



Carta N° 102-2022/GG/COMEXPERU

Miraflores, 29 de marzo de 2022

Señor Congresista
JOSÉ LEÓN LUNA GÁLVEZ
Presidente de la Comisión Defensa del Consumidor y
Organismos Reguladores de los Servicios Públicos
Congreso de la República
Presente.-

Ref.: Proyecto de Ley N° 1312/2021-CR, Ley que modifica la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

De nuestra consideración:

Por la presente carta es grato saludarle y dirigirnos a usted a nombre de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú – ComexPerú, una organización privada que busca contribuir en la implementación de políticas públicas, con una visión de defensa de principios (libre empresa, libre comercio y promoción de la inversión privada) por sobre intereses particulares, teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida del ciudadano. Nuestro trabajo se basa en análisis objetivos, rigurosos y sólida evidencia técnica. Desde ComexPerú nos ponemos a su disposición para aportar en los temas y proyectos que se vean en su Comisión.

En esta oportunidad, la presente comunicación tiene como propósito remitir nuestros comentarios respecto del Proyecto de Ley de la referencia (en adelante, “el Proyecto”) que propone modificar el Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado por la Ley N° 29571 (en adelante, “el Código”), a fin de incorporar obligaciones a cargo de los proveedores de servicios públicos en lo referido a la atención de reclamos. Asimismo, el Proyecto propone ciertas disposiciones sobre la contratación electrónica, que consideramos importante comentar y que sugerimos delimitar o evaluar su eliminación.

De manera previa, nos parece importante alertar sobre algunas distorsiones en el alcance del Proyecto. De la revisión de su objeto y Exposición de motivos se desprende que está dirigido a los proveedores de servicios públicos, *“o a los proveedores de productos y servicios que se encuentren bajo alguna regulación especial, y que son controlados a través de organismos reguladores o que requieren autorizaciones de estos”*. Sin embargo, la redacción es ambigua al indicar que aplicaría también a *“cualquier servicio transmitido a través de una red informática”* o *“en la atención a los usuarios mediante la vía electrónica o mediante páginas web”*, lo cual podría comprender no solo a proveedores de servicios públicos, sino a una gama de servicios digitales que no cuentan con la condición de servicios públicos, debido a que no cumplirían con los requisitos para ser considerados como tales.

Al respecto, se debe señalar que Christian Guzmán Napurí define al servicio público como *“una actividad creada y controlada para asegurar la satisfacción de necesidades públicas, de carácter material, económico y cultural, sujeta a un régimen de derecho público y sometida a*



*una regulación intensa*¹. Evidentemente, muchos servicios digitales —que podrían estar dentro del alcance del Proyecto— no buscan satisfacer necesidades públicas o el interés general, sino otras de tipo privado como expresión de la libre iniciativa empresarial.

Asimismo, es importante tener en cuenta que, si bien no existe una definición específica de “servicio público” en nuestro ordenamiento jurídico, cada régimen le da contenido al concepto de manera particular². Así, por ejemplo, en materia de transporte se señala que el Servicio de Transporte de Personas es el “*Servicio público a través del cual se satisface las necesidades de desplazamiento de los usuarios de transporte*”³. Por otro lado, en materia de saneamiento se establece que “*los servicios de saneamiento son servicios públicos esenciales por su impacto en la salud de la población, el ambiente y el desarrollo económico sustentable*”⁴. Considerando lo señalado, otorgar un tratamiento similar al de un servicio público a aquellos servicios que no lo son —como podría pasar en la aplicación este Proyecto— sería perjudicial, ya que propicia la intervención regulatoria del Estado en actividades económicas que no lo requieren, pudiendo desincentivar la prestación de estos servicios, y en consecuencia reducir la oferta de estos en perjuicio del consumidor. Debemos destacar que, tal como señala el Tribunal Constitucional, la intervención del Estado en la vida económica de los particulares se encuentra justificada en tanto se sustente en los principios constitucionales de libertad (económica) e igualdad (de participación en los beneficios del mercado)⁵. Así, la función reguladora del Estado se encuentra prevista en el artículo 58° de la Constitución al señalar que el Estado orienta el desarrollo del país y actúa en la promoción de los servicios públicos⁶.

Atendiendo a lo mencionado, sugerimos aclarar en todos los artículos del Proyecto el ámbito de aplicación de la norma, para eliminar cualquier ambigüedad que genere alguna duda respecto a que la regulación propuesta debe aplicarse únicamente a aquellos servicios considerados por la regulación peruana como servicios públicos. Lo anterior a fin de evitar que se distorsione el sentido del Proyecto; debiendo dejarse constancia, de manera precisa, que únicamente será aplicable a servicios públicos.

En caso el Proyecto sí pretenda alcanzar a todos los prestadores de servicios digitales bajo la definición de “*servicio transmitido a través de una red informática*”, mediante la presente comunicación manifestamos nuestra preocupación y presentamos nuestros comentarios al

¹ Guzmán, Christian. *Los servicios públicos en el Perú: ¿Quién los brinda?* Blog Escuela de Posgrado de la Universidad Continental. Disponible en:

<https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/los-servicios-publicos-en-el-peru-quien-los-brinda>

² Tribunal Constitucional del Perú. *Sentencia del 15 de febrero de 2005 recaída en el Expediente 00034-2004-AI*. Disponible en: <https://tc.gob.pe/jurisprudencia/2006/00034-2004-AI.pdf>

³ **Ley 27181 – Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre, modificado por el Decreto de Urgencia 019-2020**

Artículo 2. De las definiciones

Para efectos de la aplicación de la presente Ley, entiéndase por:

e) Servicio de Transporte de Personas: Servicio público a través del cual se satisface las necesidades de desplazamiento de los usuarios de transporte, bajo condiciones de calidad, seguridad, salud y cuidado del medio ambiente, haciendo uso del Sistema Nacional del Transporte Terrestre, terminales terrestres, estaciones de ruta u otro tipo de infraestructura complementaria que se considere necesaria para la adecuada prestación del servicio.

⁴ **Decreto Ley 25844 – Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento.**

Título Preliminar

Artículo III.- Principios:

La gestión y prestación de los servicios de saneamiento se sustenta, fundamentalmente, en los siguientes principios:

2. Esencialidad: Los servicios de saneamiento son servicios públicos esenciales por su impacto en la salud de la población, el ambiente y el desarrollo económico sustentable. En virtud de este principio, los servicios de saneamiento gozan de especial protección ante la ley, son prioritarios en las asignaciones presupuestales de los distintos niveles de gobierno y tratamiento preferencial en las actuaciones del Estado.

⁵ Tribunal Constitucional del Perú. *Sentencia del 15 de febrero de 2005 recaída en el Expediente 00034-2004-AI*. Fundamento 15. Disponible en: <https://tc.gob.pe/jurisprudencia/2006/00034-2004-AI.pdf>

⁶ Tribunal Constitucional del Perú. *Sentencia del 11 de noviembre de 2003 recaída en el Expediente 00008-2003-AI*. Fundamento 36. Disponible en: <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2003/00008-2003-AI.html>



Proyecto, ya que advertimos que una serie de disposiciones –en caso fueran aplicables a cualquier prestador de servicio digital– afectarían directamente a los negocios de comercio electrónico que son considerados parte importante de la economía peruana. Asimismo, consideramos que el Proyecto no contempla justificación suficiente que sustente la modificación del Código propuesta, así como un análisis de idoneidad de la regulación vigente. Resaltamos que los objetivos que se pretenden alcanzar con el presente Proyecto –tales como una atención de reclamos idónea y la protección de los consumidores al momento de contratar– ya se encuentran regulados en el Código vigente respecto a los proveedores en general.

1. Mejora regulatoria.

El análisis de impacto regulatorio (AIR) es una metodología adoptada por los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que busca que las normas y regulaciones sean efectivas y eficientes, es decir, que logren los objetivos trazados al menor costo posible y tengan efectos negativos mínimos, considerando principios como los de necesidad, proporcionalidad y mínima intervención.

En el caso peruano, este estándar se introdujo en nuestro sistema jurídico mediante el Decreto Legislativo N° 1448, como parte de la denominada "mejora de la calidad regulatoria" en el Poder Ejecutivo.

La contraparte parlamentaria de esta mejora regulatoria se da mediante la Resolución Legislativa del Congreso N° 023-2020-2021-CR, que dispuso la modificación de diversos artículos del Reglamento del Congreso de la República (en adelante, "el Reglamento"), incluyendo en la práctica parlamentaria determinadas disposiciones que obedecen a los estándares del AIR.

Entre estas, resaltamos lo referido a la presentación de las propuestas legislativas. El artículo 75° del Reglamento dispone expresamente que las propuestas deben contener una exposición de motivos donde se exprese el problema que se pretende resolver y los fundamentos de la propuesta, los antecedentes legislativos, el efecto de la vigencia de la norma que se propone sobre la legislación nacional, precisando qué artículos o partes de artículos se propone modificar o derogar, así como el análisis costo-beneficio de la futura norma legal que incluya la identificación de los sectores que se beneficiarían o perjudicarían con los proyectos normativos, los efectos monetarios y no monetarios de la propuesta así como su impacto económico.

Lo anterior no hace más que garantizar que las propuestas de ley sean formuladas con debido sustento y evidencia, es decir, con altos niveles de calidad, lo que finalmente mejorará su debate y, de ser viable, su eventual aprobación.

En el caso del Proyecto, de acuerdo con la Exposición de motivos se aprecia que este se limita a señalar que, si bien la normatividad existente ha sido un buen inicio, no resulta suficiente para solucionar la asimetría de participación que una real economía de libre mercado requiere. Por ello, el Proyecto indica que la propuesta estaría orientada a perfeccionar el mercado, y mejorar el servicio al ciudadano.

Asimismo, en lo que respecta al análisis costo-beneficio, en el Proyecto se indica que este no perjudica a ningún sector pues se trata del restablecimiento de derechos ciudadanos que



jamás debieron perderse, tal como el trato digno en la relación de consumidor y proveedor. Dicha afirmación no es cierta en tanto no contempla la afectación que podría generar para emprendedores y el sector privado, así como para el propio ciudadano conforme será expuesto a continuación.

2. El Proyecto genera sobre regulación y plantea estándares ambiguos para la contratación virtual, vulnerando el derecho a la información de los consumidores.

El Proyecto propone una incorporación al artículo 47° del Código, a fin de que, en el caso de contratación electrónica, el proveedor sea responsable de acreditar que la información fue puesta oportunamente a disposición del cliente y que este aceptó.

Sobre lo señalado anteriormente, cabe indicar que conforme al artículo 1.1 b) del Código, los consumidores tienen derecho “a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios”⁷. Al respecto, el Código, en su artículo 2°, ya establece la obligación del proveedor de brindar información relevante al consumidor para que este pueda tomar una decisión de consumo; adicionalmente, el artículo detalla que dicha información debe ser “veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible”, además de encontrarse en castellano. Por tanto, la obligación de entregar la información al consumidor ya existe actualmente en el Código; y en caso el proveedor no pueda acreditar que cumplió con esta disposición, será sancionado, conforme prevé la normativa actualmente vigente; siendo que el Proyecto generaría entonces una sobre regulación en relación con dicho aspecto.

Asimismo, respecto del procedimiento de aceptación telefónica o virtual del contrato de consumo, el Proyecto precisa que además de acreditar que la información fue puesta oportunamente a disposición del consumidor y que este aceptó, este se deba realizar mediante un procedimiento “específico, exclusivo y particular” de aceptación; y que conste de más de tres pasos de ejecución. Al respecto, evidenciamos que lo genérico y ambiguo de las características requeridas (especificidad, exclusividad y particularidad) para la aceptación del contrato de consumo, ocasionaría incertidumbre jurídica, porque no se establece de manera objetiva qué procedimiento cumpliría con tales estándares para ser considerado válido. Asimismo, este tipo de disposiciones propicia interpretaciones ambiguas que son posteriormente aplicadas por parte de las autoridades supervisoras y sancionadoras, generando una aplicación poco uniforme y predecible de la normativa.

Es preciso destacar que el cumplimiento de las obligaciones de los proveedores y su responsabilidad ante un eventual incumplimiento se verifica a través de un procedimiento administrativo sancionador, valiéndose del *ius puniendi* del Estado –a saber, su facultad sancionadora y fiscalizadora–, por lo que se requiere que las normas en las cuales se establecen estas obligaciones y su tipificación sean expresas y claras, sin dar lugar a posibles ambigüedades. Esto último no se evidencia reflejado en el Proyecto, por lo que sugerimos evaluar la eliminación de estas exigencias.

Asimismo, la propuesta sobre el establecimiento de un mínimo de pasos de ejecución para la aceptación del contrato de consumo generaría costos relevantes de adecuación de los

⁷ Artículo 1.1. b) de la Ley No. 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor



sistemas informáticos de *e-commerce* de los proveedores, siendo perjudicial para los pequeños emprendimientos que no se encuentran en capacidad económica para afrontar estos nuevos costos y para los consumidores, en tanto estos costos podrían trasladarse a los precios de bienes y servicios que adquieren. Aún más, se debe tener en cuenta que en muchas ocasiones estos procedimientos son de difícil implementación y terminan generando más cargas para el propio usuario en lugar de otorgar garantías de protección que resulten proporcionales a fin de cumplir con los objetivos propuestos por el Proyecto.

A su vez, no se observa en el Proyecto alguna mención o desarrollo de las razones que sustentarían la necesidad de contar con un mínimo de pasos de ejecución a fin de beneficiar al consumidor; por el contrario, los procesos engorrosos que dilatan las compras suelen generar incomodidad y desconfianza en el público, lo que, en muchos casos, genera que el consumidor desista de sus compras. Ambas consecuencias resultan preocupantes y pueden obstaculizar la reactivación económica del país, así como la satisfacción del propio consumidor.

Otro importante efecto perjudicial del Proyecto es el desincentivo al desarrollo del comercio electrónico en nuestro país, dado que además de conllevar gastos de adecuación, el Proyecto impone características que generan inseguridad jurídica, y por tanto desalientan el desarrollo del comercio electrónico. Cabe recordar que el comercio electrónico ha sido una importante herramienta para las pequeñas y medianas empresas durante la pandemia, puesto que les permitió comercializar sus bienes y servicios en el contexto de emergencia sanitaria y aislamiento social dictado por el gobierno. Siendo así, el establecimiento de procedimientos poco claros y largos en las relaciones de consumo generadas sobre la base de comercio digital podría desincentivar a las Mipymes a continuar con el desarrollo de sus actividades; o incluso la entrada de nuevos competidores al mercado debido a los altos costos involucrados en la implementación de procedimientos de aceptación de los contratos de consumo; lo cual contradice los fines de transformación digital para el país.

Además, se debe tener cuenta que el comercio electrónico otorga con una gran cantidad de ventajas para los proveedores, tales como: (i) dar acceso a un mercado sin fronteras; (ii) generar un ahorro en costos operacionales y de personal; (iii) propiciar una mejor comunicación y contacto con el cliente; (iv) permitir el acceso permanente a los negocios a través de canales digitales, así como a una variedad de productos y proveedores nacionales e internacionales; (v) brindar la opción de comparar precios y características de los productos, (v) brindar una variedad de opciones de pago⁸, entre otros.

Asimismo, es importante señalar que la Política General de Gobierno para el periodo 2021 - 2026⁹, establece en su Eje 8 “Gobierno y transformación digital con equidad”, líneas de intervención para el impulso del comercio electrónico, la economía digital, el emprendimiento digital, así como la digitalización y resiliencia de las pymes. No obstante, el Proyecto contraviene esta disposición, al establecer obstáculos para los miles de pequeños emprendimientos que desarrollan sus actividades económicas a través del comercio electrónico. Los altos costos de adecuación que los emprendedores y Mipymes tendrían que asumir podrían encarecer el servicio, perjudicando al proveedor y al consumidor. Ambos

⁸ Castillo, Lucía y Arroyo, Daniel. *Retos y estrategias del comercio electrónico peruano, en el modelo de negocio B2C, tomando como referencia al país de Chile*, Trabajo de suficiencia profesional para optar al Título de Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. 2017, pp. 24 - 27. Disponible en:

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621424/TSP_Retos+y+estrategias+del+comercio+electro%20nico+peruan+o,+B2C.pdf?sequence=2

⁹ Aprobada mediante Decreto Supremo No. 164-2021-PCM



escenarios generarán un impacto negativo en la economía nacional —que aún viene recuperándose de los estragos de la pandemia—, así como en la transformación digital del país.

Complementando lo anterior, según cifras de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE), al año 2021 el tamaño del mercado del *e-commerce* ascendió a US\$ 9,300 millones¹⁰, y se encuentra en constante desarrollo, por lo que las cargas regulatorias del Proyecto atentarían contra su avance en perjuicio de miles de agentes económicos, en especial Mipymes. Se debe considerar también que el *e-commerce* se encuentra mayormente concentrado en la ciudad de Lima; por lo que además se atentaría contra su expansión en otras regiones de provincia¹¹.

En adición, es importante tener en cuenta que actualmente el Perú ocupa la posición 57 de 64 países en el Ranking mundial de competitividad digital 2021, del Instituto para el Desarrollo Gerencial (IMD), que evidencia la necesidad de ejecutar acciones que potencien la transformación digital del país. Entre los criterios de evaluación de este ranking mundial se encuentra el marco regulatorio del país, en el cual se analiza la efectividad para permitir el desarrollo e introducción de nuevas tecnologías¹². Por tal motivo, se debe evitar la aprobación de iniciativas que desincentiven la aplicación de herramientas tecnológicas como el comercio electrónico.

De otra parte, la modificación del artículo 62° propuesta mediante el Proyecto consiste en considerar “*método abusivo de cobranza*” a la cobranza que provenga de una aceptación que no hubiere sido realizada mediante un procedimiento “*específico, excesivo y particular de aceptación*” y que conste de más de tres pasos de ejecución. Sobre el particular debemos señalar que, conforme establece el mismo Código en su artículo 61°, se consideran métodos abusivos de cobranza aquellos que afectan la reputación del consumidor, atenten contra su privacidad, afecten sus actividades laborales o su imagen ante terceros. Sin embargo, la modificación que se plantea en el artículo 62° no calzaría dentro de la definición prevista por dicha disposición para ser considerado un “*método abusivo de cobranza*”, dado que no se evidencia una afectación a la reputación, privacidad, imagen o tranquilidad del consumidor, más aún si se tiene en cuenta que la redacción del Proyecto no establece cómo debería ser esta cobranza para ser considerada abusiva.

En vista de las razones expuestas, sugerimos eliminar los artículos 47° y 62° del Proyecto, pues la redacción de estos es ambigua y no otorgan mayor protección al consumidor, sino que, por el contrario, generan sobre regulación en el mercado de *e-commerce*, lo cual podría encarecer el servicio prestado por las empresas y significar un retraso importante en la economía del país.

3. El Proyecto no propone soluciones de mejora para la atención de reclamos.

En el artículo 65° del Proyecto, al obligar a los proveedores a ofrecer al consumidor en forma alternativa y paralela el servicio de atención de reclamos a través de la línea telefónica o medio

¹⁰ Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE). Reporte Oficial de la Industria Ecommerce en Perú (2022).

¹¹ El 70% de empresas que hacen e-commerce se concentra en Lima y, solo el 30%, en provincias. Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE). Reporte Oficial de la Industria Ecommerce en Perú (2021), Pág. 18. Recuperado de <https://www.capece.org.pe/gracias-observatorio-e-commerce/>.

¹² Diario Gestión (9 de noviembre de 2021) Perú entre los 5 países de Latinoamérica peor evaluados en competitividad digital. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/peru-entre-los-5-paises-de-latinoamerica-peor-evaluados-en-competitividad-digital-noticia/>



electrónico y de forma presencial y física, se estaría sobre regulando la atención de reclamos, la cual se encuentra ampliamente regulada en el Código. Así, en el artículo 24° se establece que los proveedores deberán atender los reclamos presentados por sus consumidores en un plazo máximo de 30 días calendario, pudiendo realizar esta atención mediante una línea de atención de reclamos o algún medio electrónico. Así, el proveedor deberá asegurarse de que estos medios no impidan una atención oportuna ni generen un obstáculo al momento de reclamar; y, asimismo, tampoco se puede condicionar la atención del reclamo a algún pago previo. En consecuencia, a la fecha existe extensa y adecuada regulación aplicable –y específica– para la presentación de reclamos o quejas de consumidores en canales virtuales que garantizan su atención oportuna y adecuada, a fin de promover su solución directa e inmediata a fin de lograr mejores relaciones de consumo.

Debemos destacar que, las referidas modificaciones contenidas en el Proyecto –al generar mayores obligaciones para los proveedores en la implementación del sistema de atención de reclamos–, debieron seguir un análisis de idoneidad en el que se considere el nivel de cumplimiento de la regulación actual en el medio virtual y la satisfacción de los consumidores en los reclamos virtuales, así como un análisis costo-beneficio de implementar las medidas propuestas, lo cual no ha quedado evidenciado en el presente Proyecto ni en su exposición de motivos.

Atendiendo a lo señalado, consideramos que la presente medida no resulta razonable, proporcional ni consecuente con el ecosistema digital, o con los objetivos propios del Proyecto, puesto que impone mayores cargas a los proveedores para poder cumplir con todas las obligaciones, generando sobre regulación en la materia. Asimismo, se debe tener en consideración que la mayoría de los negocios de comercio electrónico son Mipymes, por lo que la aprobación del Proyecto podría desincentivar la entrada de nuevos competidores al mercado, y, más aún, podría afectar la inversión que genera mayor innovación y desarrollo, debido a los costos fijos en los que se tendría que incurrir para mantener personal suficiente de atención al público, independientemente de las herramientas y soluciones de tecnología digital con las que se cuenta actualmente.

Así, la falta de incentivos para la entrada de nuevos competidores al comercio electrónico y en la inversión y desarrollo de soluciones innovadoras y tecnológicas de atención en línea, generará que los consumidores tengan una menor gama de proveedores y servicios de información y atención que escoger, impactando en el bienestar de los consumidores en línea.

Por otra parte, se establece expresamente en la modificación del artículo 65° que “Los proveedores quedan prohibidos de recibir y atender los reclamos solamente mediante medios telefónicos o virtuales”. Al respecto, cabe señalar que los negocios digitales cuentan con amplias y diversas vías que permiten conectarse con el consumidor y atender sus requerimientos de información de manera dinámica y efectiva, sin necesidad de que sea directamente absuelto por un asistente no digital para tomar una decisión más informada sobre cuál es el producto/servicio que mejor se adaptaría a sus necesidades y preferencias específicas. Lo anterior se puede realizar perfectamente sin necesidad de recurrir a uno o múltiples agentes, que si bien estarán capacitados para brindar la información esencial, no resultan comparables respecto a las fuentes de información que fácilmente puedan encontrarse y contrastarse en línea. Asimismo, el costo, tanto para el consumidor como para la empresa, será siempre menor si la absolución de reclamos se realiza a través de medios digitales.

En tal sentido, medidas de protección al consumidor que generen sobre regulación y sobrecostos, y que a su vez no se encuentren justificadas en un análisis de idoneidad y costo-beneficio, pueden causar una limitación o barreras de entrada para la creación de nuevos modelos de negocio que surgen a partir de las tecnologías, imponiéndose cargas económicas y administrativas injustificadamente tanto a consumidores como a las propias empresas, dentro de las cuales se encuentran las Mipymes, quienes aportan de manera sustancial a la economía del país. Cabe destacar que es posible que la atención al consumidor a través de canales virtuales o digitales pueda ser aún más eficiente que la atención presencial, por lo que tampoco se evidencia justificación suficiente para imponer cargas adicionales en cuanto a la atención de reclamos, tal como hemos detallado en el párrafo anterior.

Por las razones expuestas, se recomienda eliminar de los artículos 24° y 65° la obligación de contar con un sistema de atención de reclamos presencial, mientras se cuente con un mecanismo que cumpla con los requisitos establecidos en el Código.

Asimismo, indicamos que resulta necesario reconocer y propender por una distribución justa y equitativa de las cargas entre los distintos actores involucrados en el comercio electrónico para evitar reducir los incentivos para desarrollar una actividad, que beneficia no solamente a gran parte de las industrias, sino a los consumidores, quienes se han involucrado y beneficiado con esta forma de hacer comercio. Por ello, solicitamos que se evalúe archivar la totalidad del Proyecto habiendo ya mencionado los argumentos que sustentan dicho pedido.

Finalmente, manifestamos nuestra disposición para aclarar las dudas que puedan surgir y/o exponer nuestra posición ante la Comisión que encabeza. Para tal fin, le agradeceremos contactar a nuestro gerente de asuntos legales y regulatorios, el señor Jaime Dupuy al siguiente correo electrónico: jdupuy@comexperu.org.pe.

Sin otro en particular, y agradeciendo su gentil atención, nos valemos de la ocasión para reiterarle nuestra especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Jessica Luna Cárdenas
Gerente General