

# Las Asociaciones de Consumidores en Lima: Desarrollo y Limitaciones

Gustavo A. Galván Pareja

**Resumen:** Se hace un estudio sobre las principales funciones que deben cumplir las asociaciones de consumidores y sobre la normatividad que las regula. A partir de ello, se evalúa el desarrollo de las asociaciones de consumidores en la ciudad de Lima, estableciendo la existencia de limitaciones que deben ser superadas para que puedan alcanzar sus objetivos.

**Palabras claves:** Consumidor, Asociaciones de Consumidores, Organismos reguladores

## Introducción

Dentro del modelo económico que se desarrolló en la década 1990-2000, el consumidor adquirió una importancia que hasta entonces no había tenido. La regulación del mercado que se estableció en ese entonces, dirigida a afianzar y preservar un sistema de libre competencia no tardó en ocuparse del consumidor, considerándolo como una pieza clave en las relaciones de intercambio. Aparecieron por aquel entonces no sólo normas de protección al consumidor que establecían sus derechos, sino también mecanismos de protección y procedimientos de reclamo antes inexistentes.

Los primeros estudios y evaluaciones demostraron sin mayor polémica que no existía entre consumidores y proveedores una cultura de respeto a los derechos del consumidor. Ni consumidores ni proveedores parecían ser conscientes de la importancia que el consumidor tiene para el desarrollo de las empresas como parte de su clientela y como calificador de sus niveles de eficiencia. Este panorama ha cambiado progresivamente y tanto consumidores como proveedores han ido adoptando nuevas actitudes frente a las relaciones de consumo, consistentes en ofrecer y demandar mayor información sobre productos y servicios o en crear mecanismos de solución amistosa de los reclamos, por ejemplo.

Por su parte, el Estado ha incrementado poco a poco los mecanismos de control y el acceso de los consumidores a procedimientos de reclamación o queja. No obstante, en la medida que la población aumenta, la capacidad del Estado de cumplir sus labores de difusión, regulación y solución de controversias decrece. Ante estas limitaciones, las organizaciones de consumidores se presentan como una opción recomendable para contribuir a la progresiva defensa de los derechos del consumidor y a la eliminación de prácticas abusivas de los proveedores.

Por ser Lima la ciudad con mayor población en el Perú, con un mercado sumamente activo en el que proliferan empresas de todas dimensiones ofreciendo productos y servicios a un amplio y variopinto sector de consumidores, son mayores los niveles de exposición y de riesgo de afectación de los derechos del consumidor. En este contexto, la aparición y crecimiento de las organizaciones de consumidores parece natural y necesaria. El presente estudio se ha trazado como objetivo hacer un diagnóstico de la situación de las asociaciones de consumidores en la ciudad de Lima. Para ello, hemos recurrido a un análisis legal de las normas que les son aplicables, así como a la recopilación y evaluación de campo respecto de la existencia y actuación de estas organizaciones. Los resultados y conclusiones se exponen a continuación.

## **La Protección al Consumidor y las Asociaciones de Consumidores**

Las normas de protección al consumidor constituyen normas especiales aplicables únicamente a relaciones de consumo entre proveedores y consumidores. Son reglas de excepción respecto de la normatividad general que rige a los contratos, las cuales al asignar derechos y obligaciones no convenidos

por las partes, limitan su autonomía en la determinación de los contenidos del contrato. Por ello, siempre serán materia de discusión los criterios en torno a los cuales se deben construir estas normas, pues resulta prioritario encontrar un equilibrio que evite el riesgo de excederse en la intervención y entorpecer el normal desarrollo de las actividades económicas y el riesgo de no garantizar al consumidor niveles de protección adecuados frente a la posibilidad de abusos de los proveedores.

En el Perú, el sistema de protección al consumidor ha sido construido en torno al criterio de asegurar al consumidor el acceso a la información suficiente y necesaria para tomar una decisión de consumo adecuada. Este criterio se construye sobre el presupuesto de la existencia de asimetría informativa entre consumidores y proveedores. Por ello, empezando por la Constitución que, en su artículo 65° indica que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios y “Para tal efecto, garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado”, podemos encontrar a cada paso en la Ley de Protección al Consumidor (Decreto Legislativo N° 716) y otras normas conexas, obligaciones a cargo del proveedor dirigidas a entregar información al consumidor.

Bullard (1) señala que el mercado tiende a producir información por su propio sistema de incentivos y estímulos, sin embargo también indica que existen diversas circunstancias que pueden dar lugar a que el mercado no produzca la cantidad necesaria de información, como por ejemplo cuando el costo que debe asumir el consumidor para obtener la información es demasiado elevado, cuando el consumidor desconoce el valor de la información que necesita o cuando el productor desarrolla estrategias que le impiden al consumidor acceder a información relevante. Es en estos casos que se torna relevante la existencia de una regulación a favor del consumidor dirigida a reducir la asimetría informativa.

Un conjunto importante de las normas de protección al consumidor contenidas en el Decreto Legislativo N° 716 tiene como finalidad asegurarle al consumidor el acceso a la información. De manera no exhaustiva, podemos mencionar la cláusula general que establece que todos los consumidores tienen derecho a recibir de los proveedores toda la información necesaria para tomar una decisión o realizar una decisión adecuadamente informada (art. 5, b); la obligación de colocar los precios en nuevos soles (art. 7A); la obligación de informar sobre la existencia de limitaciones en el suministro de partes o accesorios

o servicios de reparación (art. 11); la obligación de informar sobre ingredientes y componentes de productos destinados a la alimentación y salud (art. 15); la obligación de proporcionar la información de los productos nacionales en castellano y de informar en castellano sobre los productos extranjeros en lo relativo a las garantías, advertencias y riesgos previsibles (art. 16); la obligación de exhibir en las vitrinas los precios de los productos en ellas exhibidos (art. 17); la obligación de colocar las listas de precios en los establecimientos que expenden comidas y bebidas (art. 18); la obligación de informar sobre las condiciones del crédito otorgado al consumidor (art. 24); etc.

Sin embargo, la existencia de normas que establecen obligaciones para los proveedores de proporcionar la información u obligaciones de otra naturaleza, como la de no efectuar actos de discriminación, reparar los daños y perjuicios, proporcionar los productos y servicios en condiciones de idoneidad u otras, no garantizan un efectivo acceso de los consumidores a tales derechos, por lo que ante el incumplimiento de los proveedores o la afectación a los derechos del consumidor existen medios y procedimientos para presentar denuncias ante la Comisión de Protección al Consumidor del INDECOPI.

En este último aspecto, se pueden percibir claras limitaciones, pues más allá del procedimiento de denuncias y de las acciones aisladas que pueda realizar el INDECOPI de oficio, reposa sobre el propio consumidor la función de velar por el respeto de sus derechos. Es por ello que parte de los esfuerzos de INDECOPI se orientan a formar una cultura de respeto a los derechos del consumidor tanto entre los proveedores como entre los propios consumidores. Hacia ello se dirigen sus acciones educativas en centros educativos y empresas, acciones preventivas y de promoción, difusión de acciones de investigación sobre aspectos específicos de interés de los consumidores (se han difundido estudios comparativos sobre demoras de atención en bancos o sobre el desempeño de empresas de transporte interprovincial de pasajeros, por ejemplo), etc.

Si bien, como señala INDECOPI, se evidencian cambios favorables en la conducta del consumidor, quien conoce mejor sus derechos y tiene mayor disposición a ejercerlos, sobre todo cuando se vincula al sector formal (2), y existen también cambios perceptibles en el sector empresarial (3), el cual es más abierto a favorecer una conciliación con el cliente, no es menos cierto que la actuación de los consumidores de manera aislada no puede conducir a resultados de carácter general a favor de amplios sectores de consumidores y que, en los

casos de reclamos por montos menores resulta más “barato” en términos de tiempo (sin contar la asesoría legal que podría requerir) para el consumidor no reclamar que seguir un procedimiento legal contra el proveedor.

En estas circunstancias las asociaciones de consumidores se presentan como una alternativa viable y consistente para que los intereses de los consumidores trasciendan el ámbito del reclamo individual hacia la protección de intereses colectivos o difusos del grupo.

### **Funciones de las Asociaciones de Consumidores**

Alfredo Bullard (4) denomina “protección colectiva autónoma” al mecanismo de protección consistente en la organización colectiva de consumidores a través de asociaciones. La acción de estas entidades se vincula fundamentalmente con la mejora de la provisión de información disponible en el mercado, cuyo costo en el caso de que sea muy elevado, puede ser asumido por la asociación con cargo a los recursos que le permiten funcionar. Es decir, el costo de obtener información sobre la calidad de un producto o servicio que no puede ser asumido de manera individual por ningún consumidor, pese a que es de interés común, sí puede ser cubierto por un ente abstracto que reuniendo recursos de los consumidores que lo integran y de otras fuentes, cuenta con la capacidad económica suficiente para realizar los estudios necesarios a efectos de obtener la información requerida.

En cuanto a la información, las asociaciones de consumidores no agotan su actuación al realizar las acciones necesarias para generarla, sino que también cumplen un importante papel en lo referido a su difusión. Además, estas actividades de difusión no se limitan a la información por ellas generada, sino que se extienden a todo lo relativo a los derechos del consumidor. De esta manera, cumplen también un importante papel educativo.

Otra función importante de las asociaciones de consumidores es la de representar los intereses individuales o colectivos de los consumidores ante los órganos administrativos y jurisdiccionales. El artículo 4º de la Ley de Protección al Consumidor señala que las Asociaciones de Consumidores se constituyen de conformidad con las normas del Código Civil y que su finalidad es la protección de los consumidores. Asimismo, indica que su representación se limita a sus

asociados y a las personas que hayan otorgado poder en su favor para la interposición de denuncias y reclamos.

La Resolución N° 049-2001-INDECOPI/DIR amplía el ámbito de actuación de las asociaciones de consumidores al precisar que pueden actuar en defensa de intereses individuales o difusos (5). Esta ampliación alcanzó nivel legal mediante la Ley N° 27846 del 11 de octubre del 2002 que precisó que las Asociaciones de Consumidores “debidamente reconocidas por INDECOPI” están legitimadas para interponer denuncias por sí mismas ante la Comisión de Protección al Consumidor y demás órganos funcionales competentes de INDECOPI (6) en defensa de intereses colectivos y/o difusos y en representación de sus asociados y de quienes les otorguen poder con tal fin. El artículo 2° de la misma ley establece igual facultad de actuación de las asociaciones de consumidores ante OSIPTEL, OSINERG, OSITRAN y SUNASS.

Las asociaciones de consumidores para ser reconocidas por el INDECOPI y así poder actuar en los procedimientos antes mencionados deben inscribirse, de manera gratuita, en el registro creado para tal efecto, según lo establece el artículo 2° de la Directiva N° 001-2003-INDECOPI/DIR “Normas para la intervención de asociaciones de consumidores en procedimientos administrativos ante la Comisión de Protección al Consumidor y demás órganos funcionales competentes del INDECOPI”.

Respecto de su actuación ante el Poder Judicial, el artículo 82° del Código Procesal Civil señala que pueden intervenir en defensa de intereses difusos las asociaciones sin fines de lucro que según la ley y el criterio del juez estén legitimadas para ello.

La representación de los intereses de los consumidores no se limita a la actuación en procedimientos administrativos o judiciales, puesto que cada vez es de mayor importancia la participación del consumidor en la discusión pública sobre las normas y políticas públicas que les afectan. Por tal motivo, la Ley N° 27332 “Ley Marco de los organismos reguladores de la inversión privada en los servicios públicos” establece que Los Organismos Reguladores contarán con uno o más Consejos de Usuarios cuyo objetivo es constituirse en mecanismos de participación de los agentes que tienen intereses en la actividad regulatoria del Estado en cada sector involucrado.

## **El Estado Frente a las Asociaciones de Consumidores.**

La ley 27311, “Ley de Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor” modificó el artículo 45 del Decreto Legislativo 716 estableciendo que el Directorio del INDECOPI podía celebrar convenios de cooperación interinstitucional con asociaciones de consumidores. Asimismo, estableció que se podía disponer que un porcentaje de las multas administrativas impuestas en procesos promovidos por estas asociaciones sea destinado a financiar publicaciones, labores de investigación o programas de difusión a su cargo.

La Ley N° 27486 del 11 de octubre del 2002 amplió esta disposición, autorizando a los Consejos Directivos de INDECOPI, OSITRAN, OSINERG, SUNASS Y OSIPTEL a celebrar convenios de cooperación interinstitucional con asociaciones de consumidores legalmente reconocidas autorizándolas a disponer en su favor hasta el 50% de las multas impuestas en los casos promovidos por esas asociaciones. En el caso de INDECOPI, antes de la emisión de esta ley, se había reglamentado el artículo 45° de la Ley de Protección al Consumidor mediante la Directiva N° 048-2001-INDECOPI/DIR, estableciendo la facultad de disponer de hasta un 50% de las multas administrativas a favor de las asociaciones y fijando un procedimiento de rendición de cuentas sobre el uso de dichos recursos.

## **Asociaciones de Consumidores en la Ciudad de Lima**

A fin de determinar los niveles de actuación de las asociaciones de consumidores en la ciudad de Lima, se recurrió al Registro de Asociaciones de Consumidores del INDECOPI, toda vez que, como ya hemos indicado, el registro de la asociación es un requisito necesario para su actuación en los procesos administrativos de dicha entidad.

Hasta el mes de agosto del 2006 existían registradas 18 asociaciones de las cuales la mayor parte (siete) se encuentran inscritas en la ciudad de Lima, en tanto que en Arequipa sólo hay tres y en Piura también (dos en Piura y una en Paita).

En cuanto a las Asociaciones de Consumidores registradas con sede en la ciudad de Lima, se realizaron dos visitas en horario de oficina a las direcciones que se indican en el registro, a efectos de sostener entrevistas que permitan

verificar su funcionamiento, obteniéndose los siguientes resultados:

- \* Solamente tres asociaciones se encuentran operativas en las direcciones indicadas.
- \* En cuatro casos se encontraron en las direcciones indicadas oficinas cerradas o dedicadas a otras actividades.
- \* En uno de los tres casos en que se informó que la asociación estaba operativa, la oficina era compartida con otra entidad dedicada a otro tipo de actividades. No existía ningún anuncio que indicara que era la sede de una asociación de consumidores.

Podemos inferir de esta información que existe un número mínimo de asociaciones de consumidores, lo cual posiblemente se encuentre vinculado a las dificultades económicas para su subsistencia.

Respecto de la actuación de las Asociaciones de Consumidores a través de la presentación de denuncias ante la Comisión de Protección al Consumidor de INDECOPI, entre 1998 y el mes de julio del 2003 se presentan las siguientes cifras (Cuadro N° 1) (7)

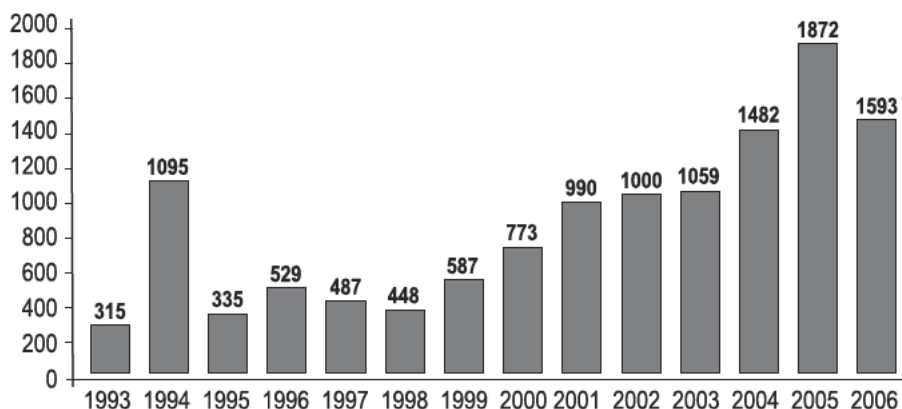
**Cuadro N° 1: Número de denuncias por año entre 1998 y 2003**

Año	N° de Denuncias
1988	2
1999	0
2000	2
2001	2
2002	9
2003	29

Esta cantidad de denuncias es mínima si la comparamos con el total de denuncias recibida por la Comisión de Protección al Consumidor de INDECOPI:



Gráfico 1: Comisión de Protección al Consumidor  
Procedimientos iniciados  
(1993 - julio 2006)



1/A julio del 2006

Fuente: Comisión de Protección al Consumidor. INDECOPI

Esta situación ha conducido a INDECOPI a señalar que, pese a las normas que permiten a las asociaciones percibir parte de los importes derivados de las multas administrativas, hasta el año 2004 el nivel de denuncias presentadas por las asociaciones se mantenía por debajo del 5% del total de denuncias presentadas (8).

### **Participación de Asociaciones de Consumidores en Organismos Reguladores**

Hemos indicado previamente que una de las funciones de las asociaciones de consumidores es participar en la discusión pública sobre normas y políticas que afectan a los consumidores. Por tal motivo, los organismos reguladores están obligados a constituir Consejos de Usuarios en los cuales participen las asociaciones de consumidores. Actualmente, se cuenta con Consejos de Usuarios con presencia de asociaciones de consumidores en las siguientes entidades:

### Consejo de Usuarios Sunass Lima

Nº	Organización
1	Asociación Peruana de Consumidores y usuarios - ASPEC
2	Universidad del Pacífico
3	Universidad Nacional de Ingeniería - UNI
4	Cámara de Comercio de Lima
5	Colegio de Abogados de Lima

Fuente: SUNASS

### Consejo de Usuarios Sunass Norte

Nº	Departamento	Organización
1	Cajamarca	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca
2	Lambayeque	Asoc. de Consumidores y Usuarios de Lambayeque
3	La Libertad	Universidad Privada
4	Piura	Colegio de Ingenieros de Piura
5	Tumbes	Colegio de Ingenieros de Tumbes

Fuente: SUNASS

### Consejo de Usuarios Sunass Sur I

Nº	Departamento	Organización
1	Arequipa	Asociación en Defensa de los Derechos del Consumidor San Francisco
2	Ica	Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica
3	Cusco	Asociación Civil Transparencia de Lucha contra la Corrupción, Defensa del Consumidor y Usuario Emiliano Huamantica
4	Puno	Asociación Regional de Usuarios y Consumidores de Servicios Públicos de Puno
5	Tacna	Colegio de Abogados de Tacna

Fuente: SUNASS

### Consejo de Usuarios OSIPTEL

Nº	Organización
1	Asociación en Defensa de los Derechos del Consumidor San Francisco
2	Asociación de usuarios, y consumidores, precios, intereses y tarifas justas - ADUYC
3	Asociación Peruana de Consumidores y usuarios - ASPEC
4	Consejo Departamental de La Libertad del Colegio de Ingenieros del Perú
5	Asociación Peruana Pro Energía y Medio Ambiente - APPEYMA
6	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Fuente: OSIPTEL

### Consejo de Usuarios OSINERG

Nº	Organización
1	Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú APEMIPE- R.L.W.
2	Asociación de Consumidores y Usuarios de Lambayeque ACYULAM
3	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC

Fuente: OSINERG

### Consejo de Usuarios de Aeropuertos de Ositrán

Nº	Organización
1	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC
2	Universidad del Pacífico
3	Cámara de Comercio de Lima
4	Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU
5	Asociación de Empresas de Transporte Aéreo Internacional - AETAI
6	Asociación de Exportadores - ADEX
7	Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT
8	Asociación Peruana de Agentes de Carga Internacional - APACIT
9	Cámara Nacional de Turismo del Perú - CANATUR
10	International Air Transport Association - IATA

Fuente: OSITRAN

### Consejo de Usuarios de Aeropuertos de Ositran

Nº	Organización
1	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC
2	Universidad del Pacífico
3	Cámara de Comercio de Lima
4	Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU
5	Asociación de Empresas de Transporte Aéreo Internacional - AETAI
6	Asociación de Exportadores - ADEX
7	Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT
8	Asociación Peruana de Agentes de Carga Internacional - APACIT
9	Cámara Nacional de Turismo del Perú - CANATUR
10	International Air Transport Association - IATA

Fuente: OSITRAN

### Consejo de Usuarios de la Red Vial de Ositran

Nº	Organización
1	Asociación de Exportadores - ADEX
2	Asociación de Propietarios de Ómnibus Interprovinciales del Perú
3	Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas
4	Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC
5	Colegio de Ingenieros del Perú - Consejo Departamental de Lima
6	Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU

Fuente: OSITRAN

### Conclusiones: Desarrollo y Limitaciones de las Asociaciones de Consumidores en Lima

Lo revisado hasta este punto nos permite afirmar que las asociaciones de consumidores en Lima tienen un escaso desarrollo. Hemos identificado solamente tres asociaciones en funcionamiento inscritas en INDECOPI, entre las cuales por lo menos una aparentemente no realiza actividades continuas y de envergadura. Asimismo, se ha podido determinar que su participación porcentual

respecto del total de denuncias presentadas ante INDECOPI es mínima, pese a la existencia de normas que las favorecen al hacerlas perceptoras de parte de las multas administrativas que se puedan percibir como consecuencia de la denuncia formulada.

Sin embargo, debemos matizar nuestra afirmación en tanto podrían existir otras asociaciones de consumidores que realicen acciones de difusión y de provisión de información que no se hayan registrado ante INDECOPI, toda vez que el registro se requiere solamente para realizar acciones administrativas ante esa entidad o ante los organismos reguladores.

Podemos especular respecto de los motivos por los cuales las asociaciones de consumidores no tienen mayor desarrollo. Estas entidades, siendo asociaciones civiles sin fines lucrativos deben sostenerse con las cuotas que aporten sus asociados, por lo que debido al nivel de gastos que puede requerir su actividad necesitarían contar con un importante número de asociados para poder operar. En caso contrario, estas entidades para subsistir deberán recurrir a fuentes externas, tales como donaciones de sectores interesados en la difusión y protección de los derechos del consumidor.

Se demuestra así que está aún por construir el vínculo sólido que debe existir entre las asociaciones y los consumidores. Para ello será necesario que los consumidores tomemos conciencia de que nuestra participación activa en la defensa de nuestros derechos tendrá efectos beneficiosos tanto a nivel colectivo como a nivel individual.

Otro aspecto que merece resaltarse es la relación entre las asociaciones de consumidores y el Estado. Al respecto, Juan Espinoza (9) sostiene que los convenios de cooperación interinstitucional y el apoyo económico del Estado no son suficientes para que las asociaciones brinden información adecuada. En tal sentido, propone que el Estado otorgue a las asociaciones mecanismos de difusión de información relevante como serían transmisiones gratuitas de radio y televisión, adiestramiento a los consumidores mediante cursos o charlas en instituciones educativas escolares y universitarias y apoyo a los proyectos que presenten para formación de consumidores informados.

Consideramos que las asociaciones de consumidores deben mantener independencia en su actuación respecto del Estado, especialmente si tenemos en

cuenta que en determinadas materias pueden existir intereses divergentes; sin embargo, el Estado, reconociendo el rol que las asociaciones cumplen y en acatamiento del mandato constitucional de protección al consumidor, debe implementar mecanismos de coordinación e interacción que sirvan no sólo para la difusión de información, sino para que progresivamente las asociaciones de consumidores logren establecerse y ampliar su campo de acción para alcanzar mayor cobertura que la escasa que actualmente tienen.

En esta vía sería también conveniente que la regulación existente sobre las asociaciones de consumidores asuma una forma orgánica, toda vez que actualmente se compone de normas dispersas de distinto rango y alcance.

## Notas

1. Bullard Gonzáles, Alfredo. “El derecho a equivocarse. La contratación masiva y la protección al consumidor”. En: Derecho y Economía. El análisis económico de las instituciones legales. Pp. 353-354.
2. Documento de Trabajo N° 1-2004 “Nuevos desafíos y retos pendientes en las políticas de protección al consumidor en el Perú”. Gerencia de Estudios Económicos del INDECOPI, Lima, Mayo 2004 pp. 85.
3. Documento de Trabajo N° 1-2004 “Nuevos desafíos y retos pendientes en las políticas de protección al consumidor en el Perú”. Gerencia de Estudios Económicos del INDECOPI, Lima, Mayo 2004 pp. 95.
4. Op. Cit. p. 354 - 355.
5. El artículo 82° del Código Procesal Civil define al interés difuso como “... aquel cuya titularidad corresponde a un conjunto indeterminado de personas, respecto de bienes de inestimable valor patrimonial, tales como el medio ambiente o el patrimonio cultural o histórico o del consumidor.”
6. El artículo 3 de la Directiva N° 001-2003-INDECOPI/DIR “Normas para la intervención de asociaciones de consumidores en procedimientos administrativos ante la Comisión de Protección al Consumidor y demás órganos funcionales competentes del INDECOPI” establece que las asociaciones de consumidores tienen legitimidad para obrar ante los siguientes órganos de INDECOPI:
  - Comisión de Represión de Competencia Desleal en supuestos de infracción a normas de competencia desleal y de publicidad en defensa del consumidor.

- Comisión de Libre Competencia respecto de infracciones a las normas de eliminación de prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia, con excepción de las infracciones a normas antimonopolio y antioligopolio del sector eléctrico.
- Comisión de acceso al mercado, respecto de infracciones a normas sobre procedimientos administrativos, simplificación administrativa y libre tránsito de personas y bienes.
- Comisión de normas técnicas, en supuestos de infracciones a normas técnicas efectuadas por entidades contrastadoras.
- Oficina de Signos Distintivos y Oficina de Inventiones y Nuevas Tecnologías, acreditando la representación del titular del respectivo derecho.

No podrán presentar denuncias ante la Comisión de Procesos Concursales ante la Comisión de Dumping y Subsidios

7. Información tomada de Ley de Protección al consumidor. Juan Espinoza Espinoza. Página 59.
8. Documento de Trabajo N° 1-2004 “Nuevos desafíos y retos pendientes en las políticas de protección al consumidor en el Perú”. Página 112.
9. Op. Cit., pág. 58.

## **Bibliografía**

- Bullard Gonzáles, Alfredo. “El derecho a equivocarse. La contratación masiva y la protección al consumidor”. En: Derecho y Economía. El análisis económico de las instituciones legales. Pp. 329 470. Palestra, Lima, 2003.
- Espinoza Espinoza, Juan. Ley de Protección al consumidor. Rodhas, Lima, 2004.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual. Nuevos desafíos y retos pendientes en las políticas de protección al consumidor en el Perú. Documento de Trabajo N° 1-2004. Gerencia de Estudios Económicos. Lima, Mayo 2004.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual. Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor: Diagnóstico y Propuesta. Documento de Trabajo N° 001-2000 del Área de Estudios Económicos del INDECOPI, publicado el 15 de marzo del 2000 en el Diario Oficial El Peruano.