



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 082-2020/CC3

RESOLUCIÓN FINAL N.º 139-2021/CC3

EXPEDIENTE : 082-2020/CC3
AUTORIDAD : COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
ADMINISTRADO : POINT INTEGRAL E.I.R.L.¹
MATERIA : PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR
MÉTODOS COMERCIALES AGRESIVOS Y/O ENGAÑOSOS
ACTIVIDAD : ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES
SANCIONES : 46.2 UIT (literal a) del artículo 58.1 del Código)
37.6 UIT (literal f) del artículo 58.1 del Código)

SUMILLA: *Todos los consumidores tienen derecho a la protección contra el empleo de métodos comerciales agresivos o engañosos como el acoso, la coacción o la influencia indebida en sus decisiones, estas prácticas no pueden ser empleadas por los proveedores con la finalidad de incentivar la contratación de los bienes y servicios que ofrecen en el mercado. Un comportamiento en contrario significa la vulneración de lo establecido en el artículo 58 del Código.*

En el presente procedimiento, se verificó que Point Integral E.I.R.L. creó en el consumidor la impresión que ganó un “premio”, cuando en realidad el uso y disfrute de este se encontraba sujeto a realizar determinadas acciones y a incurrir en un gasto por parte del “supuesto ganador”, lo cual contraviene lo dispuesto en el literal a) del artículo 58.1 del Código; además, se verificó que durante la oferta de sus productos y/o servicios ejerció una influencia indebida en los consumidores, afectando de manera determinante su voluntad de contratar o el consentimiento que debería brindar, lo cual contraviene lo establecido en el literal f) del artículo 58.1 del Código; por lo que corresponde sancionarlo con multa de 46.2 UIT y 37.6 UIT, respectivamente.

Lima, 23 de septiembre de 2021

I. ANTECEDENTES

1. En el marco de las acciones de supervisión desarrolladas por la Secretaría Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3 (Secretaría Técnica), mediante Memorandum N.º 312-2017/CC3 de fecha 4 de julio de 2017, se encargó la función de supervisión a la Dirección de Fiscalización (DFI) (Ex – Gerencia de Supervisión y Fiscalización)² respecto de diversas empresas que ofertan y/o brindan servicios de intermediación turística a fin de verificar el cumplimiento de lo establecido en la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (Código).

¹ El administrado está registrado en la base de datos de la SUNAT con RUC número 20536181203 y con domicilio fiscal ubicado en Calle Los Tulipanes N.º 147, interior 406, Urbanización Lima Polo Hunt (espalda del Centro Comercial El Polo) – Santiago de Surco. Asimismo, está registrado en la Partida Registral de la SUNARP N.º 12481088.

² Cabe señalar que, mediante Decreto Supremo N.º 104-2021-PCM y Resolución N.º 006-2021-PRE publicadas el 27 y el 30 de mayo de 2021, en el diario oficial “El Peruano” respectivamente, se aprobaron las secciones primera y segunda del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Asimismo, mediante Resolución N.º 088-2021-GEG/INDECOPI de fecha 2 de junio de 2021, publicada en el mismo diario se aprobó la equivalencia de órganos y unidades orgánicas de la Institución y la adecuación de los cargos de sus titulares (Ver Anexo de dicha resolución). Por lo que la Gerencia de Supervisión y Fiscalización a la fecha, ha tomado el nombre “Dirección de Fiscalización” (DFI).



2. Como parte de las labores de investigación se verificó el Oficio N.° 1016-2019-1° FPPDL-MP-FN de fecha 18 de junio de 2019, a través del cual la Primera Fiscalía de Prevención del Delito de Lima remitió a la DFI la denuncia preventiva N.° 00862 presentada por el señor [REDACTED] (señor [REDACTED]), mediante la cual dejó constancia del proceso de captación del cual fue parte y que realizó Point Integral E.I.R.L. (Point Integral) con miras a concretar una cita presencial en sus instalaciones con el fin de ofrecer sus servicios.
3. Por otro lado, el 18 de septiembre de 2019, luego de una llamada telefónica sostenida con el señor [REDACTED]³, personal de la DFI se reunió con este, con el fin de que atienda determinadas preguntas relacionadas a la empresa supervisada, ello en la medida que, el señor [REDACTED] había tenido una primera reunión en las oficinas de Point Integral. Para ello, el señor [REDACTED] brindó sus declaraciones, describiendo cómo fue su proceso de captación (desde una llamada telefónica inicial hasta la fecha de su cita); y, a su vez, dejó constancia de presuntas irregularidades durante el desarrollo de la cita con el personal del administrado⁴. Cabe señalar que, estas declaraciones fueron grabadas en un CD que forma parte del expediente⁵.
4. Para verificar el cumplimiento de lo previsto en el artículo 58.1 del Código, el 19 de septiembre de 2019, un (1) representante de la DFI, en calidad de consumidor incógnito, acudió al establecimiento de Point Integral, ubicado en Jirón Los Tulipanes N.° 147, Oficina 406, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, con la finalidad de recabar información respecto a la empresa supervisada⁶, adjuntándose al expediente la grabación de dicha diligencia⁷.
5. Adicionalmente, en la misma fecha, personal de la DFI recabó las observaciones de una consumidora que se encontraba en el establecimiento del administrado, la señora [REDACTED] (señora [REDACTED]), la cual también había sido captada por Point Integral a través de una llamada telefónica; y que, posteriormente, el 26 de septiembre de 2019, sostuvo una reunión con personal de la DFI, a quien informó su proceso de captación y presuntas irregularidades cometidas por el administrado durante el desarrollo de su cita⁸, dichas declaraciones fueron grabadas en dos (2) audios y forman parte del expediente⁹.

³ El 18 de septiembre de 2019, la DFI se contactó telefónicamente con el señor [REDACTED], luego de que este haya tenido una reunión en las oficinas de Point Integral el 11 de septiembre de 2019. La finalidad de llamada telefónica realizada por la DFI era pactar una cita con este consumidor a fin de recabar información sobre el proceso de captación de Point Integral, para lo cual se reunió con el consumidor el 18 de septiembre de 2019.

⁴ En este punto, cabe señalar que, las irregularidades manifestadas por el señor [REDACTED] fueron advertidas por el consumidor a raíz de la reunión que sostuvo con Point Integral el 11 de septiembre de 2019. (Ver folio 24 – Audio de grabación de fecha 18 de septiembre de 2019.)

⁵ Ver folio 24 del expediente.

⁶ Cabe señalar que, dicha supervisión se realizó con el apoyo de la señorita [REDACTED], identificada con DNI [REDACTED], representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y del señor [REDACTED] en calidad de acompañante.

⁷ Ver folio 34 del expediente.

⁸ En este punto, cabe señalar que, las irregularidades manifestadas por la señora [REDACTED] fueron advertidas por la consumidora a raíz de la reunión que sostuvo con Point Integral el 11 de septiembre de 2019. (Ver folio 46 – Audio de supervisión de fecha 26 de septiembre de 2019.)

⁹ Ver folios 33 y 46 del expediente.



6. En el marco de la investigación efectuada a Point Integral¹⁰, la empresa señaló tener convenios comerciales con diversas empresas con miras a brindar descuentos y promociones comerciales; por lo que, para corroborar ello, la DFI remitió comunicaciones¹¹, a este grupo de empresas a fin de corroborar lo señalado por el proveedor supervisado.
7. Luego de las investigaciones realizadas, la DFI emitió el Informe N.º 452-2020/GSF de fecha 21 de agosto de 2020.
8. Mediante Resolución N.º 1 del 20 de mayo del 2021, la Secretaría Técnica inició un procedimiento administrativo sancionador (PAS) en contra de Point Integral, por presunto incumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código, en los siguientes términos:

“IV. RESOLUCIÓN DE LA SECRETARÍA TÉCNICA

PRIMERO: *Iniciar procedimiento administrativo sancionador, a instancia de la Secretaría Técnica, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3, en contra de Point Integral E.I.R.L. por presunta infracción al artículo 108 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en relación con lo establecido en el literal a) del artículo 58.1 del dicho cuerpo legal, en la medida que habría creado en los consumidores la impresión de haber ganado un “premio”, cuando en realidad el uso y disfrute de este se encontraba sujeto a incurrir en un gasto por parte del “supuesto ganador”.*

SEGUNDO: *Iniciar procedimiento administrativo sancionador, a instancia de la Secretaría Técnica, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3, en contra de Point Integral E.I.R.L. por presunta infracción al artículo 108 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en relación con lo establecido en el literal f) del artículo 58.1 del dicho cuerpo legal, en la medida que habría empleado métodos comerciales agresivos o engañosos sobre los consumidores a fin de que contraten el “Programa de afiliación”, lo cual habría afectado de forma significativa su libertad de contratar.*

(...)”

9. A pesar de haber sido notificado válidamente con la Resolución N.º 1, Point Integral no presentó descargos a las imputaciones formuladas por la Secretaría Técnica.
10. Mediante Resolución N.º 3 del 27 de agosto de 2021, se puso en conocimiento de Point Integral el Informe Final de Instrucción N.º 070-2021/CC3-ST (IFI), otorgándosele un plazo de cinco (05) días hábiles para presentar sus descargos.
11. El 7 de septiembre de 2021, Point Integral presentó sus descargos y señaló lo siguiente:
 - (i) Los consumidores involucrados no han hecho referencia a que se haya creado la impresión de haber ganado un premio o bono a cambio de cumplir determinados requisitos; por el contrario, lo que se verifica es que, o bien el premio sí fue entregado; o, no se aprecia alguna negativa al recibir los bonos.

¹⁰ Ver contenido del acta de supervisión y audio de grabación, escrito del 6 de noviembre de 2019 (folio 177 del expediente) y escrito del 28 de febrero de 2020 (folio 372 del expediente).

¹¹ Ver folio 622 a 703 del expediente.



- (ii) El personal de la DFI se acercó a sus instalaciones demostrando interés en los servicios y manifestando conocer al señor [REDACTED] (señor [REDACTED]) quien le habría comentado de los servicios ofrecidos, por lo que el representante que atendió al miembro de la DFI le brindó los requisitos de evaluación para la contratación del servicio, mas no, para la obtención del bono.
- (iii) El bono de descuento es entregado oportunamente y es suscrito por los usuarios, quienes no se encuentran sujetos a efectuar un pago; al contrario, se les beneficia con descuentos en diversas empresas con las que se mantienen vínculos comerciales, este bono solo es otorgado a los usuarios invitados por Point Integral, por lo que el personal de la DFI no fue acreedor de este.
- (iv) La cortesía es un certificado vacacional entregado a cambio de afiliarse como cliente, la cual incluye boletos aéreos, alojamiento, traslados, etc.; y, además, requiere un pago de US\$ 19 dólares por impuestos y servicios, condiciones que fueron informadas al personal de la DFI después de haber tomado conocimiento de los servicios ofrecidos, no siendo posible afirmar que la cortesía fue “*un premio ganado*”.
- (v) No es correcto afirmar que el consumidor es persuadido a escuchar una información que no deseaba ni planeaba recibir, pues no se ha considerado que el personal de la DFI se acercó a las instalaciones señalando estar interesado en los servicios de Point Integral, y no para recoger el bono de descuento.
- (vi) No se presiona a los consumidores a tomar una decisión, pues se les brinda una debida y adecuada oferta (duración, monto, objeto del contrato, términos y condiciones, etc.); no siendo correcto afirmar que se brinda abundante información, pues en todo momento se detallan los efectos de un eventual contrato, siendo los consumidores quienes optan por afiliarse en ese momento u otro, pudiendo informarse mediante redes sociales u otros medios de los servicios que se ofrecen.
- (vii) Siempre se ha actuado de buena fe y con diligencia; sin embargo, se pretende atribuir una negligencia de parte del consumidor al no ser diligente cuando estaba en posibilidad de serlo, situación contraria a lo señalado en la Resolución N.° 179-1999/TDC del 21 de mayo de 1999, a través de la cual se estableció que es responsabilidad del consumidor leer adecuadamente el contenido de los contratos que suscribe.
- (viii) El personal de la DFI no ha conocido el completo desenvolvimiento de sus funciones, pues solo ha escuchado los beneficios y planes que ofrece la empresa, sin tener conocimiento del bono de descuento, por lo que no podría presumir que este es un “*presunto premio*”.
- (ix) La Secretaría Técnica estimó erróneamente que durante el año 2019 asistieron 4 576 consumidores a las charlas, pues conforme a la base de datos de consumidores que registraron visitas en sus oficinas, la cantidad asciende a 2,966 personas.
- (x) Al afirmar la existencia de un beneficio ilícito por la venta de sus servicios, se vulnera el Principio de Razonabilidad y se contradice la presunción de veracidad que sobre las acciones de cualquier administrado se debe de tener, pues se presume que los administrados han actuado apegados a sus deberes.
- (xi) No es facultad del ente administrativo determinar el beneficio ilícito puesto que este tema es materia de investigación de un proceso penal.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.° 082-2020/CC3

12. El 9 de septiembre de 2021, Point Integral presentó un escrito a través del cual solicitó la nulidad de la Resolución N.° 1 en la medida que, esta no habría sido debidamente notificado¹², vulnerando así su derecho de defensa.
13. En virtud del requerimiento efectuado el 16 de septiembre de 2021, con fecha 20 de septiembre de 2021, Point Integral presentó un escrito a través del cual acreditó que la cantidad de consumidores que registraron visitas durante el 2019 en sus instalaciones ascendieron a 2 966 personas. Asimismo, presentó el volumen de sus ventas correspondientes a los años 2019 y 2020.
14. En consecuencia, corresponde a la Comisión de Protección al Consumidor N.° 3 (Comisión) emitir la decisión final respecto al PAS iniciado en contra de Point Integral.

II. ANÁLISIS

A. Cuestión Previa

A.1 Sobre la notificación de la Resolución N.° 1

15. El administrado solicitó la nulidad de la Resolución N.° 1 en la medida que esta no habría sido debidamente notificada, vulnerando así su derecho de defensa.
16. Al respecto, es menester señalar que el artículo 139 de la Constitución Política del Perú¹³, en sus numerales 3 y 14, reconoce al principio del *debido proceso* como garantía de la función jurisdiccional, precisando su observancia en todas las instancias del proceso.
17. Por su parte, el Tribunal Constitucional del Perú, en reiterada y uniforme jurisprudencia¹⁴, ha señalado que el debido proceso, como principio constitucional, está concebido como el *“cumplimiento de todas las garantías y normas de orden público que deben aplicarse a todos los casos y procedimientos, incluidos los administrativos, a fin de que las personas estén en condiciones de defender adecuadamente sus derechos ante cualquier acto del Estado que pueda afectarlos (...). Así, el debido proceso administrativo supone, en toda circunstancia, el respeto – por parte de la administración pública o privada– de todos los principios y derechos normalmente invocables en el ámbito de la jurisdicción común o especializada, a los cuales se refiere el artículo 139 de la Constitución”*.

¹² En este punto, el administrado ha señalado que, si bien a través de la Resolución N.° 2 se informó que la Resolución N.° 1 sí fue debidamente notificada, no se ha informado la hora ni el nombre de la persona quien recibió esta notificación ni tampoco se remitió la Resolución N.° 1 a fin de subsanar el defecto de notificación.

¹³ **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ**

Artículo 139°.- Son principios y derechos de la función jurisdiccional:

3. La observancia del debido proceso y la tutela jurisdiccional. Ninguna persona puede ser desviada de la jurisdicción predeterminada por la ley, ni sometida a procedimiento distinto de los previamente establecidos, ni juzgada por órganos jurisdiccionales de excepción ni por comisiones especiales creadas al efecto, cualquiera sea su denominación.

(...)

14. El principio de no ser privado del derecho de defensa en ningún estado del proceso. Toda persona será informada inmediatamente y por escrito de la causa o las razones de su detención. Tiene derecho a comunicarse personalmente con un defensor de su elección y a ser asesorada por éste desde que es citada o detenida por cualquier autoridad.

(...)

¹⁴ Ver, por ejemplo, Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Expediente N° 4289-2004-AA/TC.



18. Sobre el particular, el numeral 2 del artículo 248¹⁵ del Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General (LPAG), establece que, no se pueden imponer sanciones sin que se haya tramitado el procedimiento respectivo, respetando las garantías del debido procedimiento.
19. De hecho, según el numeral 1.2 del artículo IV del TUO de la LPAG¹⁶, el principio del debido procedimiento garantiza ciertos mínimos procesales que preservan la validez y legalidad del proceso, entre los que se encuentra el derecho a ser notificados.
20. En atención a ello, el numeral 1 del artículo 21 del TUO de la LPAG, establece que la notificación deberá realizarse en el domicilio que conste en el expediente¹⁷. En la misma línea, la Directiva N.º 001-2013/TRI-INDECOPI, Régimen de notificaciones de actos administrativos y otras comunicaciones emitidas en los procedimientos administrativos a cargo de los órganos resolutores del Indecopi (la Directiva), ha establecido que la notificación personal, se realizará en el domicilio que conste en el expediente respectivo; y, de no contar con el domicilio del destinatario, los órganos resolutores deberán notificar al domicilio señalado en el Documento Nacional de Identidad (DNI) en caso de personas naturales y al domicilio RUC, en caso se trate de personas jurídicas¹⁸.
21. Bajo tales premisas de la norma se tiene que, en primer lugar, la autoridad administrativa deberá notificar los actos administrativos en el domicilio que conste en el expediente; y, en caso no se cuente con dicha información o no sea posible notificar en dicha dirección; como segunda alternativa, se deberá recurrir a otras fuentes, tal

¹⁵ **TUO de la LPAG**
Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa
(...)

2. Debido procedimiento.- No se pueden imponer sanciones sin que se haya tramitado el procedimiento respectivo, respetando las garantías del debido procedimiento. Los procedimientos que regulen el ejercicio de la potestad sancionadora deben establecer la debida separación entre la fase instructora y la sancionadora, encomendándolas a autoridades distintas.

¹⁶ **TUO de la LPAG**
Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo

1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:
(...)

1.2. Principio del debido procedimiento.- Los administrados gozan de los derechos y garantías implícitos al debido procedimiento administrativo. Tales derechos y garantías comprenden, de modo enunciativo mas no limitativo, los derechos a ser notificados; a acceder al expediente; a refutar los cargos imputados; a exponer argumentos y a presentar alegatos complementarios; a ofrecer y a producir pruebas; a solicitar el uso de la palabra, cuando corresponda; a obtener una decisión motivada, fundada en derecho, emitida por autoridad competente, y en un plazo razonable; y, a impugnar las decisiones que los afecten. (...)

¹⁷ **TUO de la LPAG**
Artículo 21.- Régimen de la notificación personal

21.1 La notificación personal se hará en el domicilio que conste en el expediente, o en el último domicilio que la persona a quien deba notificar haya señalado ante el órgano administrativo en otro procedimiento análogo en la propia entidad dentro del último año

¹⁸ **DIRECTIVA N.º 001-2013/TRI-INDECOPI, Régimen de notificaciones de actos administrativos y otras comunicaciones emitidas en los procedimientos administrativos a cargo de los órganos resolutores del Indecopi**

3. Notificación personal

3.1 Los órganos resolutores deberán realizar la notificación personal en el domicilio que conste en el expediente respectivo. En caso que no se cuente con el domicilio del destinatario de la cédula, o luego de su verificación este resulte inexistente, los órganos resolutores deberán notificar al domicilio señalado en el Documento Nacional de Identidad (DNI) del administrado, en el caso de personas naturales, y al domicilio consignado en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el caso de personas jurídicas. (...)



como el sistema del RENIEC en caso de personas naturales o de la SUNAT en caso de personas jurídicas.

22. Al respecto, a lo largo de la supervisión (antes del inicio del presente PAS), se ha verificado que, en los escritos del 4 de octubre y 6 de noviembre de 2019 y 28 de febrero y 5 de marzo de 2020¹⁹, el administrado no precisó un domicilio al cual debían hacerle llegar las notificaciones, por lo que, la DFI remitió todas las comunicaciones al domicilio que aparece en el Registro Único de Contribuyente (RUC) de Point Integral (Calle Los Tulipanes 147, Interior 406, Santiago de Surco). Además, dicho domicilio fue el mismo que aquel donde se realizó la diligencia de supervisión del 19 de septiembre de 2019, dando origen al acta de inspección correspondiente, siendo el mismo que figura en el membrete de todos sus escritos.
23. De la revisión del cargo de la cédula de notificación de la Resolución N.° 1, se advierte que dicha resolución fue notificada a ese mismo domicilio, esto es, al domicilio que figuraba en el expediente, el mismo que aparece en el RUC del administrado y al cual se dirigieron todas las comunicaciones durante la supervisión.
24. En consecuencia, la Resolución N.° 1, contrariamente a lo alegado por Point Integral, fue válidamente notificada en el domicilio del administrado, siendo pertinente señalar que, en el acta de notificación respectiva se dejó constancia de una segunda visita en la medida que no se encontró a nadie en la primera visita. Por tal motivo, la Resolución N.° 1 fue notificada “*bajo puerta*”, consignándose, como también se advierte de la revisión del acta de notificación respectiva, todos los requisitos exigidos por el numeral 3.7²⁰ de la Directiva N.° 001-2013/TRI-INDECOPI:

(ver imagen en la siguiente página)

¹⁹ Ver folios 58, 89, 177, 372, 475 y 617 del expediente.

²⁰ **DIRECTIVA N.° 001-2013/TRI-INDECOPI, RÉGIMEN DE NOTIFICACIÓN DE ACTOS ADMINISTRATIVOS Y OTRAS COMUNICACIONES EMITIDAS EN LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS A CARGO DE LOS ÓRGANOS RESOLUTIVOS DEL INDECOPI**

3. Notificación personal

(...)

3.7 (...) Asimismo, en caso que el notificador no tenga acceso directo al domicilio del administrado, ya sea que se trate de una casa, departamento u oficina, al ubicarse aquel dentro de un condominio, edificio u otra edificación en cuyo interior exista más de una unidad inmobiliaria, se entregará la cédula a la persona capaz que se encuentre en la casa, departamento u oficina, o al encargado del edificio o condominio, conforme a lo previsto en el numeral 3.2. Si no pudiera entregarse la cédula en los términos antes señalados, el notificador deberá pegar un aviso en la puerta de acceso correspondiente a los lugares citados, (...)

Para efectos de levantar el acta de notificación en una segunda visita, el notificador deberá cumplir los requisitos previstos en el numeral 3.3 de la presente Directiva.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3 SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.° 082-2020/CC3

Acta de Notificación de la Resolución N.° 1²¹

Indecopi Acta y Visita de Notificación Página: 1 de 1

USO INTERNO

Documento expedido por el Área: C.C.3

Notificación: 20 de mayo de 2021 Resolución: 1 Carta: Oficio: Expediente: 0082-2020/CC3 Otro:

VISITA DE NOTIFICACIÓN

En la ciudad de Lima, siendo las 12:10 horas del día 24/05/21, la persona que suscribe la presente acta, notificador del Indecopi, se apersonó al domicilio de: Point Integral S.A.S. - Inmuebles E.I.B.C. - Calle Jorge Tuza Rivera N° 197 int. 406 Urb. Polo ubicado en Jumbay en el distrito de Jumbay, con la finalidad de notificar el documento en mención. Polo Hunt (a la esposa) Sanchez el Polo

Características del Domicilio del Administrado

Color de fachada: Blanco Número de pisos: 13

Tipo de puerta: Acristado Número de suministro eléctrico visible: NO SI

Color de puerta: Nº

Características de Domicilios Contiguos

Domicilios Contiguos: NO SI

Numeración: Numeración:

Color de fachada: Color de fachada:

Número de pisos: Número de pisos:

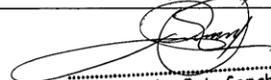
Al respecto dejo constancia que el documento mencionado, no pudo ser entregado al administrado por la siguiente razón:

- a. No se encontró persona capaz¹ b. No se encontró a nadie

Por el presente dejo constancia, de acuerdo con lo establecido en el artículo 161° del Código Procesal Civil y la Directiva N° 001-2013/TRI-INDECOPI y su modificatoria mediante la Directiva N° 002-2015/TRI-INDECOPI y Directiva N° 007-2015/TRI-INDECOPI, que regresará a notificar el documento mencionado² el día 27/05/21, entre las 10 y las 12 horas.

Se dejó un aviso bajo puerta del domicilio:

Se pegó un aviso en la puerta de acceso:


 Nombre y Apellido: **Christian Alex Ruiz Sanchez**
 Firma del Notificador
 (En caso, deje bajo puerta, la firma de la persona que figura en el DNI)
 INDECOPI

¹ CODIGO CIVIL PERUANO D.L. N° 295, artículo 42.- Plena capacidad del ejercicio. Tienen plena capacidad del ejercicio de sus derechos civiles las personas que hayan cumplido dieciocho (18) años de edad, salvo lo dispuesto en los artículos 43 y 44.
² La notificación de estos seminformativos emitidos por la Sub Gerencia de Ejecución Coactiva se encuentra regulada conforme al T.U.O de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

F-SGL-14/04
 Vigencia del formato: 2020-06-30

ACTA DE NOTIFICACIÓN

En la ciudad de Lima, siendo las 10:15 horas del día 27/05/21, la persona que suscribe la presente acta, notificador del Indecopi, se apersonó al domicilio de: Point Integral S.A.S. - Inmuebles E.I.B.C. - Calle Jorge Tuza Rivera N° 197 int. 406 Urb. Polo ubicado en Jumbay en el distrito de Jumbay, con la finalidad de dejar el presente documento. Juan Polo Hunt (a la esposa) Sanchez el Polo

Características del Domicilio del Administrado

Color de fachada: Blanco Número de pisos: 13

Tipo de puerta: Acristado Número de suministro eléctrico visible: NO SI

Color de puerta: Nº

Características de Domicilios Contiguos

Domicilios Contiguos: NO SI

Numeración: Numeración:

Color de fachada: Color de fachada:

Número de pisos: Número de pisos:

Atendiendo a que:

a. En la segunda visita, no se encontró persona capaz o no se encontró a nadie en el domicilio proporcionado por el administrado.

b. La persona capaz que se encontró en el domicilio:

Se negó a recibir el documento	<input type="checkbox"/>	Se negó a firmar	<input type="checkbox"/>
Se negó a identificarse	<input type="checkbox"/>		

c. Se procedió a dejar el documento:

Directamente a la persona	<input type="checkbox"/>	Bajo puerta	<input checked="" type="checkbox"/>
---------------------------	--------------------------	-------------	-------------------------------------

Siendo las 10:17 horas del día 27/05/21, procedo a concluir la presente acta del documento señalado líneas arriba.

Observaciones:


 Nombre y Apellido: **Christian Alex Ruiz Sanchez**
 Firma del Notificador
 (En caso, deje bajo puerta, la firma de la persona que figura en el DNI)
 INDECOPI

25. Por lo antes expuesto, corresponde desestimar los alegatos expuestos por Point Integral, pues la Resolución N.° 1 le fue notificada válidamente y no se ha vulnerado su derecho de defensa. Cabe indicar que, mediante la Resolución N.° 2 del 24 de agosto de 2021, se informó al administrado de la correcta notificación de la Resolución N.° 1 y de la posibilidad de poder acceder al expediente en cualquier momento del procedimiento, ello de conformidad con lo establecido en el artículo 169 del T.U.O de la LPAG²².

²¹ Ver folio 906 del expediente.

²² **TUO de la LPAG**
Artículo 169.- Acceso al expediente
 169.1 Los administrados, sus representantes o su abogado tienen derecho de acceso al expediente en cualquier momento de su trámite, así como a sus documentos, antecedentes, estudios, informes y dictámenes, obtener certificaciones de su estado y recabar copias de las piezas que contiene, previo pago del costo de las mismas. Sólo se exceptúan aquellas actuaciones, diligencias, informes o dictámenes que contienen información cuyo conocimiento pueda afectar su derecho a la intimidad personal o familiar y las que expresamente se excluyan por ley o por razones de seguridad nacional de acuerdo a lo establecido en el inciso 5) del Artículo 20 de la Constitución Política. Adicionalmente se exceptúan las materias protegidas por el secreto bancario, tributario, comercial e industrial, así como todos aquellos documentos que impliquen un pronunciamiento previo por parte de la autoridad competente.
 169.2 El pedido de acceso podrá hacerse verbalmente y se concede de inmediato, sin necesidad de resolución expresa, en la oficina en que se encuentre el expediente, aunque no sea la unidad de recepción documental.

406



26. Sin perjuicio de lo señalado, se debe precisar que, la única vía para solicitar la nulidad de los actos administrativos, en caso considere que se ha vulnerado un derecho, es por medio de los recursos administrativos²³ contra el acto administrativo definitivo que ponga fin al procedimiento administrativo sancionador del presente caso. En consecuencia; y, de considerarlo pertinente, el administrado podrá presentar el recurso administrativo correspondiente²⁴ al culminar la presente instancia administrativa.
27. Finalmente, el IFI fue notificado válidamente el 31 de agosto de 2021 a dicho domicilio; siendo que, el administrado cumplió con presentar sus descargos.

B. Sobre la aplicación de métodos comerciales agresivos o engañosos

B.1 Marco teórico general de estas prácticas comerciales

28. La difusión en el mercado de productos y servicios ha evolucionado por el desarrollo de técnicas sofisticadas de distribución y venta, pues si bien estas últimas tradicionalmente venían realizándose en establecimientos comerciales, en la actualidad también se dan por otros medios (correo electrónico, teléfono, de puerta en puerta, entre otros), aumentado de forma considerable la contratación masiva de tales productos y servicios. La promoción de ventas se constituye así, como un instrumento diseñado para estimular en los consumidores la compra de un producto o contratación de un servicio.
29. Estos incentivos incluyen una extensa variedad de mecanismos de promoción, diseñados para generar una respuesta temprana o más poderosa del mercado. Así, mientras que la publicidad ofrece razones para comprar un producto o contratar un servicio, la promoción de ventas ofrece razones para adquirirlos *ahora*²⁵. Por ello, en la actualidad, un elevado volumen de operaciones de compra de productos de gran consumo se realiza bajo acciones de promoción dado que estas consiguen, en general, su objetivo de incrementar las ventas de tales productos.
30. En ese orden de ideas, las denominadas “*ventas agresivas*” constituyen un derivado de los mencionados mecanismos de promoción. En este caso, la empresa se dirige directamente al consumidor, proponiéndole una compraventa en condiciones aparentemente ventajosas para él pero que, en muchos casos, luego de celebrado el acuerdo, se revelan en sorprendentemente ventajosas para el vendedor.

²³ **TUO de la LPAG**

Artículo 11.- Instancia competente para declarar la nulidad

11.1 Los administrados plantean la nulidad de los actos administrativos que les conciernan por medio de los recursos administrativos previstos en el Título III Capítulo II de la presente Ley. (...)

²⁴ **TUO de la LPAG**

Artículo 218

218.1 Los recursos administrativos son:

- a) Recurso de reconsideración.
- b) Recurso de apelación.

Solo en caso que por ley o decreto legislativo se establezca expresamente, cabe la interposición del recurso administrativo de revisión.

218.2 El término para la interposición de los recursos es de quince (15) días perentorios, y deberán resolverse en el plazo de treinta (30) días.” (...)

²⁵ KOTLER, Philip y Armstrong, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. Cuarta Edición. Traducido del inglés de la obra *Marketing: An Introduction, Fourth Edition*. México, 2002. pp. 477.



31. Una forma de emplear estas técnicas de venta consiste en inducir al cliente para que acuda a una dirección determinada a través del ofrecimiento de premios, en donde le espera un despliegue de recursos especialmente diseñados para hacer que el cliente olvide la recompensa prometida y se convenza de contratar un producto determinado. Apoyada por el manejo psicológico del potencial comprador, la empresa presenta las bondades del producto, la comparación con distintas alternativas, las ventajas de su adquisición, no dejando opciones para que el cliente se niegue a las tentadoras ofertas. Es tan prolongada la presión que ejercen los vendedores sobre el comprador, que este termina aceptando contratar por cansancio²⁶.
32. En ese contexto, como lo señala Guido Alpa, el consumidor se encuentra en una situación particularmente débil, no teniendo normalmente la posibilidad de probar el producto, de conocer anticipadamente sus cualidades, de verificar la existencia de las cualidades prometidas o de realizar útiles comparaciones con productos ofrecidos por otras empresas; y no poder recurrir al intervalo de tiempo que a menudo media entre el momento de la elección y el momento de la adquisición²⁷.
33. Esta problemática ha generado que diversas legislaciones adopten medidas destinadas a revertir los efectos nocivos de tales mecanismos de venta. Así, por ejemplo, la Unión Europea cuenta con la Directiva 2005/29/CE, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, mediante la cual se prohíben las llamadas *prácticas comerciales agresivas* definidas de la siguiente manera:

**“Artículo 8
Prácticas comerciales agresivas**

*Se considerará agresiva toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, merme o pueda mermar de forma importante, mediante el acoso, la coacción, incluido el uso de la fuerza, o la influencia indebida, la libertad de elección o conducta del consumidor medio con respecto al producto y, por consiguiente, le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otra forma no hubiera tomado”.*²⁸

C Sobre la regulación de los métodos comerciales agresivos o engañosos en el ordenamiento jurídico peruano

34. En el ordenamiento jurídico peruano, el Código reconoce como uno de los derechos del consumidor, el derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, que se ofrecen en el mercado²⁹. Tal derecho tiene como sustento la idea

²⁶ Cita de la Resolución 0539-2006/TDC-INDECOPI del 19 de abril de 2006, emitida por la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, haciendo referencia a información extraída de la revista publicada en Chile “Quepasa”, cuya versión online puede encontrarse en www.quepasa.cl.

²⁷ ALPA, Guido. Derecho del Consumidor. Título original: *Il diritto dei Consumatori*. Traducción: Juan Espinoza Espinoza. Gaceta Jurídica. Enero 2004. pp. 271-272.

²⁸ Directiva 2005/29/CE del 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) N.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo.

²⁹ **LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Artículo 1º.- Derechos de los Consumidores.

1.1. En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:
(...)

de que son los propios consumidores quienes conocen los productos o servicios que les resultan más convenientes en función de sus intereses y necesidades, de allí que son ellos quienes adoptarán las decisiones de consumo más eficientes en virtud de su autonomía privada.

35. Como correlato del referido derecho, surge la obligación de los proveedores de no realizar prácticas que afecten la libertad de elección del consumidor. En ese contexto, el artículo 58.1 del Código³⁰ señala que los “métodos comerciales agresivos o engañosos” son aquellas prácticas que merman de manera significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo, con la finalidad de conseguir que este adopte una decisión de consumo de manera irreflexiva o desinformada.

C.1 Sobre la presunta obtención de una ventaja

36. Sobre el particular, es pertinente mencionar que el literal a) del artículo 58.1 del Código recoge como práctica comercial agresiva o engañosa crear la impresión de que el consumidor ya ha ganado, o ganará un premio o cualquier otra ventaja equivalente, cuando en realidad: (i) tal beneficio no existe, o (ii) la obtención del premio o ventaja está sujeta a efectuar un pago o incurrir en un gasto³¹.
37. De la revisión de los actuados en la etapa de supervisión, se advierte que Point Integral generaba en sus consumidores la impresión de haber obtenido un “premio”, por medio del cual se obtiene la posibilidad de disfrutar de diversos beneficios (bono valorizado en dinero); siendo que, para obtenerlos era necesario, en principio, que los consumidores se acerquen a recogerlo en determinada dirección, en una fecha y hora pactada, cumpliendo ciertas exigencias.
38. En esa línea, el primer acto que debían realizar los consumidores para obtener su premio o ventaja era trasladarse al local que le indicara Point Integral, en la fecha y hora que este último precise; es decir, el beneficio no se entregaba inmediatamente luego de obtenerlo y se encuentra condicionado a asistir a una charla organizada por el administrado:

f) Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta. (...).”

³⁰ **LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Artículo 58.- Definición y alcances

58.1 El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo. (...).

³¹ **LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Métodos comerciales agresivos o engañosos

Artículo 58.- Definición y alcances

58.1 (...) En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen:

- a. Crear la impresión de que el consumidor ya ha ganado, que ganará o conseguirá, si realiza un acto determinado, un premio o cualquier otra ventaja equivalente cuando, en realidad: (i) tal beneficio no existe, o (ii) la realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a efectuar un pago o incurrir en un gasto.



Extracto de la Disposición Fiscal número uno (Ingreso 1016-2019) del 18.06-2019 en mérito de la denuncia preventiva N.° 00862: DL-2019-45447868-01 del señor [REDACTED] del 17.06.2019 – Primera Fiscalía de Prevención del Delito Distrito Judicial de Lima³²

Descripción de los hechos : (...) con fecha 12 de junio del 2019, lo llamaron a su número celular [REDACTED], para ofrecerle un paquete de viaje gratis a cambio de apersonarse a la dirección Jirón Los Tulipanes N.° 147, Oficina 406, Santiago de Surco (...) la empresa que le estaba contactando era Golden Life (...) con RUC 20536181203, (...) me acerqué a la dirección indicada (...) se acercó el mismo día (...) entregándole el Certificado del paquete de viaje que le habían prometido e intentó venderle un paquete de beneficios (descuentos en servicios hoteleros, restaurantes...) y no quiso revelarle el precio sino aceptaba (...) le pidió que mostrara sus tarjetas de crédito (...)

Extracto de la grabación de fecha 18 de septiembre de 2019 – Entrevista con el señor [REDACTED]³³

03:54 – Personal de DFI : Para precisar ¿En qué consistía el presunto premio que Golden Life le dijo que había ganado?

03:59 – Señor [REDACTED] : Consistía en un bono de S/ 1 000,00 soles, de S/ 700,00 soles para un paquete de viajes y S/ 300,00 para compras en (...) tiendas que ellos están afiliados.

(...)

04:16 – Personal de DFI : ¿Golden Life le indicó que solo debía acudir a su establecimiento para recoger el premio que había ganado o con algún otro fin?

04:28 – Consumidor : Una vez contactado con esta señorita, me pasan a un coordinador de nombre (...) este señor me da una cita, me dice, "Señor, le voy a reservar una cita para usted, (...) el código de su cita es 1193A, nosotros le vamos a esperar en nuestras instalaciones en Jirón Los Tulipanes (...)

Extracto de la grabación de fecha 26 de septiembre de 2019 – Entrevista con la señora [REDACTED]³⁴

03:45 – Personal de DFI : ¿Golden Life le indicó que solo debía acudir a su establecimiento para recoger el premio que presuntamente había ganado o con algún otro fin? ¿Le señalaron que debía disponer de determinado tiempo?

³² Ver folio 5 del expediente.

³³ Ver folio 24 del expediente.

³⁴ Ver folio 46 del expediente.



03:58 – Señora [REDACTED] : Al inicio no, pero después nos dijeron que iba a ser algo corto, pero terminó siendo como dos (2) horas, porque llegamos alrededor de las 4y30pm y salimos más de las 7 de la noche.

(...)

06:06 – Personal de DFI : ¿En qué consistía el premio que Golden Life le dijo que había ganado? (...)

06:18 – Señora [REDACTED] : (...) había sido acreedora del premio de S/ 1 000,00, que tenía S/ 300,00 soles para hacer consumos en establecimientos y S/ 700,00 soles para viajes (...)

39. Cabe precisar que, de la información anteriormente descrita se verifica que, el beneficio ofrecido por Point Integral no solo era un bono de descuento en determinados establecimientos, sino también un paquete de viaje que se materializaba en un certificado, ello conforme a lo señalado por el señor [REDACTED].
40. Por otro lado, del contenido de los audios de grabación correspondientes a las supervisiones efectuadas el 18, 19 y 26 de septiembre de 2019, se advierte que, Point Integral, no solo requería datos que permitirían identificar al ganador del premio o ventaja, sino que también solicitaba información que era irrelevante para tal fin, como los vínculos que se mantienen con los acompañantes de quienes iban a la reunión, relaciones personales, ingresos monetarios y en qué se destinaba ello, así como tarjetas de crédito de las cuales eran titulares:

Extracto de la grabación de fecha 18 de septiembre de 2019 – Entrevista con el señor [REDACTED]³⁵

10:00 – Señor Acevedo : (...) se dio también una pregunta (...) más o menos, aproximado (...) **¿Cuánto era lo que yo ganaba y en qué invertía ese dinero?** (...)

Acta de Supervisión de fecha 19 de septiembre de 2019 – Supervisión de incógnito³⁶

(...) siendo atendidos por una recepcionista a quien le indicamos el porqué de nuestra presencia, solicitándonos nuestro nombre y números de DNI (...)
En el transcurso de la contratación, **se solicitó la tarjeta de crédito para el cobro de la afiliación** (...)

³⁵ Ver folio 24 del expediente.

³⁶ Ver folio 26 del expediente.



Extracto de la grabación de fecha 19 de septiembre de 2019 – Supervisión de incógnito realizada por personal de la DFI³⁷

15:39 – Personal de la empresa : *¿Cuánto tiempo tienen juntos?*

15:41 – Personal de incógnito : *Un año.*

(...)

22:18 – Personal de incógnito : *Pero, ¿Qué clase de requisitos?*

22:26 – Personal de la empresa : *(...) Básicamente hay tres (3) calificaciones. ¿Sí? Mira, el perfil migratorio, (...) la “Credicard Rating International” (...) y adicionalmente a eso tienes lo que es el perfil intercultural (...) no podemos tener cualquier persona en nuestra compañía, por eso buscamos grado de instrucción, trabajadores actuales, (...)*

(...)

26:11 – Personal de la empresa : *(...) ¿Ustedes manejan Visa, Mastercard, Diners o American Express? ¿De crédito o débito?*

26:15 – Personal de incógnito : *(...) Visa (...)*

26:17 – Personal de la empresa : *¿De crédito o débito?*

26:18 – Personal de incógnito : *Las dos.*

(...)

27:49 – Personal de incógnito : *¿Y el viaje es gratis?*

27:51 – Personal de la empresa : *Claro, eso te lo regalo por tu afiliación si me tienes los requisitos te doy y nada más pagas los impuestos (...)*

Extracto de la grabación de fecha 26 de septiembre de 2019 – Entrevista con la señora [REDACTED]³⁸

04:10 – Personal de DFI : *¿Golden Life le indicó que si debía cumplir con algunos requisitos (por ejemplo, llevar consigo sus tarjetas de crédito, asistir con su cónyuge) para acudir al establecimiento donde le entregarían el premio que había ganado?*

04:22 – Señora [REDACTED] : *Sí, me dijeron que de preferencia que asista con alguien más (...) ahí en la cita recién me dijeron que debía tener tarjeta de crédito.*

05:34 – Personal de DFI : *(...) ¿Qué información adicional le solicitaron?*

³⁷ Ver folio 34 del expediente.

³⁸ Ver folio 46 del expediente.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.° 082-2020/CC3

05:37 – Señora Chuquipoma : Me preguntaron si estaba casada, si era conviviente y si tenía tarjetas de crédito, cuantas tarjetas de crédito tenía.

41. Asimismo, durante la entrevista realizada al señor [REDACTED], se pudo recabar el presunto premio o ventaja ofrecida por Point Integral, se materializó en un documento denominado “*Términos y Condiciones Generales de la Tarjeta de Invitación Golden Life*”³⁹, el mismo que también fue entregado a la señora [REDACTED]⁴⁰:

(ver imagen en la siguiente página)

³⁹ Ver folio 20 del expediente.

⁴⁰ Ver anverso del folio 946 del expediente.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.° 082-2020/CC3

Golden
Life

@ informes@goldenlife.com.pe

🏠 Jr. Los Tulipanes 147 Of. 406
Santiago de Surco

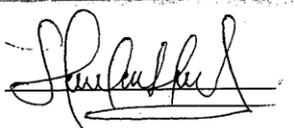
TERMINOS Y CONDICIONES GENERALES DE LA TARJETA DE INVITACION GOLDEN LIFE

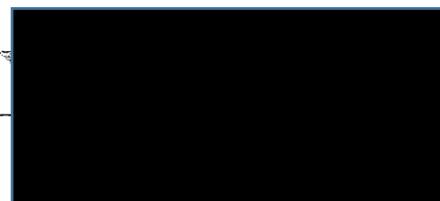
GOLDEN LIFE PERU le da la bienvenida.

1. El invitado, a través de la tarjeta, tiene S/ 1000.00 soles en descuentos para ser utilizados en las empresas en convenio vigente con Golden Life.
2. La tarjeta tiene una vigencia de 6 meses a partir de la fecha de entrega, en las empresas en convenio en el rubro de Viajes y turismo. En los demás rubros, la vigencia es de 2 meses.
3. El descuento máximo que el invitado va a poder utilizar en el rubro Viajes y Turismo a lo largo de los 6 meses es de S/700.00 soles. En los demás rubros, el tope máximo a lo largo de los 2 meses es de S/300.00 soles. Cada empresa aplica sus propios términos y condiciones para el uso de los descuentos.
4. Las empresas donde El Invitado podrá utilizar los descuentos, junto con los términos y condiciones de cada empresa serán enviados vía e-mail al siguiente correo:

..... [Redacted]

5. Bono valido para dos (2) personas.
6. Solo se puede usar en establecimientos en convenio vigente con GOLDEN LIFE y respetando los respectivos términos y condiciones.
7. Debe presentar el DNI y la tarjeta vigente en los establecimientos en convenio que desee utilizar.
8. Para el rubro de Viajes y turismo, el invitado deberá ponerse en contacto con el área de asesoría al correo comercial@goldenlife.com.pe y solo en este rubro no será necesario mostrar la tarjeta Golden Life en vigencia, sino que tiene un plazo de 6 meses para utilizarlo. El porcentaje de descuento por aplicar en este rubro será variable, dependerá del descuento máximo que nos pueda aplicar la empresa en convenio al momento de realizar la cotización o reserva.


 **Golden Life**
 Point Integral EIRL
 20536181203



Recibí conforme

11 SEP. 2019

42. De lo anterior, se desprende que para obtener la ventaja ofrecida (descuentos en establecimientos), el consumidor debía, cumplir con determinadas acciones y enfrentaba ciertas restricciones, como el tiempo de vigencia del beneficio, el cual variaba dependiendo del rubro a utilizarse (viajes o diversos establecimientos),



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.° 082-2020/CC3

- además de tener que comunicarse vía correo electrónico con el fin de hacer valer el beneficio en determinada categoría.
43. En atención a lo desarrollado, se advierte que, Point Integral en aras de posicionarse en el mercado, realiza un procedimiento de captación, a través del cual busca otorgar diversos premios o ventajas equivalentes⁴¹; sin embargo, ello no es otra cosa que una modalidad de persuasión a fin de que los consumidores acudan al establecimiento del administrado; y, una vez ahí, el proveedor buscará promocionar sus servicios con miras a una potencial contratación.
44. Es importante señalar que, las ventajas ofrecidas, conforme a lo recabado de las acciones de supervisión, no han cumplido con las expectativas brindadas a los consumidores, pues conforme a lo señalado por la señora [REDACTED] en su carta de 13 de septiembre de 2019⁴², esta señaló que se vio impedida de utilizar una “*tarjeta de afiliación*” entregada por el personal de Point Integral a fin acceder a beneficios en un restaurante con el que presuntamente se tenía vínculos comerciales; sin embargo, personal de este restaurante le indicó que no se mantenían vínculos con Point Integral, haciendo imposible acceder a algún beneficio o ventaja.
45. En este punto, es conveniente precisar que, durante la supervisión, Point Integral señaló tener alianzas comerciales con diversas empresas a fin de brindar beneficios a los consumidores⁴³. En ese sentido, la DFI recabó información a estas empresas a través de diversas comunicaciones⁴⁴ con el fin de corroborar lo señalado por Point Integral; sin embargo, de veintisiete (27) empresas con las que el administrado tendría vínculos comerciales, se advirtió -por lo menos-, que siete (7) de estas indicaron que no mantienen relación con el proveedor supervisado⁴⁵. (Costamar Travel S.A.C., Destinos Mundiales S.A.C., Viajes Picaflor Perú Tour Operador S.A.C., Solways Perú, Inversiones Hillcrew E.I.R.L., Carrusel Representaciones S.A.C. y Discovery Adventure Travel E.I.R.L.)
46. En su defensa, Point Integral ha señalado que los consumidores involucrados no han hecho referencia a que se haya creado la impresión de haber ganado un premio o bono a cambio de cumplir determinados requisitos; por el contrario, lo que se verifica es que, o bien el premio sí fue entregado; o, no se aprecia alguna negativa al recibir los bonos.
47. Al respecto, los requisitos en estos casos son aquellos que se determinan por las acciones que debe realizar el consumidor para hacer efectivo el beneficio, pues se advierte que para gozar del bono era necesario que el consumidor contactado, en principio deba acercarse al local que le señale el administrado, así como también, para poder utilizarlo, en determinadas categorías, era necesario que el consumidor se ponga en contacto con un correo electrónico.

⁴¹ Bonos de descuento conforme a lo recabado de las entrevistas al señor [REDACTED] y la señora [REDACTED].

⁴² Ver folio 43 del expediente.

⁴³ Ver contenido del acta de supervisión y audio de grabación, escrito del 6 de noviembre de 2019 (folio 177 del expediente) y escrito del 28 de febrero de 2020 (folio 372 del expediente).

⁴⁴ Ver folio 622 a 703 del expediente.

⁴⁵ Cabe señalar que, de las comunicaciones remitidas a todas las empresas, no todas cumplieron con atender el requerimiento efectuado por la DFI.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 082-2020/CC3

48. Así, se establecen ciertas condiciones para disfrutar del bono (el cual se materializa en el documento “*Términos y Condiciones Generales de la Tarjeta de Invitación Golden Life*”), como por ejemplo que su uso estará condicionado a los términos y condiciones de cada empresa asociada con Point Integral o límites monetarios en función al rubro seleccionado por el consumidor.
49. Ahora bien, de la revisión de los testimonios de los consumidores involucrados, no es necesario que estos hagan referencia expresa a que se les creó la impresión de obtener un beneficio, pues esa labor le corresponde a la autoridad, la misma que se vale de la información que no solo se recoge a través de supervisiones in situ (en este caso de incógnito), sino también por diligencias adicionales, como las entrevistas antes indicadas. Todo ello sin perjuicio de que se haya entregado un beneficio o no, pues lejos de beneficiar a un consumidor, se verifica que este no recibe dicho beneficio de manera automática, sino que debe realizar ciertas acciones, las cuales, dada las condiciones establecidas, en la práctica hacen que la materialización de dichos beneficios pueda llegar a no concretarse.
50. Point Integral agregó que, el personal de la DFI se acercó a sus instalaciones demostrando interés en los servicios y manifestando conocer al señor [REDACTED] quien le habría comentado de los servicios ofrecidos, por lo que el representante que atendió al miembro de la DFI le brindó los requisitos de evaluación para la contratación del servicio, mas no para la obtención del bono.
51. En este punto, conviene hacer referencia al artículo 255⁴⁶ del TUO de la LPAG, el cual dispone que con anterioridad a la iniciación formal del procedimiento se podrán realizar actuaciones previas de investigación, averiguación e inspección con el objeto de determinar con carácter preliminar si concurren circunstancias que justifiquen su iniciación. Ello a efectos de contar con elementos suficientes que permitan detectar la comisión de presuntas infracciones, por lo que ~~los órganos resolutivos del~~ el Indecopi cuentan con facultades para realizar acciones de supervisión sin previo aviso.
52. Así, se realizó una supervisión bajo la modalidad de consumidor encubierto; esto es, el personal de la DFI se hizo pasar por un consumidor cualquiera para poder verificar el comportamiento del personal del administrado respecto al cumplimiento de las disposiciones del Código, para posteriormente presentarse como supervisor del Indecopi dejando constancia de los hechos en la respectiva acta de supervisión. Al respecto, este tipo de supervisión responde a la necesidad de verificar el comportamiento real del proveedor en el mercado, simulando ya sea una relación de consumo o una etapa previa a la misma, por lo que esta modalidad es la más adecuada para recrear la experiencia del usuario de este tipo de servicios y poder verificar como se da cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Código.
53. En atención a ello, conviene precisar que si un supervisor, desde un inicio, se identifica, informa el motivo de su visita; e, indica que la diligencia va a ser grabada; es posible que el administrado adopte un comportamiento distinto al que usualmente

46

TUO de la LPAG

Artículo 255.- Procedimiento sancionador

Las entidades en el ejercicio de su potestad sancionadora se ciñen a las siguientes disposiciones: (...)

2. Con anterioridad a la iniciación formal del procedimiento se podrán realizar actuaciones previas de investigación, averiguación e inspección con el objeto de determinar con carácter preliminar si concurren circunstancias que justifiquen su iniciación. (...)



despliega en sus actividades diarias, por lo que la presencia del personal de la DFI respondió a recabar información de la empresa, luego de haber recibido toda la información brindada por el señor [REDACTED] en la entrevista del 18 de septiembre de 2019, para lo cual era necesario identificarse como un consumidor más e interesado en los servicios ofrecidos, con el fin de corroborar en una supervisión presencial (de incógnito) toda la información pertinente de la empresa.

54. Cabe indicar que, el hecho de haber brindado al personal de la DFI información sobre requisitos de evaluación para la contratación de los servicios y no información referida al bono de descuento señalado anteriormente, no determina la falta de responsabilidad del administrado, pues ello no fue obstáculo para la comisión de las presuntas infracciones, ya sea a través del bono de descuento o algún otro beneficio otorgado a consumidores invitados.
55. En sus descargos señaló que, el bono de descuento es entregado oportunamente y suscrito por los usuarios y no se encuentra sujeto a efectuar un pago; al contrario, se les beneficia con descuentos en diversas empresas con las que se mantienen vínculos comerciales, este bono solo es otorgado a los usuarios invitados por Point Integral, por lo que el personal de la DFI no fue acreedor de este.
56. Al respecto, no se cuestiona el momento de la entrega del bono de descuento ni que este haya estado sujeto a una condición monetaria, pues el gasto destinado por los consumidores no necesariamente se traduce en términos monetarios (lo cual será analizado en su oportunidad); y, si bien el personal de la DFI no fue acreedor del bono, ello no implica la falta de responsabilidad del administrado, pues las conductas controvertidas han podido advertirse sin la necesidad de que el personal de la DFI sea contactado telefónicamente, sino también con la información recabada luego de su presencia como consumidor incógnito durante una de las charlas de la empresa, así como con la información obtenida del resultado de las entrevistas efectuadas por la DFI.
57. Respecto a los vínculos comerciales alegados, cabe señalar que, como se ha indicado líneas arriba, se ha corroborado que, Point Integral no mantenía vínculo comercial con la totalidad de empresas a las que hizo referencia.
58. En ese sentido, no es correcto afirmar que Point Integral tenga convenios comerciales con todas las empresas que inicialmente señaló, pues ello genera en el consumidor la impresión de obtener beneficios con otras empresas, ventaja que, si bien resulta atractiva, también es irreal, por lo menos por determinado grupo de empresas.
59. En consecuencia, se advierte que el presunto beneficio no fue entregado inmediatamente después de haberle comunicado al consumidor que lo había ganado, por el contrario, este último debía desplegar acciones previas para obtenerlo.
 - Sobre la naturaleza del premio o ventaja otorgada
60. En este punto, para esta Comisión, es importante precisar que el presunto premio o ventaja ofrecida a los consumidores invitados era un bono de descuento de diversos establecimientos, ello conforme a lo desarrollado anteriormente, bono que, en principio y conforme a lo señalado por los consumidores, era otorgado como cortesía por Point Integral y el cual debía ser recogido luego de asistir a una charla, ello conforme al *speech* recabado durante la supervisión de incógnito:



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 082-2020/CC3



Golden
Life

@ informes@goldenlife.com

🏠 Jr. Los Tulipanes 147 Of. 40
Santiago de Surco

6-8

63

TELEMARKETING GOLDEN LIFE

¿Buenos días señor(a)? como estas? te llamo de parte de la compañía GOLDEN LIFE PERU miembro de la CAMARA DE COMERCIO DE LIMA, mi nombre es Coordinador de marketing de la empresa, el motivo de mi llamada es para informarle que la empresa, GOLDEN LIFE, le ha otorgado un bono de descuento por S/700 soles para ser consumido en empresas en convenio, ya sea del sector restaurantes, clínicas, agencias de viaje o actividades recreativas.

Te comento Point Integral es una empresa con 9 años de trayectoria en el Perú siendo líderes en el rubro de publicidad y marketing. Por ser cliente de alguna de las empresas en convenio con la compañía o con las que hemos trabajado a lo largo de estos 9 años, eres participe de una de nuestras campañas publicitarias, y la finalidad de esta campaña es que sigas consumiendo en las empresas con las que actualmente tenemos convenio, por este motivo, a manera de incentivo la compañía le otorga estos S/700 soles para que puedas utilizarlos durante una vigencia de 6 meses en las más de 50 empresas en convenio.

Los consumos son para ti y un acompañante, es decir, solo puede ser utilizado por dos personas, si hubiese una tercera, cuarta, quinta persona, todos ellos pagan el precio normal del mercado de cada empresa.

..... hasta ahora tienes alguna pregunta?

Para el retiro de tu bono, el día de mañana tenemos un evento exclusivo con todas las personas acreedoras y manejamos 3 horarios fuera de oficina 4:30pm, 6:00 pm y 7:30 pm cual de estos horarios se te hace más factible para retirar tu bono, ya que el día de mañana habrá una persona encargada de atenderte.

Toma nota de la dirección por favor.....

61. En atención a ello, se advierte que, se indicaba a los consumidores luego de contactarlos vía telefónica que el presunto beneficio era otorgado por el único hecho de ser cliente de alguna de las empresas asociadas a Point Integral, por lo que era necesario recoger dicho beneficio en las instalaciones de la empresa; sin embargo, de la revisión de los términos y condiciones para la aplicación de estos descuentos, se colige que, no era posible disfrutarlos desde el momento del contacto, pues los consumidores no solo debían acercarse a recibir una charla, sino que tenían que ponerse en contacto con un correo electrónico comercial@goldenlife.com.pe; y, además enfrentaban restricciones como la vigencia del beneficio para determinados tipos de establecimientos afiliados.
62. Por otro lado, es importante mencionar que, los beneficios que otorgaba el proveedor no se agotaban en los bonos de descuentos previamente indicados, sino también se reflejaban en cortesías que otorgaban a cambio de la afiliación de sus servicios.
63. En efecto, de la revisión de la información recabada en la diligencia de supervisión del 19 de septiembre de 2019, se advierte que Point Integral indicó a sus consumidores (colaborador de la DFI que actuó como consumidor incógnito) que podían hacerse de una cortesía gratuita, siempre que cumplan con afiliarse a los servicios que ofrecía,

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348

E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



dicho beneficio se materializaba en un documento denominado “*IQUITOS 04 DÍAS /03 NOCHES*”, el cual era gratuito, previo pago por concepto de impuestos:

Extracto de la grabación de fecha 19 de septiembre de 2019 – Supervisión de incógnito realizada por personal de la DFI⁴⁷

22:18 – Personal de incógnito : *Pero, ¿Qué clase de requisitos?*

22:26 – Personal de la empresa : *(...) Básicamente hay tres (3) calificaciones. ¿Si? Mira, el perfil migratorio, (...) la “Credicard Rating International” (...) y adicionalmente a eso tienes lo que es el perfil intercultural (...) no podemos tener cualquier persona en nuestra compañía, por eso buscamos grado de instrucción, trabajadores actuales, (...)*

(...)

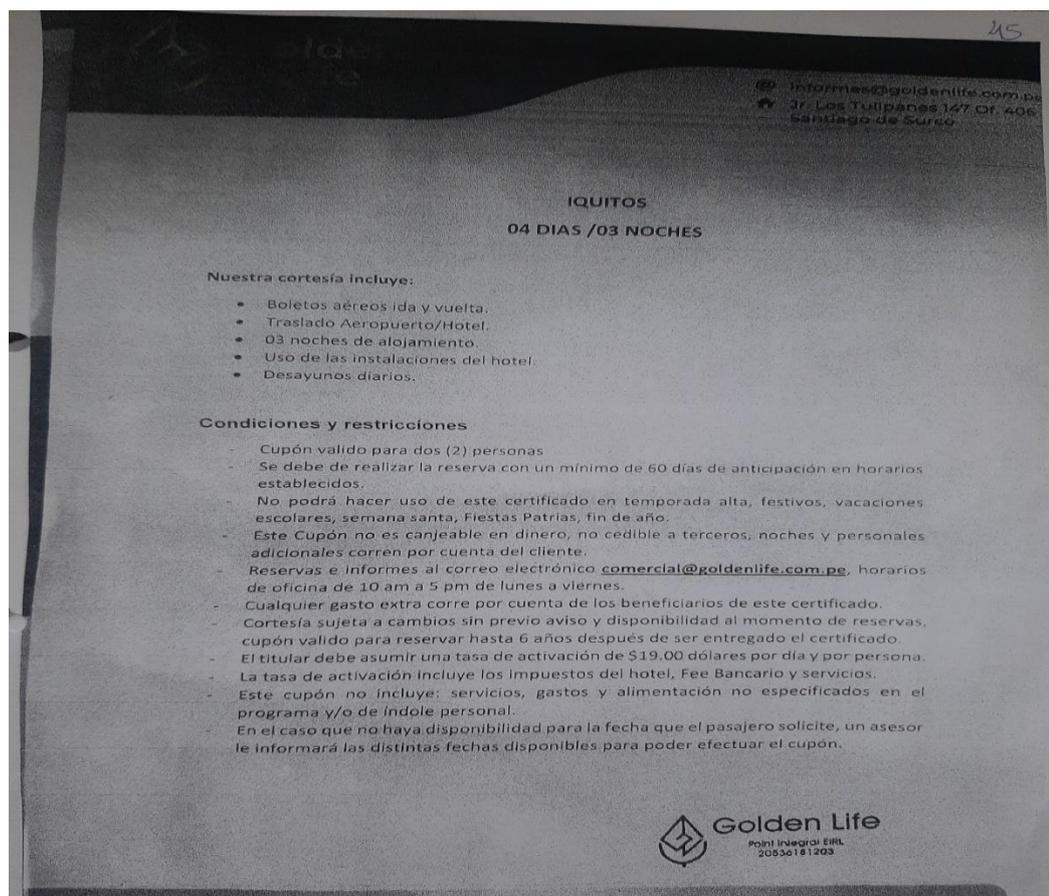
27:49 – Personal de incógnito : *¿Y el viaje es gratis?*

27:51 – Personal de la empresa : *Claro, eso te lo regalo por tu afiliación si me tienes los requisitos te doy y nada más pagas los impuestos (...)*

64. Asimismo, del contenido del documento recabado durante esta supervisión se advierte que el procedimiento para solicitar la reserva consistía en comunicarse al correo electrónico: comercial@goldenlife.com.pe con el fin de coordinar con anticipación el disfrute del beneficio:

(ver imagen en la siguiente página)

⁴⁷ Ver folio 34 del expediente.



65. Asimismo, puede evidenciarse que existe una variedad de restricciones para poder acceder al premio o ventaja otorgada, las cuales se advierten que fueron comunicadas parcialmente al supuesto ganador (se informó durante la charla sobre los impuestos). Esto genera que el propio consumidor incurra en gastos adicionales para reclamarlo, como es cubrir el transporte al lugar en donde se llevaría a cabo la reunión, pagar los impuestos respectivos, sin perjuicio de tener que participar en la reunión convocada y solicitar la reserva con cierto tiempo de anticipación; considerando las restricciones impuestas por el proveedor (hacer uso del beneficio en temporadas bajas, asumir todos los gastos extras y considerar la disponibilidad de fechas para concretar el premio).
66. Así pues, este beneficio ofrecido a cambio de una eventual afiliación no podría ser disfrutado desde conforme a lo indicado por el representante de ventas, ya que podría ocurrir que cuando el consumidor quisiera hacer uso de este, el servicio no se encuentre disponible; y, además que el consumidor no pudiese asumir los costos que se exigían para gozar de dicho premio o ventaja. Si bien el personal de la empresa señala en un pasaje de la conversación, la obligatoriedad de determinados requisitos, estos están orientados a las características que deben reunir las personas que busquen contratar los servicios ofrecidos, mas no están vinculados a las restricciones que ostenta el beneficio.
67. En su defensa, Point integral señaló que, la cortesía es un certificado vacacional entregado a cambio de afiliarse como cliente, la cual incluye boletos aéreos, alojamiento, traslados, etc.; y, además, requiere un pago de US\$ 19 dólares por



impuestos y servicios, condiciones que fueron informadas al personal de la DFI después de haber tomado conocimiento de los servicios ofrecidos, no siendo posible afirmar que la cortesía fue “*un premio ganado*”.

68. En este punto, si bien la cortesía señalada responde a un beneficio otorgado a cambio de una afiliación, ello no implica su falta de responsabilidad, pues la presunta infracción referida a generar en los consumidores la impresión de haber obtenido un beneficio ha sido delimitada por el conjunto de acciones que deben realizar los consumidores, ya sea, por un lado, para hacerse con el bono, en el supuesto que estos sean contactados; o, para disfrutar la cortesía brindada luego de una presunta afiliación, pues como se ha verificado, esta también tenía restricciones de uso.

- Sobre la sujeción de la ventaja a un pago o gasto

69. En este punto, debe considerarse que tanto de la revisión del documento denominado “*Términos y Condiciones Generales de la Tarjeta de Invitación Golden Life*”, como del documento “*Iquitos 4 días / 3 noches*”, se advierte que, conforme a la información recabada durante las supervisiones, la obtención del primer beneficio no estaba sujeta a la contratación de los servicios ofrecidos, supuesto contrario para el beneficio del viaje, en el que era necesario suscribir una afiliación. Cabe indicar que, ambos documentos se sujetaban a las condiciones informadas en su condicionado.

70. Ahora bien, conforme al criterio desarrollado mediante Resolución N.° 4356-2014/SPC-INDECOPI del 19 de diciembre de 2014, la Sala Especializada en Protección al Consumidor (Sala) realizó una interpretación del artículo 58.1 a), precisando que el tiempo que el consumidor destinaba a participar en la reunión ya constituía un gasto:

“119. Cabe precisar que el artículo 58.1° literal a) del Código establece que el ofrecimiento de un premio se torna indebido (constituye una práctica comercial abusiva o engañosa) cuando el proveedor crea la impresión de que el consumidor ha ganado un premio (como ocurre en el presente caso), pero sin embargo la obtención del mismo finalmente está sujeto a “efectuar un pago o incurrir en un gasto”.

120. Sobre esto último, queda claro que el Código no sólo prohíbe que la obtención del premio esté sujeta a un pago, entendido este como la entrega de una suma dineraria, sino que de modo amplio hace referencia a incurrir en un “gasto”, es decir, destinar recursos por parte del consumidor, como por ejemplo el tiempo que estos destinan en la charla que deben escuchar”⁴⁸.

(Subrayado agregado)

71. En ese sentido, para considerar que la obtención de una ventaja estaba sujeta a algún gasto, no era necesario que se haya condicionado al desembolso de dinero o la contratación de un servicio, pues dicho gasto podría estar representado por el tiempo destinado a escuchar la charla o participar en la reunión a través de la cual Point Integral promocionaba sus servicios, así como por otros recursos destinados a tal fin.

72. Así, en el caso concreto se ha verificado que, para la obtención del presunto beneficio por parte del consumidor (sea el bono de descuento o el viaje como condición de afiliación), en cualquier caso, era necesario que este último invierta su tiempo en

⁴⁸ Ver considerandos N° 119 y 120 de la Resolución N° 4356-2014/SPCINDECOPI del 19 de diciembre de 2014.



trasladarse al local que le indique Point Integral, en la fecha y hora que este último precise, a efectos de escuchar una charla que tuvo como duración más de cuarenta y cinco (45) minutos (para el caso de la supervisión de incógnito).

73. En atención a lo expuesto en los párrafos precedentes, se concluye que Point Integral creó en el consumidor la impresión que ganó un premio o ventaja (entiéndase beneficio) cuando en realidad el uso y disfrute de este se encontraba sujeto a realizar determinadas acciones y a incurrir en un gasto por parte del supuesto ganador.
74. Adicionalmente, respecto al bono, se pudo advertir que, no todas las empresas que fueron señaladas por Point Integral durante la supervisión tenían vínculos comerciales con esta.
75. Por tanto, para esta Comisión corresponde sancionar a Point Integral por infracción a lo establecido en el artículo 108 del Código, en relación con el literal a) del artículo 58 de dicho cuerpo legal, en la medida que, creó en los consumidores la impresión de haber ganado un “premio”, cuando en realidad el uso y disfrute de este se encontraba sujeto a incurrir en un gasto por parte del “supuesto ganador”.

C.2 Sobre la aplicación de otros métodos comerciales agresivos

76. Sobre el particular, es pertinente mencionar que el literal f) del artículo 58.1 del Código⁴⁹ recoge como práctica comercial agresiva o engañosa aquella conducta que implique dolo, violencia o intimidación que haya sido determinante en la voluntad de contratar o en el consentimiento del consumidor.
77. De la revisión de la información recabada en la diligencia de supervisión del 19 de septiembre de 2019, se advierte que Point Integral habilita un espacio para trasladar a sus consumidores (colaborador de la DFI que actuó como consumidor incógnito) información sobre los servicios que ofrece:

Extracto de la grabación de fecha 19 de septiembre de 2019 – Supervisión de incógnito⁵⁰

(En esta parte de la supervisión la interacción se produce entre el representante de Point Integral, el representante de la DFI, personal del Mincetur y el consumidor que apoyó la diligencia)

12:35 – Point Integral : (...) Vamos por acá al fondo ¿Ya?

12:48 – Point Integral : (...) ¿Qué tal, ¿cómo están, bien? ¿Son tus amigos?

12:52 – Consumidor : Sí (...)

13:02 – Point Integral : ¿Son casados, convivientes, solteros? ¿Cuál es tu nombre?

⁴⁹ LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Métodos comerciales agresivos o engañosos

Artículo 58.- Definición y alcances

58.1 (...) En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen:

f. En general, toda práctica que implique dolo, violencia o intimidación que haya sido determinante en la voluntad de contratar o en el consentimiento del consumidor.

⁵⁰ Ver folio 34 del expediente.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 082-2020/CC3

- 13:03 – Consumidor : [REDACTED]
- 13:02 – Point Integral : Bienvenido, mi nombre es [REDACTED]
- 13:02 – Point Integral : (...) ¿Cuál es tu nombre?
- 13:07 – Consumidor : [REDACTED]
- 13:09 – Point Integral : [REDACTED] (...) ¿Y el señor (...)?
- 13:10 – Consumidor : [REDACTED]
- (...)
- 13:41 – Point Integral : (...) Claro, mire, (...) primeramente nosotros somos la empresa número uno en marketing y publicidad que existe acá actualmente en el país, durante los 9 años que tenemos de experiencia laboral, hace 7 años implementamos la comercialización con un montón de mayoristas (...) que tiene el país actualmente y el mundo (...) nosotros le comercializamos a ellos un producto e hicimos un club, ¿Sí?
- ¿En este club qué hicimos? Buscamos personas precalificadas, en este caso el señor [REDACTED] salió precalificado a través de las entidades que nos regulan y obtuvo un código, ¿Sí? ¿Con ese código que le dimos? Le dimos el beneficio de que pueda otorgar a la compañía, no hacerlo de manera directa (...) en una agencia, por ejemplo.
- Ustedes cuando viajan lo hacen de manera tradicional en una agencia de viajes, ¿Verdad?
- Aquí se encuentran ustedes, (...) tienen su dinero, tienes el tiempo y las maletas listas, ¿Cierto?
- Tú te diriges a dos tipos de agencias, sean virtuales o presenciales, ¿Verdad?
- ¿Qué pasa? Ya a través de acá, (...) es una tienda (...) es como si vayan directamente, acá está el operador turístico que es el que se encarga de armar y vender a la agencia y aquí nos encontramos nosotros con los mayoristas, ¿Sí?
- Tienes todos los beneficios, paquetes armados, paquetes por armar, paquetes último minuto, tours, hoteles, (...) pasajes aéreos, (...) cruceros, todo, todo el servicio. ¿Qué vamos a hacer?
- Vamos a eliminar esos intermediarios y vamos a hacerlo de manera directa, obviamente tú ahorrando desde un 30% hasta un 50%, a veces, es más, en tus viajes. ¿Sí?
- ¿Qué vamos a hacer? No nada más vamos a hacer trato directo que ya con este código lo tienen, ¿Sí? (...)

78. Así, los consumidores que finalmente son captados por el proveedor, son persuadidos para escuchar una información que no deseaban y que no planeaban recibir, dado que únicamente debían acudir a la dirección que Point Integral indicaba para recoger un premio, entendiéndose un beneficio, representado por un descuento especial en establecimientos u otros beneficios (ver información recabada respecto a la denuncia preventiva del señor [REDACTED]).



79. En sus descargos Point Integral ha señalado que, no es correcto afirmar que el consumidor es persuadido a escuchar una información que no deseaba ni planeaba recibir, pues no se ha considerado que el personal de la DFI se acercó a las instalaciones señalando estar interesado en los servicios de Point Integral, mas no para recoger el bono de descuento.
80. En este punto, conviene precisar que, lejos de que el personal de la DFI se haya acercado para recoger el bono de descuento o no, la conducta reprochable es haber empleado métodos comerciales agresivos, al influenciar en la voluntad de los consumidores para lograr una contratación y al haber generado en el consumidor la impresión de obtener un beneficio, pues conforme al *speech* recabado y que se ha citado líneas arriba, se informa a los consumidores de la obtención de un beneficio y que para su goce era necesario acercarse a las oficinas; siendo que, a través del *speech* se invocaba al consumidor para ir a recoger el beneficio ganado, sin dar mayor información, y solo indicar que de que se era parte de una campaña que buscaba incentivar el consumo en los consumidores.
81. Como ya se indicado, el personal de la DFI señaló estar interesado en los servicios como parte de la supervisión de incógnito, siendo ello necesario para desarrollar adecuadamente la naturaleza de la supervisión.
82. Por otro lado, con relación al desarrollo de la charla informativa realizada durante la supervisión del 19 de septiembre de 2019, cabe precisar que la misma se llevó a cabo de la siguiente manera:
- (i) Los consumidores llegan al local donde se realizará la charla, son recibidos por una recepcionista, quien les requiere identificarse, para lo cual solicita el nombre y el número de DNI a fin de corroborar la cita pactada, para luego contactar a los interesados con una segunda persona de la empresa, quien los guía a otro ambiente.
 - (ii) Acto seguido, este trabajador traslada a los consumidores a otro ambiente con la finalidad de hacer una breve presentación de la empresa e informar sobre los beneficios que otorga al no trabajar con intermediarios y realizar directamente el trato con sus afiliados, además de informar sobre las condiciones para hacer uso del premio o ventaja.
 - (iii) Asimismo, se realizan una serie de preguntas tales como, los lugares que quisiera conocer, el estado civil, así como también se informa sobre los requisitos que deben tener sus afiliados y una posible evaluación en base al perfil de la persona interesada.
 - (iv) A continuación, se indica al consumidor que, de contratar un programa de afiliación que ofrece Point Integral se podrá obtener una extensión de dos (2) años de uso de dicho programa; y, en base a una buena calificación se podría otorgar hasta un (1) año más, ello siempre y cuando la contratación se realice el mismo día; siendo que, en caso no se desea contratar el programa, ya no se podría acceder a la extensión de uso ofrecida.
 - (v) El representante de Point Integral consulta sobre la tenencia de tarjetas de crédito o débito y las marcas a las que estas corresponden y explica que, en



base a una buena calificación respecto a sus tarjetas, podría concretarse la afiliación con el pago con tarjeta de crédito en un máximo de treinta y seis (36) cuotas mensuales de aproximadamente doce (12) dólares.

- (vi) Finalmente, el personal de la empresa procede a ofertar los planes a los cuales podría acceder el consumidor incógnito en base a su calificación, para lo cual solicita el DNI y una tarjeta de crédito y realiza las cotizaciones respectivas.
83. Asimismo, se pudo verificar de la grabación de la supervisión que la charla se desarrolló en un ambiente bullicioso⁵¹, en el que se transmitió una gran cantidad de información, que en muchas ocasiones suele ser incorrecta o incompleta, como se ha verificado de las condiciones para disfrutar del “*premio*” ganado; y, además, se indicó en más de una oportunidad a los consumidores incógnitos que solo podrían adquirir beneficios especiales (extensiones de plazos de privilegios y full day) si la contratación del programa de afiliación se realizaba ese mismo día⁵².
84. Con relación al ambiente bullicioso, se pudo constatar que, a partir del minuto 27 de la grabación de la supervisión de fecha 19 de septiembre de 2019, en el local del administrado no solo el volumen de la música era alto, sino que además el ruido generado por las conversaciones de otros consumidores impedía atender la exposición del personal de Point Integral.
85. Ello también ha podido corroborarse de las entrevistas realizadas a los señores [REDACTED] el 18 y 26 de septiembre de 2019, respectivamente, conforme a los siguientes detalles:

Extracto de la grabación de fecha 26 de septiembre de 2019 – Entrevista con la señora [REDACTED]

- 07:31 – Personal de DFI** : *¿Cómo era el ambiente en el cual le entregaron el premio y le promocionaron los servicios de Golden Life?*
- 07:38 – Señora [REDACTED]** : *El lugar donde me hicieron la entrega del premio es un lugar pequeño y había un montón de personas también ofreciendo lo mismo con demasiada bulla (...) era una mesa pequeña y estábamos frente a frente (...) un montón de mesas alrededor con lo mismo, había música (...) hablaban unas personas, pasaban por atrás personas, caminaban alrededor y todos hablaban demasiado fuerte.*

Extracto de la grabación de fecha 18 de septiembre de 2019 – Entrevista con el señor [REDACTED]

- 08:01 – Personal de DFI** : *¿Cómo era el ambiente en el cual le entregaron el premio y le promocionaron los servicios de Golden Life? (...)*

⁵¹ A partir del minuto 27:50 del audio de grabación - Folio 34 del expediente.

⁵² Minuto 24:53 y 31:16 del audio de grabación - Folio 34 del expediente.



08:34 – Señor [REDACTED] : (...) en el ambiente donde estaba había por lo menos otra persona que entrevistaba a otro cliente, le hacía las mismas preguntas que me hacían, (...) usaban el lenguaje de coacción más que nada.

(...)

11:11 – Señor [REDACTED] : (...) el señor me traía una afiliación ya con el monto para tres (3) años (...) ellos me hicieron elegir (...) ya me traían un documento escrito (...) me dicen "firma", pero antes de eso me dicen "deme su tarjeta de crédito".
(...) lo que ellos querían en ese momento era asegurarse de yo firme la afiliación (...) me hicieron firmar la afiliación (...) y cuando les dije que no tengo tarjeta (...) para asegurarse me dijeron: ¿Cuándo puede entonces venir señor?, ¿Mañana o sino vamos ahora mismo a su casa, llamamos a un taxi Uber y con eso nos vamos?
Les dije que no era posible (...) tenía un compromiso (...). Entonces me dijeron: ¿Mañana? (...) ¿El Viernes? (...) quedamos para el día viernes.
Pero, ellos se aseguraron, prácticamente en ese momento ya fui coaccionado por ese señor que me hizo firmar un pagaré para asegurarse (...) un compromiso a pagar a la orden de Golden Life (...)

86. En ese sentido, la concentración de los consumidores se veía disminuida al estar expuestos a diferentes estímulos, no pudiendo captar en su totalidad la explicación brindada por el personal del administrado, impidiendo que los consumidores puedan reflexionar sobre si los términos y condiciones del servicio ofrecido le eran favorables o no.
87. Conforme se puede apreciar de las conversaciones transcritas, los consumidores se ven presionados a tomar una decisión en ese momento, teniendo como única referencia la información brindada por el personal de Point Integral durante la presentación, sin posibilidad de poder comparar por sí mismos productos similares ofrecidos por otros proveedores, ni verificar los antecedentes de la empresa, reputación y opiniones sobre esta.
88. Point Integral en su defensa ha señalado que no se presiona a los consumidores a tomar una decisión, pues se les brinda una debida y adecuada oferta (duración, monto, objeto del contrato, términos y condiciones, etc.); no siendo correcto afirmar que se brinda abundante información, pues en todo momento se detallan los efectos de un eventual contrato, siendo los consumidores quienes opten por afiliarse en ese momento u otro, tal que puedan informarse mediante redes sociales u otros medios de los servicios que se ofrecen.
89. Al respecto, esta Comisión considera que el hecho de que el personal de la empresa brinde información de los servicios y el contrato (duración, monto, etc.), no la exime de la responsabilidad que le es imputada, puesto que un consumidor que es atiborrado de información no está en la capacidad de poder procesar adecuadamente la misma, por lo tanto, no se dará la circunstancia propicia para que el consumidor pueda expresar sus dudas respecto a las características de los servicios y/o productos que



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 082-2020/CC3

le son ofrecidos, ni mucho menos poder informarse y/o comparar a través de otros medios sobre la conveniencia de los servicios que les son ofrecidos en ese momento, más aún cuando los ofrecimientos del personal de la empresa están enfocados a señalar en más de una oportunidad beneficios que solo podrían obtenerse de contratar en dicho momento.

90. Es preciso añadir que, el exponer al consumidor a un constante traslado de información y ofrecimientos por un periodo de aproximadamente (45) cuarenta y cinco minutos (consumidor incógnito), de manera objetiva, representa una acción destinada a mermar su capacidad de entendimiento, puesto que durante dicho tiempo al consumidor se le presentan distintas ofertas y presupuestos; por lo tanto, dicha acción no tiene como finalidad informar al consumidor, sino por el contrario, a través de la misma se busca confundirlo respecto a las cualidades del servicio que terminará contratando.
91. Ello también ha podido desprenderse de los testimonios expuestos por los señores [REDACTED] y [REDACTED], donde se deja constancia de la extensión de las charlas (que para estos casos fueron de mayor duración), así como de la información y ofertas insistentes de parte del personal de la empresa, ello conforme al siguiente detalle:

Extracto de la grabación de fecha 18 de septiembre de 2019 – Entrevista con el señor [REDACTED]

- 08:52 – Personal de DFI** : *¿Cuánto tiempo duró la reunión en el ambiente que acaba de describir?*
- 08:56 – Señor [REDACTED]** : *(...) más o menos, algo de dos horas.*
- 08:59 – Personal de DFI** : *¿La información que le proporcionó la representante o el representante de Golden Life fue clara para usted?*
- 09:06 – Señor [REDACTED]** : *(...) utilizaron un lenguaje de convencimiento, vino el coordinador y la señorita le dice (...) le estoy ofreciendo todos los modos (...) y facilidades (...) y se rehúsa a viajar (...)
(...) a otro cliente, le hacía las mismas preguntas que me hacían, (...) usaban el lenguaje de coacción más que nada (...)*
- 11:22 – Señor [REDACTED]** : *(...) ya me traían un documento escrito (...) me dicen “firma” (...) me dicen “deme su tarjeta de crédito”, entonces yo le dije: “yo no manejo tarjeta de crédito” (...) me dijeron “(...) si usted me dijo que compra en Plaza Veá, debe tener su tarjeta Oechsle”*
- 11:50 – Señor [REDACTED]** : *Sí, pero no lo tengo estos momentos (...)*
- 11:52 – Señor [REDACTED]** : *No, pero como no lo vas a tener (...)*
- (...)
- 16:25 – Personal de DFI** : *¿Solicitó usted leer el contrato que iba a suscribir con Golden Life antes de suscribirlo? De ser así, ¿Pusieron el contrato a su disposición para su lectura?*



16:35 – Señor [REDACTED] : (...) todo sucedió algo rápido, porque en ese momento yo me sentía un poco aturdido de tanta conversación que tuve con la señorita (...) igualmente con el señor (...) y la coacción que ya sentí en ese momento, creo que firme los documentos mas no por voluntad, sino por cansancio.

Extracto de la grabación de fecha 26 de septiembre de 2019 – Entrevista con la señora [REDACTED]

08:06 – Personal de DFI : ¿Cuánto tiempo duró la reunión con Golden Life en el ambiente que describió?

08:11 – Señora [REDACTED] : Yo llegué alrededor de las 4 y 30 y salí de ahí 7 y 30, aproximadamente (...) casi tres (3) horas.

08:19 – Personal de DFI : ¿La información que le proporcionó Golden Life fue clara para usted?

08:38 – Señora [REDACTED] : No, para mí no fue clara, porque lo primero que hicieron fue debitar de mi tarjeta y luego hacer la firma del contrato.

08:56 – Personal de DFI : ¿Golden Life le indicó si tenía convenios con alguna empresa? De ser así, precise qué empresas eran y qué beneficios otorgaba este convenio

09:04 – Señora [REDACTED] : (...) específicamente la empresa la Bistecca, a la cual yo llame y me dijeron que no tenían ningún tipo de asociación con la empresa Golden Life (...)

09:52 – Personal de DFI : ¿Solicitó leer el contrato que iba a suscribir con Golden Life antes de suscribirlo? De ser así, ¿Pusieron el contrato a su disposición para su lectura?

10:03 – Señora [REDACTED] : Sí, pero primero hicieron el débito de mi tarjeta y después me hicieron leer el contrato con distracción, con bulla y haciéndome otros tipos de pregunta, como mis uñas, mi cabello y mucha distracción, me hablaban durante la firma del contrato, no me dejaban leerlo con tranquilidad (...)

92. En su defensa de Point Integral también ha señalado que siempre se ha actuado de buena fe y con diligencia; sin embargo, se pretende atribuir una negligencia de parte del consumidor al no ser diligente cuando estaba en posibilidad de serlo, situación contraria a lo señalado en la Resolución N.° 179-1999/TDC del 21 de mayo de 1999, a través de la cual se estableció que es responsabilidad del consumidor leer adecuadamente el contenido de los contratos que suscribe⁵³.

⁵³ Resolución N.° 179-1999/TDC del 21 de mayo de 1999.

“Es responsabilidad del consumidor leer adecuadamente el contenido de los contratos que suscribe, toda vez que esta determina los alcances de los derechos y obligaciones que asumen ambas partes. La Sala no ampara la negligencia en que pudiese haber incurrido el consumidor que no leyó adecuadamente los términos del contrato que ha suscrito. Así, la firma del señor Van Hasseit en el contrato de crédito automotriz implicaba la aceptación y el conocimiento de



93. Al respecto, la comisión de una infracción a las normas de protección al consumidor se configura independientemente de si el administrado actuó con buena fe o diligencia, ello, porque la culpa se relaciona con la inobservancia del cuidado debido, la cual es exigida a los proveedores respecto al cumplimiento de lo dispuesto en las normas; es decir, dicho deber de cuidado está directamente relacionado con la diligencia que los administrados deben tener a efectos de evitar incurrir en un posible incumplimiento, máxime cuando se trata de disposiciones normativas; por ende, la debida observancia resulta exigible al administrado, no siendo posible determinar la falta de responsabilidad de la empresa por no haber cumplido con evitar incurrir en la aplicación de métodos comerciales agresivos, lo cual implica la atribución de responsabilidad administrativa por incumplimiento a la normativa de protección al consumidor.
94. En atención al criterio planteado por el proveedor el cual hace referencia a una resolución del tribunal del Indecopi respecto a la responsabilidad y diligencia de leer los contratos, es necesario mencionar que, al margen de que los consumidores siempre tengan la opción de decidir contratar o no el servicio ofrecido, lo que el Código proscribe es que la voluntad del consumidor se vea mermada o limitada de manera determinante por el proveedor. Es decir, que realice prácticas que tengan como finalidad que la “*decisión*” se tome de manera irreflexiva o desinformada.
95. Point Integral agregó que, el personal de la DFI no ha conocido el completo desenvolvimiento de sus funciones, pues solo ha escuchado los beneficios y planes que ofrece la empresa, sin tener conocimiento del bono de descuento, por lo que no podría presumir que este es un “*presunto premio*”.
96. Al respecto, como ya se ha indicado anteriormente, se ha podido conocer tanto el bono de descuento ofrecido en ciertos casos, como también los beneficios que eventualmente se otorgaban por concretar una afiliación contractual, no siendo posible afirmar que no se ha conocido el desenvolvimiento de nuestras funciones, pues incluso, en el presente pronunciamiento se ha desarrollado cual es el procedimiento seguido por la empresa desde que los consumidores llegan a su local.
97. Así, de las circunstancias analizadas en conjunto se aprecia que Point Integral empleó métodos agresivos comerciales con la finalidad de mermar la voluntad de los consumidores, a efectos de dar a conocer sus productos y buscar una posible afiliación, pues el objetivo de la charla era mostrar los servicios que ofrece la empresa, así como el portafolio de productos y servicios con los que se contaba y las respectivas cotizaciones.
98. En consecuencia, para esta Comisión corresponde sancionar a Point Integral por infracción a lo establecido en el artículo 108 del Código, en relación a lo establecido en el literal f) del artículo 58.1 de dicho cuerpo legal, en la medida que, empleó métodos comerciales agresivos o engañosos sobre los consumidores a fin de que contraten el “*Programa de afiliación*”, lo cual habría afectado de forma significativa su libertad de contratar.

todas y cada una de las cláusulas que contenía, incluida la cláusula séptima previamente citada. En este orden de ideas, debe presumirse que el denunciante estaba al tanto del procedimiento establecido por el Banco para la realización de pagos anticipados” (Henri van Hasselt Dávila vs Bancosur)

D. Graduación de la Sanción

99. Corresponde determinar la sanción a imponer, aplicando los criterios de graduación previstos en el Código y en el TUO de la LPAG.
100. Al respecto, el artículo 110 del Código dispone que dicho órgano resolutorio puede sancionar las infracciones administrativas con amonestación y multas de hasta 450 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), las cuales son calificadas en leves, graves y muy graves⁵⁴.
101. Por su parte, el artículo 112 del Código dispone que la Comisión puede tener en consideración el beneficio ilícito esperado u obtenido, la probabilidad de detección de la infracción, el daño resultante, los efectos generados, la naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio, así como otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar⁵⁵. Estos

54

Código

Artículo 110.- Sanciones administrativas

El órgano resolutorio puede sancionar las infracciones administrativas a que se refiere el artículo 108 con amonestación y multas de hasta cuatrocientos cincuenta (450) Unidades Impositivas Tributarias (UIT), las cuales son calificadas de la siguiente manera:

- a. Infracciones leves, con una amonestación o con una multa de hasta cincuenta (50) UIT.
 - b. Infracciones graves, con una multa de hasta ciento cincuenta (150) UIT.
 - c. Infracciones muy graves, con una multa de hasta cuatrocientos cincuenta (450) UIT.
- (...)

55

Código

Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas

Al graduar la sanción, el órgano resolutorio puede tener en consideración los siguientes criterios:

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
 2. La probabilidad de detección de la infracción.
 3. El daño resultante de la infracción.
 4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
 5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
 6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar.
- Se consideran circunstancias agravantes especiales, las siguientes:
1. La reincidencia o incumplimiento reiterado, según sea el caso.
 2. La conducta del infractor a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental.
 3. Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad del consumidor.
 4. Cuando el proveedor, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias.
 5. Cuando la conducta infractora haya afectado el interés colectivo o DFI uso de los consumidores.
 6. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas, dependiendo de cada caso particular.

Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes:

1. La presentación por el proveedor de una propuesta conciliatoria dentro del procedimiento administrativo que coincida con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutorio.
2. Cuando el proveedor acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de la misma y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma.
3. En los procedimientos de oficio, promovidos por una denuncia de parte, cuando el proveedor se allana a la denuncia presentada o reconoce las pretensiones en ella contenidas, se da por concluido el procedimiento liminarmente, pudiendo imponerse una amonestación si el allanamiento o reconocimiento se realiza con la presentación de los descargos; caso contrario la sanción a imponer será pecuniaria. En aquellos casos en que el allanamiento o reconocimiento verse sobre controversias referidas a actos de discriminación, actos contrarios a la vida y a la salud y a sustancias peligrosas, se considera como un atenuante pero la sanción a imponer será pecuniaria. En todos los supuestos de allanamiento y reconocimiento formulados con la presentación de los descargos, se exonera al denunciado del pago de los costos del procedimiento, pero no de las costas.
4. Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código, para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:
 - a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa a dicho programa.
 - b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
 - c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.

- criterios sirven como parámetro de juicio para una mayor objetividad de la gravedad de la infracción y la imposición de la sanción, en garantía de los derechos del infractor.
102. A su vez, la Única Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicada el 23 de enero de 2014 y vigente a partir del 23 de abril de 2014, establece que los factores a tener en cuenta para determinar la multa a imponer son los siguientes: el beneficio ilícito (o, en forma alternativa, el daño ocasionado por la infracción), dividido entre la probabilidad de detección, y el resultado multiplicado por los factores atenuantes y agravantes.
103. Finalmente, el artículo 248 del TUO de la LPAG establece, como uno de los principios de la potestad sancionadora administrativa, el principio de razonabilidad⁵⁶, según el cual las sanciones a imponer deben ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, observando ciertos criterios de graduación. En otras palabras, cuando la autoridad administrativa imponga sanciones debe considerar la proporción entre los medios utilizados y los fines públicos que debe tutelar, estableciéndose una relación lógica entre el hecho que motiva la sanción, el objetivo que se busca conseguir y el medio empleado para tal efecto.
104. Para el presente caso, de manera previa a realizar la graduación de la sanción, corresponde pronunciarse sobre los descargos presentados por Point Integral, referidos a la graduación de sanción del IFI.
105. Point Integral señaló que, al afirmar la existencia de un beneficio ilícito por la venta de sus servicios, se vulneraba el Principio de Razonabilidad y se contradecía la presunción de veracidad que sobre las acciones de cualquier administrado se debe de tener, pues se presume que los administrados han actuado apegados a sus deberes.
106. Sobre el particular cabe precisar que, si bien el administrado ha señalado la vulneración al Principio de Razonabilidad, lo cierto es que no ha precisado ni fundamentado en qué extremo se afecta este principio ni tampoco ha indicado en qué medida se vulneraría el principio de presunción de veracidad. Sin perjuicio de ello, es

d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.

e. Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.

f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.

5. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas dependiendo de cada caso particular.

56

TUO de la LPAG

Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales: (...)

3. Razonabilidad. - Las autoridades deben prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. Sin embargo, las sanciones a ser aplicadas deben ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, observando los siguientes criterios que se señalan a efectos de su graduación:

a) El beneficio ilícito resultante por la comisión de la infracción;

b) La probabilidad de detección de la infracción;

c) La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido;

d) El perjuicio económico causado;

e) La reincidencia, por la comisión de la misma infracción dentro del plazo de un (1) año desde que quedó firme la resolución que sancionó la primera infracción.

f) Las circunstancias de la comisión de la infracción; y

g) La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.



- pertinente señalar que la graduación de sanción propuesta por la Secretaría Técnica no vulnera ninguna disposición de índole constitucional, legal u otra, siendo que, por el contrario, tal graduación se fundamenta en los criterios previstos en los artículos 110 y 112 del Código (beneficio ilícito y probabilidad de detección), así como en el principio de razonabilidad, recogido en el artículo 248 del TUO de la LPAG.
107. Asimismo, para determinar la sanción a imponer, la Comisión debe aplicar los criterios previstos en el TUO de la LPAG y el Código, por lo que es obligación de este Colegiado observar dichos criterios y realizar la graduación de sanción que corresponda según el caso en concreto, tal como será expuesto en los siguientes párrafos.
108. Cabe precisar que, la identificación de un beneficio ilícito responde a uno de los elementos que implica la aplicación del Principio de Razonabilidad. En atención a ello, la sanción recomendada, así como la sanción que pueda establecer este órgano colegiado, no vulnera este principio, ni tampoco implica la afectación del Principio de Presunción de Veracidad, más aún cuando se ha verificado la comisión de las infracciones materia de imputación.
109. Asimismo, el administrado agregó que, no es facultad del ente administrativo determinar el beneficio ilícito puesto que este tema es materia de investigación de un proceso penal; sin embargo, en este punto, la empresa no ha señalado si es el beneficio ilícito como tal, el que debería dilucidarse en la vía penal o si la empresa es parte en un procedimiento penal. Al respecto, en cualquier de los casos, de estar en el primer supuesto, el beneficio ilícito es un elemento que integra la aplicación del principio de razonabilidad, principio necesario para la aplicación de una eventual sanción administrativa; y, por otro lado, de existir un presunto pronunciamiento en la vía penal, ello no implica que el Indecopi, en su calidad de autoridad de consumo sea la entidad competente para pronunciarse por la presente controversia, ello conforme al Código⁵⁷.
110. Point Integral también ha señalado que se estimó erróneamente que durante el año 2019 asistieron 4 576 consumidores a las charlas, pues conforme a la base de datos de consumidores que registraron visitas en las oficinas de Point Integral, la cantidad asciende a 2 966 personas, para lo cual presentó un documento denominado "Base de Datos Manifiesto 2019", el cual, de ser el caso, será evaluado al momento de realizar la graduación de sanción.
111. Considerando lo expuesto en los párrafos precedentes, corresponde graduar las sanciones a imponer de la siguiente manera:

⁵⁷**Código****TÍTULO PRELIMINAR****Artículo I.- Contenido**

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.



(i) **Por haber creado en el consumidor la impresión que ganó un “premio”**

112. El daño se valora según los efectos negativos generados a los consumidores a quienes se les creó la impresión de haber obtenido una ventaja (premio), pese a que esta tenía limitaciones para su disfrute.
113. Para valorar el daño ocasionado a los consumidores, se toma en cuenta el valor del tiempo perdido que tuvieron que destinar a fin de obtener la ventaja ofrecida (premio)⁵⁸; y el costo de traslado que tuvieron que asumir a fin de dirigirse hacia el lugar donde supuestamente se entregaría.
114. Por lo tanto, teniendo en consideración lo anterior, para hallar la afectación por el tiempo perdido por cada consumidor durante el periodo de infracción, el Valor Social del Tiempo (VST)⁵⁹ se asociará al tiempo que destinaron los consumidores a participar en las charlas informativas, 45 minutos⁶⁰, y el tiempo promedio de traslado hacia el lugar de entrega del premio, 2 horas⁶¹. En consecuencia, el valor del tiempo que destinaron los consumidores a obtener la ventaja ofrecida (premio) asciende a S/ 23.46⁶² en 2019 (sumatoria de S/ 6.40 -asistencia a charlas- y S/ 17.06 -traslado a charla-).

⁵⁸ Para valorar dicho periodo de tiempo se utilizará el Valor Social del Tiempo (VST) promedio para un ciudadano del Perú. El valor social del tiempo (VST) se define como el costo de oportunidad para las personas al emplear tiempo en trasladarse y dejar de realizar otras actividades (MEF, 2012).

⁵⁹ El Valor Social del Tiempo (VST) para los habitantes a nivel Nacional al 2018 se estima en S/ 8,43. El VST se calculó considerando la ratio entre el ingreso mensual y las horas de trabajo mensual de la PEA ocupada a nivel nacional en el año 2018, de acuerdo con la metodología desarrollada en el Informe N.° 083-2015/GEE, emitido por la Oficina de Estudios Económicos (antes, Gerencia de Estudios Económicos). Para ello se utilizó información de la Encuesta Económica Nacional de Hogares (ENAHO). Disponible en: <http://inei.inei.gob.pe/microdatos/>. A continuación, se seleccionó la opción: Consulta por encuestas, se utilizó la información de la encuesta “ENAHO Metodología Actualizada”, se procedió a seleccionar la opción: “Condiciones de Vida y pobreza – ENAHO” del periodo anual para el año 2018, específicamente el Módulo “Empleo e Ingresos”. Por lo tanto, teniendo en cuenta que la cantidad de consumidores afectados corresponden al periodo 2019, se procede a realizar una actualización del dicho valor con el fin de representarlo en dicho periodo, utilizando el IPC. El IPC a nivel nacional en diciembre del año 2018 fue 122.24, y el IPC promedio a nivel nacional en el año 2019 fue 123.68, en consecuencia, el VST en el año 2019 asciende a S/ 8,53 (resultado de $8.43 * 123.68 / 122.24$).

⁶⁰ Tiempo promedio de duración de charlas informativas organizadas para ofrecer los servicios vacacionales. Fuente: Expediente 23-2020/CC3. En la medida que no se cuenta con la información, se procedió a estimar en función al tiempo promedio de duración de charlas informativas de una empresa investigada por la misma conducta infractora.

⁶¹ El tiempo de traslado fue estimado en función al tiempo promedio que demoran las personas en trasladarse para ir a trabajar y/o estudiar en Lima Metropolitana, 1 hora (Fuente: Lima Cómo Vamos, año 2016, Observatorio ciudadano de calidad de vida urbana. Disponible en: http://www.limacomovamos.org/cm/wp-content/uploads/2017/04/EncuestaLimaC%C3%B3moVamos_2016.pdf). Por lo tanto, considerando que el tiempo de traslado incluye las horas de viaje de ida y vuelta, este valor asciende a 2 horas.

⁶² Resultado de sumar el VST de asistir a las charlas, S/. 6,40 (VST por hora en 2019: S/. 8,53 * 0.75 horas de duración de la charla) y el VST del tiempo de traslado, S/. 17,06 (VST por hora en 2019: S/. 8,53 * 2 horas de traslado).

115. En ese sentido, teniendo en cuenta el valor del tiempo invertido, el valor del costo de transporte⁶³ y la cantidad estimada de consumidores afectados, 2,966⁶⁴, la estimación del daño asciende a S/ 106,657.36⁶⁵.
116. Asimismo, considerando que el daño estimado se calculó tomando en cuenta el valor del daño generado a los consumidores a la fecha de infracción, es necesario realizar una actualización de dicho monto, el cual deba reflejar el costo de oportunidad del valor del dinero perdido en el tiempo por parte de los consumidores, desde la comisión de la infracción hasta la fecha de cálculo de multa. Para ello, se utiliza como medida de actualización el costo de oportunidad del valor del dinero perdido por parte de los consumidores, este costo de oportunidad se puede ver reflejado por la tasa de preferencia por el tiempo de los consumidores⁶⁶, el cual asciende a 8.5% anual⁶⁷. En consecuencia, teniendo en cuenta dicha tasa, el daño actualizado asciende a S/. 121,314,20⁶⁸.
117. La probabilidad de detección recoge la percepción que tiene el agente infractor sobre la posibilidad de poder ser detectado por la administración, lo cual está relacionado con la capacidad y el esfuerzo que realiza el Estado para detectar el incumplimiento. En el presente caso, la probabilidad de detección es media en la medida que los medios probatorios que acreditan la comisión de la infracción imputada, solo pueden ser obtenidos si la autoridad actúa como consumidor encubierto y si previamente es captada por la empresa supervisada. Teniendo en cuenta lo anterior, se le asigna a la probabilidad de detección el valor de 50%.

⁶³ Según fuentes de información consultadas, el precio de un taxi tradicional por un trayecto de 2 horas asciende a S/.25,00, considerando un precio base de S/ 3,50 + S/ 0,15 por minuto. (Fuente: <http://uber-tarifas-lima-district-pe.ubertarifa.com/>). Por lo tanto, teniendo en cuenta que se requería que los consumidores asistan en pareja a las charlas informativas, el costo de transporte por persona asciende a S/ 12,50.

⁶⁴ Fuente: Expediente 082-2020/CC3. Escrito del administrado de fecha 20 de setiembre de 2021.

⁶⁵ La estimación del daño resulta de:

Descripción		2019
Cantidad de consumidores que asistieron a las charlas informativas	(a)	2,966
Valor del tiempo destinado a obtener el premio	(b)	23.46
Costo de transporte por consumidor	(c)	12.50
Daño	(d)	106,657.36

Elaboración: CC3

- (a) Ver pie de página 64.
(b) Ver pie de página 62.
(c) Ver pie de página 63.
(d) Resultado de: (a) * [(b) + (c)]

⁶⁶ La tasa de preferencia por el tiempo es el promedio de las tasas de interés de los distintos instrumentos de ahorro disponibles en el mercado de capitales, entendiéndose este valor como el costo de oportunidad que refleja el sacrificio en el consumo presente de los miembros de la sociedad. Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas. [en línea]: Actualización de la tasa social de descuento, 2017.

⁶⁷ Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas [en línea]: Actualización de la tasa social de descuento, 2017. Disponible en: www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/parametros_evaluacion_social/Tasa_Social_Descuento.pdf.

⁶⁸ Al respecto, debe considerarse para el cálculo del daño los siguientes factores:

- Monto del daño estimado a diciembre de 2019, S/ 106,657.36.
- Tasa de preferencia por el tiempo, 8.50% anual, y aplicando a su equivalencia mensual: $(1+8.50\%)^{1/12}-1 = 0.68\%$ mensual.
- Meses transcurridos desde la fecha de estimación del daño hasta la fecha de cálculo de multa (último mes culminado), es decir, desde diciembre de 2019 hasta julio de 2021, 19 meses.
- Daño = S/ 106,657.36 * $[(1 + 0.68\%)^{19}] = S/ 121,314.20$.

118. En consecuencia, corresponde sancionar a Point Integral con una multa de 55.1 UIT⁶⁹.
119. Sin embargo, considerando el límite máximo establecido en la imposición de sanciones⁷⁰, en el caso de las pequeñas empresas, la multa no puede superar el 20% de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de primera instancia, en consecuencia, corresponde sancionar a Point Integral con una multa de 46.2 UIT⁷¹.

(ii) Haber ejercido una influencia indebida en los consumidores

120. El beneficio ilícito está configurado por la ganancia ilícita que el administrado habría obtenido por la venta de sus productos y/o servicios vacacionales durante el periodo infractor, toda vez que ello se produjo afectando de manera determinante la voluntad y el consentimiento de los consumidores. Asimismo, se suman los ingresos adicionales que obtuvo el administrado producto de conservar este beneficio ilícito, desde la comisión de la infracción hasta la fecha de cálculo de multa.
121. Teniendo en cuenta lo anterior, la ganancia ilícita se estima considerando los ingresos del administrado por la venta de los productos y/o servicios vacacionales ofrecidos en las charlas informativas⁷², y el margen de ganancia del sector económico Turismo y Hotelería⁷³. En ese sentido, la ganancia ilícita asciende a S/ 74,999,12⁷⁴. Asimismo,

⁶⁹ Multa = Daño / Probabilidad de detección = S/ 121 314,20 / 0.50 = S/ 242 628,40.
Multa en UIT (año 2021) = S/ 242 628,40 / S/ 4 400,00 = 55.1 UIT

⁷⁰ **Código**

Artículo 110.- Sanciones administrativas

(...) Para el caso de las pequeñas empresas, la multa no puede superar el veinte por ciento (20%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de primera instancia, siempre que se haya acreditado dichos ingresos, no se encuentre en una situación de reincidencia y el caso no verse sobre la vida, salud o integridad de los consumidores (...).

⁷¹ De acuerdo a la información remitida por el administrado, los ingresos por ventas netas correspondientes al año 2020, ascienden a S/ 1,015,451.00, en consecuencia, se ha verificado que el proveedor califica como una pequeña empresa, por lo que el límite máximo para imponer la sanción asciende al 20% de sus ingresos por ventas netas correspondientes al año 2020 (S/ 1,015,451.00 * 20% = S/ 203 090,20). por tanto, la multa en UIT asciende a 46.2 UIT (S/ 203 090,20 / S/ 4 400,00).

⁷² Se procederá a estimar en función a los ingresos declarados ante la SUNAT por el administrado para el año del ejercicio del período infractor (2019), en la medida que los servicios turísticos representan el negocio principal del administrado. El cual asciende a S/ 1,071,416,00. Fuente: Expediente 082-2020/CC3.

⁷³ El margen de utilidad se estimó a partir de la información de la renta neta entre las ventas totales del sector económico Turismo y Hotelería en el 2016, el cual asciende a 7%. Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Disponible en: www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/nota_tributaria/cdro_D2.xls.

Cabe precisar que no se está afirmando que dicho valor sea el margen de ganancia que obtuvo el administrado por el hecho infractor pues probablemente no lo sea. Lo que se está afirmando es que este valor resulta un parámetro razonable o referente para estimar la ganancia ilícita.

⁷⁴ La estimación de la ganancia ilícita resulta de:

Descripción		2019
Ingresos por venta de servicios turísticos	(a)	1,071,416.00
Margen de ganancia	(b)	7%
Ganancia Ilícita	(c)	74,999.12

Elaboración: CC3



los ingresos adicionales producto de conservar esta ganancia ilícita, desde su obtención hasta la fecha de cálculo de multa asciende a S/ 7,767,13⁷⁵; obteniéndose un beneficio ilícito total de S/ 82,766,25.

122. La probabilidad de detección recoge la percepción que tiene el agente infractor sobre la posibilidad de poder ser detectado por la administración, lo cual está relacionado con la capacidad y el esfuerzo que realiza el Estado para detectar el incumplimiento. En el presente caso, la probabilidad de detección es media en la medida que los medios probatorios que acreditan la comisión de la infracción imputada solo pueden ser obtenidos si la autoridad actúa como consumidor encubierto y si previamente es captada por la empresa supervisada. Teniendo en cuenta lo anterior, se le asigna a la probabilidad de detección el valor de 50%.

123. En consecuencia, corresponde sancionar a Point Integral con una multa de 37.6⁷⁶ UIT.
E. Sobre el Registro de Infracciones y Sanciones

124. Este Colegiado dispone la inscripción de las infracciones y sanciones impuestas a Point Integral en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi una vez que la presente Resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119⁷⁷ del Código.

- a) Ver pie de página 72.
- b) Ver pie de página 73.
- c) Resultado de: (a) * (b).

⁷⁵ Al respecto, debe considerarse para el cálculo de los ingresos adicionales los siguientes factores:

- Tasa de rentabilidad diaria del sector: Se procedió a utilizar la tasa de costo promedio ponderado del capital (WACC) como medida de rentabilidad de la empresa, siendo que dicha tasa para las empresas de la industria hotelera y del juego al 2020 asciende a 6.41% anual, y su equivalente mensual, 0.52% (utilizando la fórmula de conversión de tasa anual a mensual: $(1 + 6.41\%)^{1/12} - 1 = 0.52\%$).

Fuente: Damodaran, Aswath, Cost of Capital by Sector (Emerging Markets), en la página web del profesor Aswath Damodaran. <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>. De manera resumida, a continuación, se señalan los pasos que se siguen una vez que se accede a la mencionada página web: se ingresa a la pestaña denominada "Data", posteriormente, se ingresa a la pestaña denominada "Archived Data", para luego seleccionar "Risk/Discount Rate", finalmente, se procede a descargar la data correspondiente al WACC para mercados emergentes en el año 2020 clasificado por los Diferentes tipos de industria existentes en el mercado. Para ello es necesario ingresar al vínculo denominado "1/20" el cual se ubica en la celda correspondiente a la fila denominada "Costs of Capital by Industry" y la columna "Emerging Markets". Al respecto, para aproximar el valor del WACC a valores para el Perú se modificó la tasa de impuesto a las ganancias empresariales 29.5% para el año 2020 (Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Disponible en: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-general-del-impuesto-a-la-renta-empresas/calculo-anual-del-impuesto-a-la-renta-empresas/2900-03-tasas-para-la-determinacion-del-impuesto-a-la-renta-anual>, la tasa de inflación esperada a diciembre de 2019 en moneda local, 2.2% (Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). Disponible en: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2019.pdf> y la tasa de inflación esperada en moneda extranjera (\$), 1.9%, Fuente: Sistema de Reserva Federal (FED). Disponible en: <https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/fomcprojetabl20191211.htm>

Finalmente, considerando las modificaciones señaladas para aproximar el valor del WACC a valores para el Perú, la tasa de costo promedio del capital (WACC) para las empresas de la industria hotelera y del juego al 2020, asciende a 6.41% anual (se filtra sector educación y se ubica en la celda "Cost of Capital (Local Currency)").

- Monto de la ganancia ilícita en 2019, S/ 74,999.12.
- Meses transcurridos desde la fecha de estimación de la ganancia ilícita, diciembre de 2019, hasta la fecha de cálculo de la multa (último mes culminado), julio de 2021, 19 meses.
- Ingresos adicionales = S/ 74,999.12 * $[(1 + 0.52\%)^{19}] = S/ 7,767.13$.

⁷⁶ Multa = Beneficio Ilícito / Probabilidad de detección = S/ 82,766.25 / 0.5 = S/ 165,532.50.
Multa en UIT (año 2021) = S/ 165,532.50 / S/ 4,400.00 = 37.6 UIT.

⁷⁷ Código

Artículo 119.- Registro de infracciones y sanciones

El Indecopi lleva un registro de infracciones y sanciones a las disposiciones del presente Código con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución.



F. Sobre la remisión de copia de la Resolución Final

125. Sobre el particular, resulta pertinente -en esta oportunidad- poner en conocimiento del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR lo resuelto en el presente procedimiento a efectos de que, en su calidad de autoridad encargada de promover, orientar y regular la actividad turística nacional⁷⁸, adopte las acciones que considere pertinentes, en el ámbito de su competencia, tomando en consideración lo desarrollado en la presente resolución.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Sancionar a Point Integral E.I.R.L. con una multa de 46.2 Unidades Impositivas Tributarias por infracción al artículo 108 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en relación con el literal a) del artículo 58.1 de dicho cuerpo legal, en la medida que, creó en los consumidores la impresión de haber ganado un “premio”, cuando en realidad el uso y disfrute de este se encontraba sujeto a incurrir en un gasto por parte del “supuesto ganador”.

Dicha multa será rebajada en 25% si el administrado consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a quince (15) días hábiles contado a partir de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

SEGUNDO: Sancionar a Point Integral E.I.R.L. con una multa de 37.6 Unidades Impositivas Tributarias por infracción al artículo 108 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en relación con literal f) del artículo 58.1 de dicho cuerpo legal, en la medida que, empleó métodos comerciales agresivos o engañosos sobre los consumidores a fin de que contraten el “Programa de afiliación”, lo cual habría afectado de forma significativa su libertad de contratar.

Dicha multa será rebajada en 25% si el administrado consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a quince (15) días hábiles contado a partir de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

TERCERO: Informar a Point Integral E.I.R.L., que la presente resolución tiene eficacia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 218⁷⁹ del Texto Único Ordenado de la

⁷⁸ **LEY N.º 27790 - LEY DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**

Artículo 2.- Competencia

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas y los demás sectores del Gobierno en ámbito de sus respectivas competencias. Asimismo, está encargado de la regulación del comercio Exterior. El titular del sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado y está facultado para suscribir convenios en el marco de su competencia. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía.

⁷⁹ **TUO de la LPAG**

Artículo 218

218.1 Los recursos administrativos son:

- a) Recurso de reconsideración.
- b) Recurso de apelación.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.° 082-2020/CC3

Ley N.° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, cabe la presentación del recurso de apelación. Se señala que dicho recurso deberá ser presentado ante la Comisión en un plazo máximo de quince (15) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida.

CUARTO: Disponer la inscripción de las infracciones y sanciones impuestas a Point Integral E.I.R.L. en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi una vez que la presente Resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119 de la Ley N.° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

QUINTO: Requerir a Point Integral E.I.R.L. el cumplimiento espontáneo de las multas impuestas en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo a lo establecido en el numeral 4 del artículo 205 del Texto Único Ordenado de la Ley N.° 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General,⁸⁰, precisándose que, los actuados serán remitidos a la Unidad de Ejecución Coactiva para los fines de ley en caso de incumplimiento.

SEXTO: Remitir copia de la presente resolución al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR para que, en su calidad de autoridad encargada de promover, orientar y regular la actividad turística nacional, adopte las acciones que considere pertinentes, en el ámbito de su competencia, tomando en consideración lo desarrollado en la presente Resolución.

Con la intervención de los señores Comisionados: Fernando Alonso Lazarte Mariño Delia Angélica Morales Cuti, Juan Manuel García Carpio y Marcos Miguel Agurto Adrianzén.

**Fernando Alonso Lazarte Mariño
Presidente**

Solo en caso que por ley o decreto legislativo se establezca expresamente, cabe la interposición del recurso administrativo de revisión.

218.2 El término para la interposición de los recursos es de quince (15) días perentorios, y deberán resolverse en el plazo de treinta (30) días." (...)

80

TUO de la LPAG

Artículo 205 Ejecución forzosa

Para proceder a la ejecución forzosa de actos administrativos a través de sus propios órganos competentes, o de la Policía Nacional del Perú, la autoridad cumple las siguientes exigencias:

(...)

4. Que se haya requerido al administrado el cumplimiento espontáneo de la prestación, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348

E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe