiosas, propuestas por organismos internacionales, así como algunas soluciones ya establecidas por algunas autoridades para buscar solucionar los problemas del consumo transfronterizo, sobre todo soluciones a través de plataformas de Internet. No obstante, todas ellas se encuentran aún a nivel extra proceso formal, ya sea judicial o administrativo.
5. En el Perú, las normas del Código de Protección y Defensa del Consumidor, aplicables a los casos de consumo transfronterizo con efectos en nuestro país, se vienen interpretando en beneficio de los consumidores peruanos que realizan estas operaciones. No obstante, su aplicación práctica aún resulta bastante complicada y onerosa, sumado a la cuestionable eficacia del procedimiento frente a un proveedor extranjero.
6. El INDECOPI continúa realizando esfuerzos por tratar de dotar a los consumidores de herramientas novedosas que coadyuven a solucionar sus problemas de consumo, algunas de estas, como la próxima plataforma interactiva para gestionar reclamos también permitirán solucionar problemas de índole transfronterizo. Asimismo, el convenio celebrado con su par chileno es un importante y novedoso modelo que busca dotar a los consumidores de un instrumento ante potenciales problemas que podrían presentarse en las masivas relaciones de consumo transfronterizo que se realizan entre ciudadanos de ambos países.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. LEY 29571. Promulgado el 1 de septiembre de 2010.
- CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO, Protección de los consumidores en el comercio electrónico, UNCTAD, TD/B/C.I/CPLP/7, Ginebra, 2017.

- COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 2. Resolución 483-2013/CC2 de fecha 14 de mayo de 2013.
- COMISIÓN EUROPEA, Resolución de litigios en línea, en <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/?event=main.home.show>, consultado el 4 de diciembre de 2017.
- CONVENIO INTERINSTITUCIONAL DE COOPERACIÓN ENTRE SER-NAC E INDECOPI, suscrito el 3 de diciembre del 2011 en Tacna y Arica.
- Diario Gestión, Internet móvil: 69% de usuarios peruanos compró a través de su smartphone, publicado el 9 de marzo de 2017, en <https://gestion.pe/tecnologia/internet-movil-69-usuarios-peruanos-compro-traves-su-smartphone-2184109>, consultado el 10 de noviembre de 2017.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA – INEI, Series Nacionales, en <http://webinei.inei.gob.pe:8080/sirtodseries/>, consultado el 10 de noviembre de 2017.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, Datos Turismo, en <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html>, consultado el 10 de noviembre de 2017.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS, Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas, OCDE, París, 2003.
- PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, ¿Qué es Concilianet?, en <https://concilianet.profeco.gob.mx/Concilianet/comoconciliar.jsp>, consultado el 4 de diciembre de 2017.
- SALA DE ESPECIALIZADA EN PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DEL TRIBUNAL DEL INDECOPI, Resolución 1898-2014/SPC-INDECOPI de fecha 11 de junio de 2014.
- consumidor.gov.br, Sobre el Servicio, en
- <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/sobre-servico>, consultado el 4 de diciembre de 2017.
- SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE MIGRACIONES, Estadísticas de extranjeros, en <https://www.migraciones.gob.pe/index.php/estadisticas-extranjeros/>, consultado el 4 de diciembre de 2017.