

A

CTUALIDAD JURIDICA

INFORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA ABOGADOS Y JUECES

Especial

PROCEDENCIA DE LA ACUMULACIÓN DE FILIACIÓN EXTRAMATRIMONIAL Y ALIMENTOS

EN ESTE NÚMERO ESCRIBEN

46 AUTORES
ENTRE OTROS:

Juan Espinoza Espinoza
Mario Castillo Freyre
Günther Hernán Gonzales Barrón
Emilia Bustamante Oyague
Rolando Castellares Aguilar
Ivo Gagliuffi Piercechi
Daniel Echaiz Moreno
Adolfo Céspedes Zavaleta
Carlo Magno Salcedo Cuadros
Benjamín Aguilar Llanos

218

Sobre la necesidad de considerar al conviviente como sucesor ab intestato en el Perú

Más allá de la reivindicatoria. Los frutos, la indemnización y las mejoras

La problemática actual de los delitos contra la libertad sexual

El tratamiento de los consorcios en las contrataciones públicas

La amenaza en los procesos de amparo laboral

Los métodos comerciales coercitivos

Análisis crítico del régimen normativo del libro de reclamaciones en el Perú

Las contingencias tributarias generadas por la presentación de una declaración jurada rectificatoria

La intervención de terceros en el proceso civil



ISSN 1812-9552



9 771812 955000 >

GACETA
JURIDICA

A

ACTUALIDAD MERCANTIL



ANÁLISIS JURÍDICO	Análisis crítico del régimen normativo del libro de reclamaciones en el Perú	309
INFORMES PRÁCTICOS	Los métodos comerciales coercitivos. Especial referencia al recupero de lo cobrado con el llenado abusivo de títulos valores	316
	La tutela cautelar en los procedimientos por actos de competencia desleal en la modalidad de denigración ¿La indecisión de la autoridad afecta la represión de la competencia desleal?	323
ACTUALIDAD LEGISLATIVA Y JURISPRUDENCIAL	Cuadro de modificaciones y derogaciones del mes	328
	Cuadro de nuevas normas o sentencias del mes	331
	Resumen legal y jurisprudencial mercantil	333
CONSULTAS	El contrato de asociación en participación no debe inscribirse en Registros Públicos ni llevar contabilidad independiente	342
	La sola incorporación de una marca en la frase que pretende registrarse como lema comercial no le otorga distintividad	344
JURISPRUDENCIA COMENTADA	Jurisprudencia	348
	¿Don diablo se ha escapado pero Indecopi lo ha frenado? Un pronunciamiento saludable y una reforma pendiente	353

Análisis crítico del régimen normativo del libro de reclamaciones en el Perú*

Daniel **ECHAIZ MORENO****

SUMARIO

Introducción. **I.** El libro de reclamaciones y el Derecho del Consumidor en el Perú. **II.** La normativa peruana antes del 2010. **III.** La normativa peruana a partir del 2010. **IV.** El libro de reclamaciones en el Decreto Supremo N° 077-2010-PCM. **V.** El libro de reclamaciones en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. **VI.** El libro de reclamaciones en el Reglamento del Libro de Reclamaciones. **VII.** El formato de la hoja de reclamación del libro de reclamaciones. **VIII.** Diagnóstico del libro de reclamaciones. Conclusiones. Propuestas.

MARCO NORMATIVO

- Constitución Política: art. 65.
- Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 (02/09/2010): arts. 150, 151 y 152.
- Reglamento del Libro de Reclamaciones, Decreto Supremo N° 011-2011-PCM (19/02/2011).

INTRODUCCIÓN

Dos anotaciones que nos servirán como punto de partida:

* Ponencia sustentada en el "I Congreso Nacional de Derecho del Consumidor, a un año de la puesta en vigencia del Código de Protección y Defensa del Consumidor", organizado por la Revista Ius et Praxis de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lima. La exposición se efectuó el 16 de noviembre de 2011.

** Doctorando en Derecho y magister en Derecho de la Empresa por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Abogado *summa cum laude* por la Universidad de Lima. Catedrático de las Facultades de Derecho de la Universidad de Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Universidad ESAN y Universidad San Ignacio de Loyola y de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Socio fundador de Echaiz Estudio Jurídico Empresarial.

El libro de reclamaciones se incorporó a nuestro ordenamiento jurídico recién a partir de julio de 2010 y actualmente se encuentra regulado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor y en su respectivo reglamento. En el presente informe se da cuenta de ese proceso de incorporación y se analizan los aspectos más relevantes del régimen normativo de esta institución. Así, el autor considera que el libro de reclamaciones es un mecanismo de seudoprotección del consumidor que no aporta mayor efectividad, pero como actualmente existe plantea algunas propuestas para su adecuada implementación.

TEMA RELEVANTE

A CTUALIDAD MERCANTIL

- El célebre Walt Disney decía: "En Disneyland, los visitantes son nuestros invitados"¹.
- Por su parte, para el complejo hotelero Dunn Hospitality Group "cada empleado tiene obligaciones muy concretas pero la reclamación de un invitado es responsabilidad del empleado que la recibe, independientemente del área que implique"².

Independientemente que exista o no el libro de reclamaciones, ambas corporaciones extranjeras saben perfectamente el valor del respecto al consumidor y cómo deben actuar en el mercado en relación a aquel si desean trascender en el tiempo; y vaya que sí lo han logrado.

No obstante, en los últimos dos años se dejan ver imágenes que adornan los establecimientos comerciales en el Perú, como estas:



De acuerdo con el Anexo del Libro de Reclamaciones deberá tener un tamaño mínimo de una hoja A4. Asimismo, la base "Libro de Reclamaciones" deberá tener un tamaño mínimo de 1x1 centímetros y la letra de la base "Conforme a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor este establecimiento cuenta con un Libro de Reclamaciones a tu disposición Solicítalo para registrar una queja o reclamo" deberá tener un tamaño mínimo de 0.5x0.5 centímetros.



De acuerdo con el Anexo del Libro de Reclamaciones deberá tener un tamaño mínimo de una hoja A4. Asimismo, la base "Libro de Reclamaciones" deberá tener un tamaño mínimo de 1 centímetro x 1 centímetro. Con este establecimiento cuenta con un Libro de Reclamaciones a tu disposición. Solicítalo para registrar una queja o reclamo." deberá tener un tamaño mínimo de 2 centímetros.

I. EL LIBRO DE RECLAMACIONES Y EL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL PERÚ

El Derecho del Consumidor en el Perú conoce desde hace poco tiempo una nueva institución: el libro de reclamaciones³. En efecto:

- El Decreto de Urgencia N° 077-2010-PCM publicado en el diario oficial *El Peruano* el 30 de julio del 2010 normó el libro de reclamaciones en establecimientos abiertos al público.
- Posteriormente, se promulgó el Código de Protección y Defensa del Consumidor mediante la Ley N° 29571 publicada en el diario oficial *El Peruano* el 2 de setiembre de 2010 donde se regula al libro de reclamaciones dentro de la justicia de consumo⁴.
- Finalmente en este breve recuento, se dictó el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM publicado en el diario oficial *El Peruano* el 19 de febrero de 2011 que reglamenta al libro de reclamaciones.

Norma legal	Fecha de publicación	Concepto
Decreto Supremo N° 077-2010-PCM	30/07/2010	Regula al libro de reclamaciones en establecimientos abiertos al público.
Ley N° 29571	02/09/2010	Código de Protección y Defensa del Consumidor, regula al libro de reclamaciones dentro de la justicia de consumo.
Decreto Supremo N° 011-2011-PCM	19/02/2011	Reglamenta al libro de reclamaciones.

II. LA NORMATIVA PERUANA ANTES DEL 2010

- El antecedente más remoto de la normativa del Derecho del Consumidor en el Perú lo encontramos en

1 Cfr. CAPODAGLI, Bill y JACKSON, Lynn. *La gestión al estilo Disney. Cómo aplicarla a su empresa*. Ediciones Deusto, Colección Grandes Casos Empresariales, Barcelona, 2007, p. 71.
 2 Cfr. CAPODAGLI, Bill y JACKSON, Lynn. Ob. cit., p. 76.
 3 Cfr. "Hora de atender reclamos". En: *Diario El Comercio*. Suplemento Mi Empresa, Lima, 15 de mayo de 2011, p. 12.
 4 Cfr. PÉREZ, Dennis. "El Código del Consumidor, nuestra realidad ahora". En: *Diario Gestión*. Lima, 4 de noviembre de 2011, p. 16.

1979 cuando la Constitución Política del Perú estipuló en su artículo 110 *in fine*: “[El Estado] defiende el interés de los consumidores”.

- b) Sin embargo, la regulación normativa específica data de 1991 cuando se expidió la primera Ley de Protección al Consumidor a través del Decreto Legislativo N° 716 publicada en el diario oficial *El Peruano* el 9 de noviembre de 1991.
- c) Luego, la nueva Constitución Política del Perú de 1993 prescribió en su artículo 65 ab initio: “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios”.
- d) Posteriormente se dictó el Texto Único Ordenado de la Ley de Protección al Consumidor mediante el Decreto Supremo N° 039-2000-ITINCI publicado en el diario oficial *El Peruano* el 11 de diciembre del 2000.

En ninguno de los dos textos constitucionales ni en los otros dos dispositivos jurídicos se alude al libro de reclamaciones, manteniéndose esta situación hasta julio de 2010. El libro de reclamaciones era pues una institución inexistente en la normativa peruana antes del 2010.

III. LA NORMATIVA PERUANA A PARTIR DEL 2010

El libro de reclamaciones aparece como una nueva institución de la normativa peruana a partir de julio del 2010. Como ya anotamos, desde entonces se han sucedido el Decreto de Urgencia N° 077-2010-PCM, el Código de Protección y Defensa del Consumidor y el Reglamento del Libro de Reclamaciones. Se ha afirmado como argumento *central a favor del mencionado libro de reclamaciones* que promueve el empoderamiento del consumidor, criterio del cual discrepamos, preguntándonos más bien: ¿libro de reclamaciones?, ¿o libro de ilusiones?, ¿o, peor aún, libro de desilusiones? Por nuestra parte, cuando se dictó la primera de las normas aludidas, es decir, el Decreto de Urgencia N° 077-2010-PCM, planteamos nuestras discrepancias⁵.

IV. EL LIBRO DE RECLAMACIONES EN EL DECRETO SUPREMO N° 077-2010-PCM

Las críticas que, en su momento, formulamos contra el Decreto Supremo N° 077-2010-PCM, derogado mediante la Ley N° 29571, fueron las siguientes:

- a) No es cierto que, como se señala en el cuarto considerando, con el libro de reclamaciones se garantice al consumidor a ser atendido por los proveedores de bienes o servicios en las mejores condiciones de calidad y garantía.
 - En efecto, por un lado, no es un derecho del consumidor el ser atendido “en las mejores condiciones” de calidad y garantía, sino en condiciones de calidad y garantía; si es mejor o no, eso lo evalúa el propio mercado.

- Por otro lado, no es presupuesto de una mejor condición de calidad o garantía la existencia del libro de reclamaciones porque, de ser así, se exigiría entonces en todo establecimiento comercial y no solo en aquellos abiertos al público.
- b) El libro de reclamaciones no era entonces aplicable, a pesar que ya se encontraba formalmente vigente (según el artículo 4), ya que:
 - Faltaba reglamentar por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (en adelante: Indecopi)⁶ los formatos estandarizados (artículo 1), la aplicación gradual (artículo 1), el correo electrónico para denuncias (artículo 4) y las sanciones por incumplir con tener el libro de reclamaciones, con exhibirlo, con remitir el reclamo, con formular el descargo, etc.
 - Tampoco se explica en dicha norma cuál es el efecto jurídico de la constancia asentada ante la Comisaría, cuando luego no se acude al Indecopi.
 - Había que especificar qué formalidades debía tener dicho libro de reclamaciones (por ejemplo: si sería legalizado antes de su uso) y qué sucedía si se extraviaba o si se deterioraba (por ejemplo: si un consumidor ofuscado arrancaba algunas páginas, ¿sería responsable el gerente general de la empresa proveedora, como representante legal de esta?).
- c) El libro de reclamaciones no es un mecanismo práctico porque encarece la relación de consumo.
 - Nos preguntábamos quién asumía el costo de tener un libro de reclamaciones, en hojas desglosables y autocopiativas, debidamente numerados y en formatos estandarizados.
 - Hacíamos notar que la norma *sub examine* era aplicable a todo “establecimiento abierto al público”, con lo cual esto alcanzaba a las grandes Tiendas por Departamento, pero también a los puestos del mercado y a los kioscos de periódicos.
- d) No se decía si el libro de reclamaciones significaba una vía previa para acudir ante el Indecopi.
 - De ser una vía previa, significaba entonces que un consumidor insatisfecho tenía que solicitar ineludiblemente el libro de reclamaciones (¿había plazo para solicitarlo?, ¿tendría que ser al momento de la compra o podría ser después, cuando en casa se diera cuenta del defecto del producto?). Esto conllevaba a tres alternativas: i) que le entreguen el libro, pero no remitan el reclamo del consumidor al Indecopi; ii) que le entreguen el libro, que remitan el reclamo del consumidor al Indecopi, pero no el descargo del proveedor; y iii) que no le entreguen el libro al consumidor. En el primer caso tendría

5 Cfr. ECHAIZ MORENO, Daniel. “Reclamo al libro de reclamaciones”. En: *La Ley*. Gaceta Jurídica, N° 33, Lima, 31 de agosto de 2010, Año 3, p. 12.

6 Cfr. “Aún falta reglamento para la vigencia del libro de reclamaciones”. En: *Diario Gestión*. Lima, 17 de agosto de 2010, p. 9.

que esperar 72 horas, en el segundo caso también y en el tercer caso tendría que acudir a la Comisaría para dejar constancia y enviar un mail al Indecopi. Recién ahí podría empezar su procedimiento administrativo ante el Indecopi y, posteriormente si pretendiese una indemnización, su proceso judicial.

- De no ser una vía previa –lo cual parecía al decir que “podrá” dejarse constancia ante la Comisaría de que se le negó la entrega del libro de reclamaciones, así como que “podrá” informar de ello al Indecopi (artículo 3.2)– entonces ¿para qué existe la obligación del libro de reclamaciones?, ¿acaso por el hecho de asentar un reclamo ya se resolvió el problema? Se dirá que es un mecanismo disuasivo, pero es que ¿acaso se cree que los consumidores solicitarán los libros de reclamaciones antes de efectuar una transacción para saber si anteriormente reclamaron ante ese proveedor?

Creemos que [en el Código de Protección y Defensa del Consumidor] debió haber mayor precisión [respecto a quienes están obligados a contar con un libro de reclamaciones] para evitar que el Reglamento (...) desnaturalice esta norma (...), aprovechándose de la supuesta remisión.”

comerciales, señalando que el reglamento establecerá las condiciones, los supuestos y las demás especificaciones (artículo 150).

- Creemos que aquí debió haber mayor precisión para evitar que el Reglamento del libro de reclamaciones desnaturalice esta norma –como lo veremos más adelante–, aprovechándose de la supuesta remisión. Debió decirse, por ejemplo, que se aplica a todo establecimiento comercial abierto al público.

- b) Como un mecanismo informativo se exige que los establecimientos comerciales exhiban un aviso que indique la existencia del libro de reclamaciones y el derecho de los consumidores de solicitarlo (artículo 151).

- c) El libro de reclamaciones servirá para que los consumidores formulen su queja o reclamo respecto de los productos o los servicios ofertados (artículo 152), de manera tal que existen dos alternativas: formular una queja o formular un reclamo.

los productos o los servicios ofertados (artículo 152), de manera tal que existen dos alternativas: formular una queja o formular un reclamo.

- d) Los establecimientos comerciales están obligados a remitir al Indecopi la documentación correspondiente al libro de reclamaciones cuando aquel lo requiera (artículo 152).

- En tal orden de ideas, no hay obligación de remitir periódicamente el libro de reclamaciones o la información correspondiente a la autoridad, sino solo a requerimiento de esta, pudiendo ser que nunca se produzca dicho requerimiento.

- La reclamación queda pues como un simple recuerdo o, parafraseando el título de una reciente entrevista, como “un libro para leer quejas y reclamos de los consumidores”⁷.

- e) En los procedimientos sancionadores, el proveedor denunciado deberá remitir copia de la queja o el reclamo junto a sus descargos (artículo 152).

- Daría la impresión que, previamente al inicio del procedimiento sancionador, el consumidor debió formular su queja o reclamo en el libro de reclamaciones de su proveedor, aunque el Reglamento señala lo contrario, como lo veremos más adelante.

V. EL LIBRO DE RECLAMACIONES EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado mediante Ley N° 29571, regula en su Título VII el “Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor” y, dentro de este, se encuentra el Capítulo II dedicado a la “Justicia de consumo”, cuyo Subcapítulo III se avoca a “El libro de reclamaciones”, comprendiendo los artículos 150 (Libro de reclamaciones), 151 (Exhibición del libro de reclamaciones) y 152 (Entrega del libro de reclamaciones).

Estructura normativa	
Título VII	Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.
Capítulo II	Justicia de consumo
Sub capítulo III	El libro de reclamaciones
Artículo 150	Libro de reclamaciones
Artículo 151	Exhibición del libro de reclamaciones
Artículo 152	Entrega del libro de reclamaciones

Las principales novedades del Código de Protección y Defensa del Consumidor en materia del libro de reclamaciones son las siguientes:

- a) La obligación de contar con un libro de reclamaciones recae genéricamente en los establecimientos

VI. EL LIBRO DE RECLAMACIONES EN EL REGLAMENTO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES

El Decreto Supremo N° 011-2011-PCM reglamenta al libro de reclamaciones, el mismo que consta de 15 artículos y dos anexos, siendo sus aspectos normativos más resaltantes los siguientes:

⁷ Cfr. “Un libro para leer quejas y reclamos de consumidores”. En: *Diario Gestión*. Lima, 4 de marzo de 2011, p. 28.

- a) Restringe su ámbito de aplicación solo a los establecimientos comerciales abiertos al público (artículo 1).
- En un informe sobre el sector automotor a propósito del Código de Protección y Defensa del Consumidor, se manifestaba: "Una de las innovaciones de este instrumento es el libro de reclamaciones, que deberá estar disponible para el público en todos los establecimientos comerciales"⁸. No obstante, atendiendo al Reglamento *sub examine* no es exigible en todos los establecimientos comerciales sino solo en aquellos abiertos al público.
 - Lo mismo puede apreciarse en una noticia difundida antes de la entrada en vigencia del Reglamento, cuyo titular decía: "En junio todas las empresas deberán tener un libro de reclamos"⁹. Según lo que hemos manifestado, no es cierto que tal obligación alcance a todas las empresas.
- b) Excluye de su alcance a los proveedores que desarrollen actividades económicas de servicios públicos o regulados o que se encuentren bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones –SBS– (artículo 2).
- Esto significa que a los bancos no se les exige el libro de reclamaciones, sujetándose a sus propias normas, lo cual no parece lógico en el actual esquema normativo, más aún si el sector financiero suele ser el más denunciado por los consumidores. En nuestro criterio, no cabe hacer diferenciaciones donde la ley no las hace.
 - Durante el 2010, el sector financiero fue el más denunciado ante el Indecopi: "Según las estadísticas de los órganos resolutivos, estas empresas [se refiere a las empresas del sector financiero] presentaron los siguientes problemas: cargaron a las tarjetas de crédito montos no reconocidos (20%), no brindaron información adecuada cuando les fue solicitada (17%), permitieron retiros de cajeros que los consumidores no reconocen haber autorizado (14%) o realizaron cobros indebidos (11%)"¹⁰.
 - Por su parte, durante el 2011 "el sector bancario y financiero es el que concentra el mayor número de denuncias y quejas a nivel nacional"¹¹ y es que "los reclamos de los usuarios del sistema bancario por cobros indebidos o no autorizados por ellos utilizando tarjetas de crédito o débito se incrementaron en un 23% el 2011 en comparación con el año anterior, según el Indecopi"¹².
- c) Permite que el libro de reclamaciones conste en formato físico o virtual (artículo 3.1).
- Esto último quizás sea un obstáculo cuando el consumidor no esté versado en el manejo de recursos informáticos.
- d) Define al establecimiento comercial abierto al público como aquel negocio formal, que cuenta con Registro Único del Contribuyente –RUC– y emite comprobantes de pago (artículo 3.2).
- Se excluye entonces a los negocios informales, siendo acaso este el escenario de los mayores abusos contra los consumidores.
 - No olvidemos que la informalidad en nuestro mercado es tan aguda que, incluso, alcanza altos índices a nivel regional, de ahí que, según un reciente estudio de la Corporación Andina de Fomento, "limeños son los que más utilizan 'juntas' para ahorrar en la región"¹³.
- e) Diferencia al reclamo de la queja (artículos 3.3 y 3.4).
- Ambos son manifestaciones de disconformidad, solo que el reclamo está relacionado a los productos suministrados o a los servicios prestados, mientras que la queja no lo está, pudiendo versar sobre el malestar por la atención al público.
 - Tanto el reclamo como la queja no constituyen denuncias y, por ende, no inician procedimientos administrativos sancionadores¹⁴. Esto es realmente desalentador. Nos preguntamos: ¿tiene sentido que, por una relación de consumo –donde la mayoría de las veces el monto dinerario involucrado es una cantidad menor– el consumidor inicie una travesía de reclamo ante el proveedor que no le lleva a ningún lado, más que a liberar su ofuscación del momento?
- f) Permite que el aviso de la existencia del libro de reclamaciones sea en formato físico o virtual (artículo 3.5).
- Con esto último prácticamente se elimina el mecanismo informativo porque ello supondría quizás incluir el aviso en la página web del establecimiento comercial (si la tiene) y que el consumidor haya visitado esa página web para que se hubiese enterado de la existencia del libro de reclamaciones.

8 Cfr. "¿Cómo nos protege el nuevo Código de Consumo al comprar un auto?". En: *Diario Gestión*. Lima, 7 de octubre de 2010, p. 24.

9 Cfr. "En junio todas las empresas deberán tener un libro de reclamos". En: *Diario El Comercio*. Lima, 22 de febrero de 2011, p. b4.

10 Cfr. "Sector financiero fue el más denunciado ante Indecopi con el nuevo proceso corto". En: *Diario Gestión*. Lima, 12 de enero de 2011, p. 5.

11 Cfr. "Mayor número de quejas es con bancos". En: *Diario Gestión*. Lima, 22 de noviembre de 2011, p. 13.

12 Cfr. "Quejas contra el sistema bancario siguen en aumento". En: *Diario Gestión*. Lima, 13 de enero de 2012, p. 13.

13 Cfr. "Limeños son los que más utilizan 'juntas' para ahorrar en la región". En: *Diario Gestión*. Lima, 27 de octubre de 2011, p. 23.

14 En una entrevista que concedimos al *Diario El Comercio* respecto al Reglamento del libro de reclamaciones se decía: "A menos de tres semanas de que venza el plazo para publicarse todos los reglamentos del Código de Consumo, subsisten las disconformidades entre diversos bufetes de abogados. Las primeras críticas conocidas fueron en torno al ya publicado Reglamento del Libro de Reclamaciones porque, tal como lo señaló el abogado Daniel Echaiz Moreno, la norma establece que el reclamo no es una denuncia y, por lo tanto, no inicia un procedimiento administrativo sancionador". Cfr. "Piden replantear reglamentos del Código de Consumo". En: *Diario El Comercio*. Lima, 11 de marzo de 2011 p. b5.

A CTUALIDAD MERCANTIL

- g) El consumidor deberá consignar la totalidad de la información requerida por el Reglamento *sub examine*, caso contrario se considerará el reclamo o la queja como no puestos (artículo 5).
- h) El proveedor está obligado a atender el reclamo y darle respuesta en un plazo no mayor a 30 días calendario, pudiendo prorrogarse dicho plazo por 30 días más (artículo 6).
- Esta norma se refiere al reclamo, mas no a la queja. No se dice si la respuesta tendrá que ser por escrito, de modo que podría ser cumplida con una llamada telefónica del proveedor al consumidor. Tampoco se señala que la respuesta deberá estar motivada.
- i) Cuando el proveedor cuente con más de un establecimiento comercial abierto al público deberá implementar un libro de reclamaciones por cada uno de ellos (artículo 7), debiendo consolidarlos en un solo registro único a nivel nacional (artículo 8).
- Esto es aplicable a las empresas que cuentan con sucursales u oficinas.
- j) La implementación del libro de reclamaciones se dará dentro de los 120 días desde la fecha de publicación del mencionado Reglamento (artículo 10).
- Es decir, sería obligatorio implementar el libro de reclamaciones a más tardar el 19 de junio del 2011¹⁵; sin embargo, posteriormente se adelantó dicho plazo al reducirse los 120 días a tan solo 15 días¹⁶, a través del Decreto Supremo N° 037-2011-PCM¹⁷.
- k) La remisión de información al Indecopi cuando este la solicite será en forma física a las sedes institucionales del Indecopi o en forma virtual a través del correo electrónico que se indicará en la página web del Indecopi (artículo 11).
- l) Las hojas de reclamaciones deberán conservarse por el lapso de dos años desde que se registró el reclamo o la queja en el libro de reclamaciones y, en caso de extravío de este, deberá efectuarse la denuncia policial en el lapso de 48 horas desde ocurrido el hecho (artículo 12).
- m) El reclamo o la queja asentados en el libro de reclamaciones no impiden utilizar otros mecanismos de solución de controversias ni constituyen vía previa necesaria para interponer una denuncia ante el Indecopi (artículo 13).

VII. EL FORMATO DE LA HOJA DE RECLAMACIÓN DEL LIBRO DE RECLAMACIONES

Anexo 1: Formato de Hoja de reclamación del Libro de Reclamaciones

LIBRO DE RECLAMACIONES		HOJA DE RECLAMACIÓN (99 99999999-3013)	
FECHA:	DD/MM	HHSS	MMSS
NOMBRE DE LA PERSONA NATURAL O RAZÓN SOCIAL DE LA PERSONA JURÍDICA (DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO DONDE SE COLOCA EL LIBRO DE RECLAMACIONES)			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR RECLAMANTE			
NOMBRE:			
DOMICILIO:			
DNI / C.EI:		TELÉFONO / E-MAIL:	
PADRE O MADRE: (PARA EL CASO DE MENORES DE EDAD)			
2. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN CONTRATADO			
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN:		
SERVICIO			
3. DETALLE DE LA RECLAMACIÓN		RECLAMO ¹	QUEJA ²
DETALLE:			
		FIRMA DEL CONSUMIDOR	
4. ACCIONES ADOPTADAS POR EL PROVEEDOR			
DETALLE:			
		FIRMA DEL PROVEEDOR (OPCIONAL)	
¹ RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.		² QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios, o maltrato o descortés respecto a la atención al público.	

VIII. DIAGNÓSTICO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES

Recientemente el presidente del Indecopi, Hebert Tassano Velaochaga, informó: "Un total de 208 empresas fueron denunciadas a nivel nacional por no implementar adecuadamente el libro de reclamaciones, de las cuales 66 serán sancionadas (...)"¹⁸. Lo anterior es un dato interesante hasta que lo confrontamos con la realidad empresarial peruana: actualmente existen más de 660 mil empresas en el Perú, lo que significa entonces que la sanción a 66 empresas representa el 0.01% del universo de empresas formales en nuestro país.

Peor aún si es que consideramos que "en esta primera instancia la mayoría de las empresas serán amonestadas (...)"¹⁹, preguntándonos al respecto si la amonestación constituye realmente una sanción disuasiva en nuestro mercado e impulsará eficazmente a que las empresas implementen su libro de reclamaciones; creemos que no faltan razones para dudar de ello.

15 Cfr. "Libro de reclamaciones deberá estar implementado a más tardar el 19 de junio". En: *Diario Gestión*. Lima, 4 de marzo de 2011, p. 7.

16 Cfr. "En 15 días será obligatorio poseer un libro para reclamos". En: *Diario El Comercio*. Lima 22 de abril de 2011, p. b2.

17 El artículo 1 estipula: "El plazo de implementación del Libro de Reclamaciones por parte de todos los proveedores a los que comprende el Código de Protección y Defensa del Consumidor y el presente Reglamento, es de 15 días calendario contados desde la fecha de entrada en vigencia del presente Decreto Supremo".

18 Cfr. "Más de 200 empresas denunciadas por no implementar Libro de Reclamaciones". En: *Diario El Comercio*. Lima, 26 de octubre de 2011, p. 17. La noticia es a propósito de la nota de prensa: "Más de 200 locales fueron denunciados por el Indecopi por no implementar el Libro de Reclamaciones". Indecopi, Lima, 26 de octubre del 2011, <http://www.indecopi.gob.pe/DI/modulos/NOT/NOT_DetallarNoticia.aspx?PFL=0&NOT=334>.

19 Cfr. "Más de 200 empresas denunciadas por no implementar Libro de Reclamaciones". Ob. cit.

CONCLUSIONES

Arribamos a cuatro conclusiones puntuales, las cuales son las siguientes:

- a) Nunca debió establecerse la obligación de contar con el libro de reclamaciones.
- b) El libro de reclamaciones es un mecanismo de seudoprotección del consumidor que no aporta mayor efectividad.
- c) El reglamento del libro de reclamaciones ha desnaturalizado al Código de Protección y Defensa del Consumidor en la materia analizada, de modo que la medicina es peor que la enfermedad.
- d) El libro de reclamaciones constituye un mecanismo engorroso, discriminador, inútil y meramente formalista.

“El reglamento del libro de reclamaciones ha desnaturalizado al Código de Protección y Defensa del Consumidor en [lo referido a la regulación del libro de reclamaciones], de modo que la medicina es peor que la enfermedad.”

derechos al consumidor, cuando en realidad toman más complicada la relación de consumo.

Sin embargo, actualmente el libro de reclamaciones existe y seguramente no se eliminará, por lo menos no en el corto plazo. En ese orden de ideas planteamos algunas propuestas a considerar para su adecuada implementación como parte del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, a saber:

- a) Formalizar el libro de reclamaciones mediante su legalización notarial y correspondiente foliado.
- b) Exigir la inmediata comunicación del proveedor al Indecopi, aunque sea vía web, cuando se hubiese anotado un reclamo o queja en el libro de reclamaciones.
- c) Fiscalizar adecuadamente el cumplimiento de las normas vinculadas al libro de reclamaciones.
- d) Difundir vía la página web del Indecopi los reclamos y/o las quejas por proveedor como un mecanismo informativo para el consumidor.

Al parecer la actual administración del Indecopi tiene claro que el libro de reclamaciones necesita reformularse²⁰; ojalá sea así para que dicho mecanismo que fue concebido para la protección de los consumidores, realmente los proteja y logre el empoderamiento de estos que con tantas ansias se proclama últimamente.

PROPUESTAS

Desde agosto del 2010 sostuvimos que, en el actual contexto de competitividad, normas como las que han venido sucediéndose en materia del libro de reclamaciones nos parecen inadecuadas. Habría que pensar más bien en mecanismos sumarios (rápidos y eficientes) de solución de las controversias de consumo y no en prácticas engorrosas, populistas y de aparente otorgamiento de

20 Cfr. "Hay que retroceder dos pasos y reformar el libro de reclamaciones" (entrevista a Hebert Tassano Velaochaga). En: *Diario El Comercio*. Lima, 8 de noviembre de 2011, p. b5; e "Indecopi: el libro de reclamaciones necesita reformas". En: *Diario Gestión*. Lima, 9 de diciembre del 2011, p. 18. Para una visión más amplia del actual rol del Indecopi cfr. TASSANO VELAPOCHAGA, Hebert. "El Indecopi y el afianzamiento de su mandato en beneficio de la sociedad". En: *Suplemento Jurídica*. N° 387, Año 8, Editora Perú, Lima, 27 de diciembre del 2011, pp. 4 y 5.