CONGRESO DE LA REPÚBLICA
PRIMERA LEGISLATURA ORDINARIA DE 2016

COMISIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE
LOS SERVICIOS PÚBLICOS

MARTES, 15 DE NOVIEMBRE DE 2016
PRESIDENCIA DEL SEÑOR JUAN CARLOS EUGENIO GONZALES ARDILES

-A las 11:00 h, se inicia la sesión.

El señor PRESIDENTE.— Buenos días, señoras y señores.

Siendo las 11:00 horas del martes, 15 de noviembre de 2016, encontrándose presente mi amigo el señor congresista Elías Ávalos, del departamento de Ica, de la región más próspera en agricultura y vitivinícola del país, y siendo el *quorum* para la presente sesión de ocho congresistas, se deja constancia de la licencia del señor congresista Lescano Ancieta.

Al no contar con el *quorum* de reglamento, damos inicio a la sesión en calidad de informativa.

Damos la bienvenida al congresista Modesto Figueroa Minaya, secretario de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, congresista por Madre de Dios.

Señores congresistas, a fin de informarnos respecto del estado situacional en que he encontrado el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), el Plan de Trabajo que piensa desarrollar a corto y mediano plazo, las razones por las cuales se había exonerado a las empresas Telefónica y Claro de una sanción pecuniaria de aproximadamente doscientos cuarenta y siete millones de soles que habría sido impuesta por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Voy a interrumpir mi intervención para presentar al congresista Edwin Alberto Donayre Gotzch, de la Comisión de Defensa del Consumidor. Buenos días, congresista.

Vuelvo a exponer lo que estaba desarrollando. Estaba hablando de la sanción de aproximadamente doscientos cuarenta y siete millones de soles, que había sido impuesta por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, antecedentes y procedimientos que han concluido con la emisión de la Resolución 038-2016-CLC-Indecopi, mediante la cual se han sancionado a cinco cadenas farmacéuticas por concertación de precios y procedimientos que lleva a cabo su institución, referidos a concertación de precios en diferentes áreas del mercado peruano, se ha invitado a exponer al señor Ivo Gagluiffi Piercechi, presidente de Indecopi, a quien invitaremos a ingresar al hemiciclo.

Se suspende la sesión por breves minutos, no sin antes saludar a mi estimado amigo el señor César Antonio Segura, miembro de esta comisión. Buenos días, señor congresista.

Vamos a suspender la sesión para invitar al presidente de Indecopi.

—Se suspende la sesión.

—Se reanuda la sesión.

El señor PRESIDENTE.— Se le da la bienvenida al señor presidente de Indecopi, Ivo Gagluiffi Piercechi, y al congresista Miguel Castro, integrante de esta comisión, representa al departamento de Amazonas.

Se reanuda la sesión.

La presidencia de la Comisión de Defensa del Consumidor, le da la más cordial bienvenida al señor presidente Ivo Gagluiffi Piercechi, presidente de Indecopi, a quien hemos invitado para que nos informe el estado situacional en que ha encontrado el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), el Plan de Trabajo que piensa desarrollar a corto y mediano plazo, las razones por las que se habría exonerado a las empresas Telefónica y Claro de una sanción pecuniaria de aproximadamente doscientos cuarenta y siete millones de soles, que habría sido impuesta por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones; antecedentes, y procedimientos que han concluido con la emisión de la Resolución 078-2016-CLC-Indecopi, mediante la cual se ha sancionado a cinco cadenas farmacéuticas por concertación de precios y procedimientos que lleva a cabo su institución referidos a concertación de precios en diferentes áreas del mercado peruano.

Señor Gagluiffi, tiene el uso de la palabra para su exposición. Por favor.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.— Buenos días, señor presidente; señores congresistas, buen día.

Muchas gracias por la invitación para poder hacer la presentación del Plan de Trabajo del Indecopi en mi calidad de actual presidente del Consejo Directivo.

Le solicito a través de la presidencia poder hacer uso del estrado para hacer la exposición.

El señor PRESIDENTE.— Tenemos un minuto, por favor, mientras...

Un momentito, mientras preparamos.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.— Aprovecho para presentar un poco y comentar mis antecedentes.

Bueno, mi nombre es Ivo Gagluiffi Piercechi, soy el actual presidente del Consejo Directivo del Indecopi desde el 13 de setiembre, estoy cumpliendo aproximadamente ya dos meses en el cargo.

Soy abogado de profesión, me gradué en la Universidad de Lima. Posteriormente he seguido algunos diplomados y posgrados en diferentes universidades, en la Universidad de Salamanca en temas de competencia y signos distintivos en España, he seguido también un diplomado en la Universidad de Argentina de La Empresa en Buenos Aires, sobre temas de regulación y mercados, y también he seguido un diplomado y posgrado en la UPC, vinculado con el tema de regulación de mercados y competencia.

Me he desempeñado por 17 años como abogado en el sector privado, y también he sido catedrático en diversas universidades, en especial la Universidad de Lima, la Universidad del Pacífico, la UPC, y he dictado diversas clases magistrales en la Universidad San Martín y la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Dicho ello, aprovecho mientras instalan todavía la presentación.

El índice o el orden de la presentación va a comprender tres puntos específicos:

El primero, una breve introducción sobre las políticas de la gestión, que está a mi cargo.

En segundo lugar, exponer también el estado situacional de la entidad, ahora que he asumido la función.

Y en tercer lugar, exponer el Plan de Trabajo del Indecopi.

En cuanto a ese tema, quiero adelantarles al presidente y a los señores congresistas, que el Plan de Trabajo está al inicio respecto de protección al consumidor de manera muy detallada, pero también estoy exponiendo el Plan de Trabajo de las demás áreas del Indecopi, que están dentro de la entidad, pues tienen el mismo peso o importancia.

El señor PRESIDENTE.— Okay. Perdón que le corte.

Vamos a empezar la exposición porque se va a demorar un poco ese tema, entonces como ya tenemos el tema gráfico, vamos a ir avanzando.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.— De acuerdo.

Todos los congresistas tienen una impresión de la presentación para que me puedan seguir y para que puedan anotar.

En primer lugar, respecto de la introducción.

Aprovecho esta presentación para exponer tres de las principales políticas de mi gestión en el Indecopi que ya hemos implementado desde el 13 de setiembre.

En primer lugar, todos debemos entender exactamente cuál es la estructura del Indecopi.

El Indecopi se basa en dos áreas puntuales: el Área Resolutiva, y el Área Administrativa.

Estas áreas tienen una absoluta independencia entre ellas a nivel de sus funciones. Sobre ellas se encuentra el Consejo Directivo, que me toca presidir. Sin embargo, el Consejo Directivo únicamente está encargado de la gestión institucional

de la entidad, es decir que coordina todos los temas administrativos operativos, en especial con el Área Administrativa, para servir a las áreas resolutivas a fin de que ellas puedan hacer su trabajo sin ningún tipo de inconveniente.

Pero lo que no hace el Consejo Directivo, y menos aún su presidente, y quiero resaltar ese punto, es tener algún tipo de intervención o participación o injerencia en alguno de los casos que están a cargo de los órganos resolutivos. Y eso se basa principalmente no en una política personal, que de hecho la tengo, sino también en la Ley del Indecopi y su reglamento, y se ha venido respetando de una manera constante en todos los mandatos anteriores.

Así que yo quiero resaltar como una primera política, la política de injerencia cero, que se va a mantener y se va a reforzar en el Indecopi.

Y como un ejemplo representativo de esa política de injerencia cero, quiero comentar abiertamente ante los congresistas que en el desempeño del sector privado, que yo he tenido en estos años, por ejemplo, el estudio da abogados del cual yo era miembro asesoró, patrocinó a una de las cadenas de farmacias que han sido parte de este caso en el Indecopi.

Cuando yo asumí el mandato del gobierno para poder ser presidente del Indecopi, tenía condiciones muy claras que todos los ciudadanos me iban a pedir. Provenía del sector privado, y siendo abogado privado, lo primero que he hecho ha sido desvincularme de mi estudio. Pude haber pedido una licencia, pero me desvinculé completamente del estudio y transferí mis participaciones.

Lo segundo que hice al asumir el cargo fue renunciar y desvincularme también de todos y cada uno de los doscientos cuatro casos que estaban a mi cargo, tanto -buenos días señor Curro- en el Poder Judicial, como en....

El señor PRESIDENTE.- Perdón, presidente.

Damos la bienvenida al vicepresidente de la comisión, Edilberto Curro. Buenos días, congresista.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.- Así que en líneas generales, esa es la política de injerencia cero que queremos que se mantenga en la institución.

En segundo lugar o la segunda política. Señores, el Indecopi es una entidad que definitivamente es particular a nivel mundial, ¿por qué? Porque es lo que se conoce un holding administrativo, es decir, es una entidad que no solamente se dedica a una función, sino que en su caso puntual comprende siete facultades o competencias otorgadas por Constitución y Ley.

Definitivamente, la más conocida es la protección al consumidor, pero tenemos otras seis funciones a nuestro cargo, y es bueno que lo tengamos en cuenta. Por un lado, libre competencia; represión de la competencia desleal; y publicidad comercial; y

la cuarta, barreras burocráticas; la quinta es subsidios, *dumping*, y eliminación de barreras para arancelarias; la sexta es propiedad intelectual en tres vertientes: signos distintivos, patentes de invención, derecho de autor; y la séptima y última, es concursal.

Y resalto esto, por qué, porque estar a cargo de estas siete funciones o competencias sí tiene un sustento legal básico. Y es que estas siete áreas tienen un común denominador, y ese común denominador es que todas ellas están enfocadas en el mejor funcionamiento del mercado. Y el mejor funcionamiento del mercado, definitivamente impacta en consumidores beneficiados. Por eso, el Indecopi, está a cargo de esas siete áreas, tiene un sentido.

Por eso es bueno también advertir a la comisión, qué iniciativas, como por ejemplo desmembrar áreas del Indecopi podrían considerarse antitécnicas en la práctica. Y hay que tener cuidado con esas iniciativas.

Y en tercer y último lugar, en cuanto a las políticas, es bueno que se conozca que el Indecopi tiene presencia a nivel nacional.

Indecopi es una de las pocas entidades que tiene presencia u oficinas regionales en los 26 departamentos. Además, hay un dato muy interesante y que sí me siento muy orgulloso de ese punto, es que el Indecopi cuenta con una oficina en el Vraem, en la localidad de Pichari. Es una de las pocas entidades del Estado con presencia en esa zona.

Además de ello, el Indecopi, en el departamento de Lima, por un tema de densidad poblacional tiene cuatro oficinas adicionales a las dos centrales, y también tres más o centros de mejor atención al ciudadano.

No solamente ello. Además el Indecopi, a través del Programa Indecopi a tu alcance, ha llegado a las 196 provincias del Perú con campañas itinerantes.

Y, finalmente, tenemos el Programa de Indecopi en tu frontera.

Indecopi ha llegado a diferentes localidades fronterizas. ¿A dónde apunto? ¿Para allá?

Me voy a parar, perdón, para poder hacer la presentación. **(2)**

Disculpen. Espero no generarle tortícolis a los congresistas que están atrás.

Gracias.

Así que el Indecopi, como les decía, tiene presencia nacional, además ha estado con el programa "Indecopi a tu alcance" en 196 provincias, y estamos también en las fronteras: en Loreto, en Yavarí. En el caso de Tumbes, en Aguas Verdes. En el caso de Madre de Dios, Iñapari. En el caso de Puno, en Desaguadero. En el caso de Tacna, en el distrito de Tacna.

Un dato curioso, si ustedes vienen caminando de Ecuador hacia Perú, lo primero que van a encontrar es la oficina del Indecopi en Aguas Verdes, es la primera presencia del Estado en el norte.

Así que la tercera política es, aprovechando la infraestructura que tenemos, vamos a tener, vamos a explotar esa presencia nacional, pero no solamente para estar ahí, sino para mantener una fiscalización permanente en todos los comportamientos del mercado. Ese es el compromiso del Indecopi como tercera política.

Nos pregunta la comisión, el estado situacional de la entidad, cómo la hemos encontrado.

En primer lugar, respecto de temas de presupuesto, en el año 2011 el presupuesto asignado al Indecopi, el presupuesto inicial, el PIA, era 75 millones, fue modificado a 86.

Posteriormente, en el 2012 sube a 80 millones, en el 2013 aproximadamente 95 millones, en el 2014 a 138 millones, en el 2015 a 153 millones y en el 2016 está en aproximadamente 150 millones.

Ahora, ¿a qué puede responder este crecimiento en el presupuesto? Vamos a dar un dato adicional.

Adicionalmente al tema presupuestario, tenemos el tema de recursos humanos. En el caso de recursos humanos el 2011 contábamos con 902 colaboradores; el 2012 con 1009; el 2013 con 1221; el 2014 con 1446; el 2015 con 1488 y a setiembre de 2016 con 1468.

La pregunta básica que puede surgir, es: ¿Por qué ha crecido tanto el presupuesto? ¿Por qué ha crecido tanto el personal? Y lo cierto es que hemos identificado factores objetivos.

El primer factor que hay que tener en consideración, es que el Indecopi pasa entre el 2011 y el 2015 a tener 12 nuevas ORI, y eso evidentemente genera un impacto mayor de infraestructura, de costos operativos y de recursos humanos.

Adicionalmente, teniendo en cuenta —y van a ver las cifras más adelante— la cantidad de reclamos y denuncias que se han incrementado en el Indecopi, hemos tenido que crecer a nivel de funcionarios, principalmente en los órganos resolutivos, para que puedan atender esta demanda de servicios.

Adicionalmente, como consecuencia de una modificación legal en barreras burocráticas, tuvo que crecer la cantidad de personal para que pudieran atender las nuevas funciones asignadas en materia de eliminación de barreras.

En penúltimo lugar se realizó un fortalecimiento institucional en el año 2012. ¿Por qué? Porque el código de consumo establecía nuevas funciones y roles del Indecopi, principalmente a través de la Dirección de Protección al Consumidor, que lidera y coordina los temas del Consejo Nacional de Protección al Consumidor.

Y, por último, se han fortalecido las herramientas de propiedad intelectual, estamos promoviendo mucho más los temas de derecho de propiedad intelectual porque consideramos que a nivel nacional son necesarios para incrementar el valor agregado de nuestros productores.

Esta es una información que sí creo que es muy interesante, para que los miembros de la comisión la puedan analizar con detalle.

¿Cómo ha crecido la demanda de servicios del Indecopi? Esto es, realmente, impresionante.

En el año 2011 Indecopi manejaba, entre reclamos y denuncias, en todas las áreas no solamente protección al consumidor, en todas las áreas que atendemos, las siete, aproximadamente 70 000 casos. En el 2012: 82 000. En el 2013: 93 000. En el 2014: 106 000 y en el 2015: 118 696 casos.

La demanda ha crecido un nivel de promedio anual de 14,5%, y en nivel total 2011-2015 creció en 71,9% en el acumulado, 71% en cinco años de demanda de casos en el Indecopi. Eso, evidentemente, generó un impacto a nivel de atención.

Hemos tomado en estos dos meses, que ejerzo ya el cargo como presidente del Consejo Directivo, varias acciones inmediatas, que hemos considerado que eran muy urgentes:

La primera, hemos realizado un fortalecimiento de los órganos resolutorios, pero lo que hemos podido identificar en base a un *ranking* basado en estropeo A, es que algunas áreas tenían cuellos de botella para poder resolver los casos y las controversias de los usuarios del Indecopi. Y lo que hemos hecho es, sin contratar nuevo personal, lo que hemos hecho es tomar vacantes y tomar plazas de las plazas administrativas, y las hemos redireccionado a las áreas resolutorias, para que esas áreas resolutorias se vean fortalecidas y puedan resolver los casos dentro de los plazos legales y mejorar las ratios de resolución.

Segunda acción inmediata, hemos reducido el gasto corriente, principalmente en temas de personal, en temas de viajes, de representaciones, etcétera.

Estamos haciendo todos los recortes que se nos permitan dentro de una directiva de austeridad, además, que tiene la entidad en este momento.

La tercera acción inmediata tiene que ver con una reestructuración organizativa. Hemos desactivado la semana pasada la Comisión de Competencia Desleal II, porque considerábamos de que no tenía en este caso la necesidad de que existiera, en la medida de que ya existía previamente la Comisión de Competencia Desleal I, que atendía exactamente los mismos temas, principalmente represión de competencia desleal y publicidad comercial en todos los sectores económicos. Y lo que hemos hecho ha sido sincerar la cantidad de personal y reforzar dos áreas: la Comisión de Protección al Consumidor N° 3 y la Gerencia de Supervisión y Fiscalización.

¿Y por qué nos hemos concentrado de manera inmediata en esas dos áreas resolutorias u órganos resolutorios?

Porque son los órganos que llevan a su cargo los casos de impacto general, los casos de oficio. No los casos que afectan a un consumidor en particular, sino a un conjunto muy amplio de

consumidores, y era lo que teníamos que atender de manera inmediata.

Señores, el Indecopi tiene aproximadamente 130 convenios con diferentes entidades nacionales y extranjeras. Lo que hemos pedido en la nueva gestión es priorizar la matriz de convenios.

Los convenios implican gastos de membresía, los convenios implican costos y gastos de transacción y coordinación, y lo que hemos hecho es matriciar los convenios para priorizarlos en base A, necesidad o importancia para el país, costos para el país de membresía, capacitación a los funcionarios y temas estratégicos en cuanto a nuestras funciones. Sobre eso, estamos tratando de revisar qué convenios se mantienen y qué convenios no se van a renovar.

Otra acción inmediata ha sido la revisión de normativa pendiente y también la existente.

Tenemos que modificar muchas normas todavía, pero también tenemos que producir nuevas para mejorar las funciones del Indecopi. Más adelante voy a detallar esas normas.

Por último, tenemos un nuevo relacionamiento con las asociaciones de consumidores, y eso es parte de la gestión y el compromiso que yo he asumido frente a ellos, como lo voy a detallar más adelante.

Ya existía una relación con las asociaciones de consumidores, pero creo que hay que reperfilarla, hay que mejorarla, hay que reforzarla y vamos a ir de la mano con ellas en esta gestión.

¿Cuál es el plan de trabajo del Indecopi, señor presidente, señores miembros de la comisión?

Por un tema de orden, voy a empezar por protección al consumidor, que es la que tiene mayor vinculación con esta comisión, y voy a ser muy detallista en este tema.

El señor PRESIDENTE.— Perdón. Un ratito, señor presidente.

Damos la bienvenida al congresista Gilbert Violeta.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.— ¿Cómo funcionan los planes de trabajo del Indecopi? No funcionan de manera espontánea, funcionan con metodología, con orden.

El primer plan, en el que estamos enmarcados, es el Pesem, que es el Plan Estratégico Multisectorial, que es quinquenal, por cinco años. Dentro de ese plan hemos identificado oportunidades y ejes para poder dar nuestros servicios. ¿Cuáles son ellos? Una gestión pública moderna.

Luego viene el PEI, dentro del Pesem, que es el Plan Estratégico Institucional del Indecopi, en ese plan lo que identificamos son los ejes estratégicos básicos que tenemos que desplegar en favor de la sociedad.

¿Y cuáles son los tres ejes estratégicos básicos que hemos identificado nosotros?

En primer lugar, reducir la casuística en materia de protección al consumidor en el Indecopi. Y vamos a ver más adelante, eso está ligado con los temas de promover las autocomposiciones.

El segundo eje en este plan estratégico es promover el valor agregado a través de la propiedad intelectual.

Y el tercero es mejorar el monitoreo de los mercados en materia de defensa de la competencia.

Dentro del PEI está el POI, como le llamamos, es el Plan Operativo Institucional del Indecopi, que tiene todos los objetivos básicos y las estrategias puntuales en acciones. Tenemos trece* estrategias que debemos desplegar vinculadas con los tres ejes anteriores.

Y dentro del POI están todos los POA, los Planes Operativos de las Áreas. Todas y cada una de las áreas del Indecopi, tanto administrativas, como funcionales, ejercen su trabajo en base a un plan no de manera espontánea, sino planificadamente. Y esos POA tienen metas para medir su desempeño.

En cuanto a protección al consumidor.

En materia de protección al consumidor, iba a desplegar un plan de trabajo basado en cuatro ejes:

El primer eje, es el eje de educación, orientación y difusión.

El segundo eje, es el eje de seguridad del consumidor.

El tercer eje, es el eje de los mecanismos de prevención y solución de conflictos, dentro de lo cual vamos a exponer autocomposición y heterocomposición.

El cuarto y último eje es el fortalecimiento del sistema y monitoreo del mercado.

Ojo, estos ejes no son ejes que han salido de manera espontánea, son ejes que además han sido discutidos en el Consejo Nacional de Protección al Consumidor y que están contemplados dentro de la política y el plan que el consejo, en su oportunidad, ya ha trabajado y que vamos a respetar, y que vamos a reforzar. Y vamos a exponer este tema un poco más adelante, porque fue uno de los pedidos del presidente de la comisión.

En primer lugar, respecto al eje de educación, orientación y difusión, tenemos varios componentes que tener en cuenta: en primer lugar, la Escuela Nacional del Indecopi; en segundo lugar, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor, el Sistema de Atención al Ciudadano, el SAC, al consumidor, el "Indecopi a tu alcance", el "Indecopi en tu ciudad", las redes sociales, el radio Indecopi, el portal del consumidor y las herramientas tecnológicas. Vamos una por una de manera muy breve y gráfica.

Escuela Nacional del Indecopi.

Esta escuela se dedica a capacitaciones en diferentes modalidades: charlas, talleres, etcétera, varios de los que estamos presentes hemos participado en esta escuela, y esta escuela está dirigida a los ciudadanos en general, consumidores,

principalmente estudiantes, pequeños negocios, personas que quieren [...] el funcionamiento del Código del Consumo, etcétera.

¿Y cuáles son las modalidades? Dos: de manera presencial y de manera virtual.

En cuanto a la modalidad presencial, en Lima nos han dado el 26% de las charlas, y todas las demás en provincias.

Quiero resaltar este trabajo. No hemos concentrado la educación en Lima, la hemos llevado a las provincias donde hay más necesidad de capacitación y educación en esta materia. Y adicionalmente el 18% de las charlas son virtuales.

¿Cuánto ha sido el público capacitado a la fecha? Más de 13 000 personas se han beneficiado de [...] educativos, y esto se va a mantener y se va a potenciar.

Segundo tema en particular, Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor.

También brinda capacitaciones, pero brinda capacitaciones a los proveedores pequeños, medianos o grandes. Esa es la función o la diferente visión.

Modalidad presencial. Su público objetivo, proveedores con mayor cantidad de casuística, eso sería lo ideal.

Pero, ¿qué ha pasado en la práctica?

Que a pedido de algunos gremios, que lo vamos a ver a continuación, se han dado estas charlas, por ejemplo, la Asociación de Bodegueros del Perú ha pedido charlas, la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, la Cámara de Comercio de Lima, entre otros, pidieron que se les dictara las capacitaciones a través de la dirección. Eso siempre es un buen indicio.

Se van a mantener y reforzar las capacitaciones, y vamos a ver cómo lo vamos a hacer más adelante.

El SAC, el Sistema de Atención al Consumidor, una pieza clave dentro de la estructura del Indecopi, una pieza orientativa y preventiva. El SAC orienta principalmente [...] consumidor y propiedad intelectual; es decir, ustedes llaman, hacen consultas sobre la materia y el SAC las absuelve a través del *Call Center* o a través del correo electrónico.

Modalidades de atención del SAC: presencial, atención física, telefónicamente con el *Call Center* y virtualmente vía correo electrónico, pero también a través del APP presenta tus reclamos.

El señor PRESIDENTE.— Por favor.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.— Sí.

El señor PRESIDENTE.— Siendo las 11 y 30 vamos, en primer lugar, a dar la bienvenida al congresista Freddy Sarmiento Betancourt.

Al tener el *quorum* reglamentario, queda instalada la sesión ordinaria.

Muchas gracias.

Disculpe, señor presidente.

El señor PRESIDENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (Indecopi), don Ivo Sergio Gagluiffi Piercechi.— Ningún problema. Gracias.

El público orientado por el SAC supera el millón seiscientos cincuenta mil personas en el periodo 2011-2016, esa es la importancia de esta herramienta y el impacto general. **(3)**

En cuanto al Indecopi a tu alcance, es un programa sumamente interesante. Indecopi a tu alcance, busca orientación y protección al consumidor, propiedad intelectual y defensa a la competencia. ¿Y en qué consiste? Es una campaña itinerante en Lima y a nivel nacional, donde existen ORI, o sea donde hay Oficina Regional del Indecopi, es decir, los funcionarios de Indecopi no solamente se quedan en la oficina, salen de sus oficinas para orientar a la gente de manera itinerante. Esa es la manera cómo hay que salir a educar y orientar, no en el escritorio. Y eso es lo que se está haciendo, público orientado a la fecha *606 500 personas entre el 2011 y 2016.

Pero, hay otro programa, el Indecopi en tu ciudad, también, orientan el [...] al consumidor, propiedad intelectual y la defensa a la competencia. ¿Y cuál es la diferencia con el anterior? Que son campañas itinerantes a nivel nacional donde no existen las ORI, es decir, se ha apuntado ir a la 196 provincias del Perú de manera itinerante para ir a capacitar.

Público orientado a la fecha, más de 86 mil personas entre el 2011 y 2016; otro de los mecanismos a explotar, redes sociales; principal orientación en temas de protección al consumidor, modalidad virtual. ¿Y cuáles son las estadísticas? Miren qué interesante a nivel de números: publicaciones en Facebook y Twitter tenemos 27 980* publicaciones del Indecopi; seguidores en Facebook y Twitter, 358 679; y reproducciones de YouTube de los editoriales o de los vídeos institucionales, 165 931. Eso sigue sumando a favor de que haya más capacitación, orientación y conocimiento de lo que es el Indecopi y de lo que hace a favor de los consumidores.

La Radio Indecopi. La Radio Indecopi es una radio Internet que orienta principalmente en temas de consumidor, pero también, de propiedad intelectual u otras materias del Indecopi. Ahí tienen el [...] para que puedan ingresar cuando quieran escuchar temas de la radio; y las estadísticas son 2459 programas a la fecha; 1055 entrevistas y un público alcanzado que supera el millón 600 mil personas.

Otra herramienta sumamente interesante, el Portal del consumidor. Este es un portal que está dentro de la web del Indecopi, y que consolida la información de las 16 entidades que integran el Consejo Nacional de Protección al Consumidor, es decir, el Indecopi, los organismos reguladores, las asociaciones

de consumidores y los gremios. Se consolida toda la información vinculada con orientación del consumidor. Esa es la web, para que lo puedan visitar, mantener y reforzar.

Y por último, en lo que es orientación, las herramientas tecnológicas, en primer lugar el mira a quién lo compras, que es un registro virtual de proveedores sancionados en materia de protección al consumidor. Ha tenido 241 000 accesos a la fecha; en segundo lugar, el registro de [...] que muchas personas no conocen pero [...] precisamente para inscribirse en él y de esta manera evitar recibir [...] no autorizados, o llamadas telefónicas.

A la fecha contamos con 80 000 registros en fijos; 169 000 en celulares y más de 120 000 correos electrónicos. Eso es para que no los estén llamando a cualquier hora cualquier día, ofrecerles temas que no quieren. Adicionalmente se han hecho herramientas nuevas como los decálogos, el decálogo del consumir en quechua; y además, el decálogo del consumir braille. Le van alcanzar al presidente de la comisión algunos ejemplos de esos decálogos en braille para que puedan apreciarlo físicamente.

Adicionalmente tenemos Presenta tus reclamos, como una herramienta más; y finalmente, contamos con cuñas radiales en siete lenguas nativas que se pasan constantemente, además de Radio Indecopi, para poder alcanzar a muchos más [...] respecto de los temas vinculados con la entidad.

¿Cuáles son los proyectos en temas de educación que estamos pensando para el año 2017? En primer lugar, y esto es sumamente importante, un programa de cumplimiento de proveedores. Lo que tiene que exigir es que el Estado no solamente reciba los casos y sanciones y se preocupe por temas de controversias, sino hay que trabajar de manera educativa, preventiva, y no solo a los consumidores sino también hacer lo que se denomina en inglés [...] en temas de proveedores, para que conozcan exactamente cuáles son sus derechos, pero sobre todo sus deberes, sino hacemos un programa agresivo de [...] vamos a seguir llenándonos de casos.

Los proveedores deben tener en consideración que todo reclamo, que toda denuncia es una oportunidad de mejora, y no deben llegar los caos al Indecopi. Esa es la filosofía que debería primar dentro, además, de un buen gobierno corporativo.

En segundo lugar vamos a lanzar Consumo informado, que consolida toda la información de las 16 entidades del Consejo Nacional de Protección al Consumidor de manera electrónica. Luego, estamos lanzando las campañas del mes de la prevención del estado del [...?], que es esta entidad, este gremio de la Agencia de Protección al Consumidor a nivel mundial. Son campañas de fraude que están destinadas a nivel mundial a evitar comportamientos o a debatir sobre comportamientos [...] de consumidores, por ejemplo Fishing.

El siguiente lugar, productos en braille. Se va a lanzar la cartilla de consumo en braille y la cartilla de consumo en braille y la herramienta macrotipo. Adicionalmente se van a lanzar los decálogos de consumidor y reclamaciones en lenguaje

de señas; también la encuesta nacional de proveedores, para recoger insumos importantes vinculados con el enfoque en materia del consumidor; luego el tutorial que es el ABC del consumidor, un vídeo vinculado con deberes y derechos; y finalmente, reforzar el sistema informático a las alertas de consumo. Esos son los proyectos, señor presidente, que nos llevan en materia de educación y orientación al 2017.

Segundo eje, seguridad del consumidor. En cuanto a este eje, en primer lugar están las alertas. Las alertas del Indecopi, han tenido tres fases: la primera fase, la fase uno ha estado vinculada en el 2012 y 2013, con el monitoreo de alertas a través de las redes internacionales. Se tomaba la información de esas redes.

La segunda fase, 2014-2015, ha consistido principalmente en la elaboración del marco normativo, y dentro de ello se emite este reglamento en los artículos 28.º y 29.º del Código de Consumo vinculados con la advertencia y alertas de productos [...] o riesgosos. Además, se está creando la base de accidentes de consumo con clínicas y hospitales, principalmente para casos de intoxicación o de epidemias o pandemias que es importante estar advertido.

En cuanto a estadísticas. Alertas investigadas a la fecha, 264; alertas publicadas en el Perú, 123. ¿Y por qué está la diferencia? Porque en esos 123 casos fue que se identificó que las alertas comprendían consumidores.

¿Cuál ha sido la cantidad de unidades involucrada con alerta? Más de 319 mil, se va a mantener el sistema de alertas; pero, además, se va a reforzar con esta herramienta que es la red de consumo de seguro y salud.

El Perú es parte de la OEA, y dentro de [...] en la OEA se ha adscrito esta Red de Consumo, Seguro y Salud, la RCSIS. En noviembre de 2013, incluso, el Indecopi ha liderado el comité esa red. En Junio de 2014 la Asamblea de la OEA ha aprobado dos documentos, dos políticas: la Red de Consumo, Seguro y Salud y el Sistema Interamericano de Alertas Rápidas, el SIAR. Y estamos en pleno proceso de implementación del piloto en el Perú sobre el SIAR, es decir, un sistema mucho más potente para detección de alertas y en coordinación con los países miembros de la OEA.

Por último en materia de alerta está el Perú, como se sabe, está postulando como país para ser miembro de la [...?]; pero, sin perjuicio que algún día vamos a conseguir esa meta, lo cierto es que el Perú participa en diferentes grupos de trabajo actualmente; uno de los grupos de trabajo es el grupo de trabajo de seguridad de productos de la [...?]; dentro de él Indecopi participa de manera activa y ya ha sido parte de dos campañas: la primera campaña, la campaña vinculada con la seguridad de las pilas botón; y la segunda campaña ha sido la campaña vinculada con las cápsulas de detergente líquido. Son campañas, señores que se lanzan a nivel mundial en una determinada semana, en la que participan varios país miembros o no de la [...?].

Es importante estar presentes en esta campaña; es importante comenzar a entender cómo los miembros de la [...?] ven el

sistema de protección al consumidor. Vamos aprendiendo, vamos mejorando.

Tercer eje, y este es el eje que yo me voy a permitir exponer con mayor detalle, porque es el eje respecto del cual se van a requerir cambios de [...] y cambios operativos en el sistema.

Le explico. Como ustedes saben, el Indecopi está a cargo de la solución de las controversias en materia de consumo en casi todos los sectores, hay algunos que ya están a cargo de otras entidades; pero la controversias se resuelven, cuando las resuelve un tercero se les llama heterocomposición.

El Indecopi tiene tres maneras de intervenir como tercero en poner conceptos de consumo a través de procedimientos sumarísimo, a través de procedimientos ordinarios y a través de arbitrajes de consumo.

Miren, por favor, con detalle las estadística de los sumarísimos. Como saben, los procedimientos sumarísimos, tienen como características hacer controversias sobre efectos menores a tres UIT y/o también vinculados con requerimiento de información o incumplimientos de determinadas [...?], etcétera, es decir, tiene un universo bastante acotado.

¿Cuántos procedimientos sumarísimos está teniendo el Indecopi, aproximadamente, a la fecha? Alrededor de, miren la cifra exacta, 15 000; 15 000 procedimientos sumarísimos al año, quince mil, solo sumarísimos.

El señor PRESIDENTE.— Sí, señor congresista Edwin Donayre.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Disculpe, señor presidente.

Yo quisiera que nuestro invitado pueda, en el más breve tiempo concluir, para ir al tema que ha sido convocado, señor presidente; porque esto está bien, de verdad que reconocemos todo el trabajo, conocemos todo en parte de esto nos permite ilustrar, pero yo quisiera que por favor, a través de la presidencia, que podamos ir de frente al punto por el cual ha sido invitado, y que sea un poquito más concreto y terminar esta exposición que con la mejor voluntad lo está haciendo el presidente del Consejo Directivo del Indecopi.

Gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Sí, está bien, congresista Edwin Donayre.

Usted sabe que yo le tengo mucho aprecio. Hemos comenzado hace casi cuatro meses, y en todas las comisiones se debaten, en todas las comisiones. Yo he ido y he estado horas de horas de horas escuchando a varias exposiciones, y en el Congreso hay que tener paciencia. Así es.

Y a mí me pasa también lo mismo, yo coincido con usted plenamente, pero si no escuchamos a las personas, yo he estado horas de horas escuchando al Poder Judicial y a los ministros, y es bueno escucharlos, ¿sabe por qué?, porque sino cómo nos vamos a enterar de las cosas. Pero, yo sí respeto su posición y le voy a recordar al presidente de Indecopi, como conversé antes de iniciar, que por favor, sea lo más breve y conciso sin alterar,

evidentemente, la exposición, para que no haya vacíos. Y solamente lo recuerdo porque voy a tomar su sugerencia, señor congresista Edwin Donayre.

Acá dice que en el Orden del Día de hace varias semanas estaba el estado situacional en que ha encontrado el Instituto Nacional de Defensa del Consumidor, el presidente; o sea sí está en la agenda por si acaso.

De todas maneras, como usted sabe que yo lo respeto y lo aprecio mucho, señor presidente, por favor, en la medida de lo posible vamos a poder resumir un poco más de exposición.

Señor congresista, César Segura.

El señor SEGURA IZQUIERDO (FP).— Gracias, señor presidente.

Saludarlo a usted y a los congresistas presentes. Pero en la misma línea que usted ha mencionado, está dentro del Orden del Día lo que está justamente exponiendo el señor presidente de Indecopi, y creo es lo primero que debemos escuchar antes de comenzar con las interrogantes porque ya de alguna manera las interrogantes van a ser mucho más cortas y precisas, y ahí es donde debemos más bien por el contrario, señor presidente, precisar, ser concretos en nuestras preguntas.

Yo quisiera que, por favor, dejáramos terminar al expositor, porque para mí sí es, aparte que estamos cumpliendo con Orden del Día, es bastante nutritivo lo que está diciendo.

Muchas gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Gracias, señor congresista César Segura.

Señor presidente, gracias.

El PRESIDENTE DE INDECOPI, señor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Gracias, me comprometo a concluir en máximo 10 minutos.

Dentro de los procedimientos sumarísimos, como veníamos comentando, estamos en un rango de aproximadamente 15 mil sumarísimos al año; pero no solamente ello, sino que también a nivel de procedimientos ordinarios, que son los procedimientos más complejos, que tienen ratios de resolución de 120 [...?], estas son las estadísticas. Estamos alrededor de ocho mil casos al año, ocho mil casos al año de procedimientos ordinarios. ¿Y por qué lo resalto? Vamos a ver en la subsiguiente diapositiva.

Hay un tercer elemento de [...?] a cargo del Indecopi que son los arbitrajes de consumo. Como ustedes saben, el código de consumo crea la figura del arbitraje de consumo en el Perú. Lamentablemente los gobiernos regionales y locales que eran los llamados a implementar el tema, [...?] falta de presupuesto para poder cumplir con el mandato legal, pero el Indecopi por iniciativa propia en el 2015 lanza un plan piloto programa piloto arbitraje de consumo, al menos para crear un [...?] o un punto de resolución en arbitraje, y que se pueda contagiar esta iniciativa. Lo cierto es que a la fecha hay 18 empresas inscritas en este sistema de arbitrajes de consumo; actualmente la [...?] son 35 árbitros, y hay dos casos en trámite, los dos primeros casos en trámite en el Perú en sistema de arbitraje.

¿Pero cuál es la cifra relevante que sí quiera resaltar ante la comisión? Miren qué interesante. Cuando uno analiza en perspectiva los casos de [...] a cargo del Indecopi las controversias que resolvemos, estamos en un rango de entre 20 mil a 23 mil casos al año. ¿Cuánto cobramos por cada caso, cuál es la tasa que cobramos en instancia única? 36 soles. **(4)**

¿Cuál es el costo promedio? Miren los datos. Si es en una instancias que se revisa el expediente nos cuesta 1000 soles aproximadamente como Indecopi; si es en dos instancias, en un procedimiento sumarísimo nos cuesta 1500 soles; si es en dos instancia en un ordinario nos cuesta 2000 soles; y si es en tres instancias, en un procedimiento sumarísimo nos cuesta 2500 soles.

Cuando uno hace los cálculos lo cierto es que el Indecopi en la práctica por las tasas que cobra, en comparación con los casos que ve, está recaudando 800 000 soles, pero estamos gastando casi 35 millones de soles en atender las controversias en materia de protección al consumidor.

El señor PRESIDENTE.— Damos la bienvenida al congresista Velásquez Quesquén quien se incorpora a la Comisión de Defensa del Consumidor.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Lo que veníamos resaltando era, entonces, que lo cierto es que en materia de protección al consumidor el costo que tiene el Estado para resolver las controversias entre privados es muy elevado. Eso no implica que estamos proponiendo dejar atender las controversias. Debemos atender las controversias, pero deberíamos concentrarnos en controversias de mayor impacto, las de interés general. Lo que debemos hacer como estrategia es promover justamente lo siguiente, que son los mecanismos de autocomposición.

Esos mecanismos de autocomposición son principalmente cuatro: el libro de reclamaciones, el sistema de atención al consumidor, las defensorías gremiales y los mecanismos alternativos de solución. Veamos el primero.

Libro de reclamaciones, todos lo conocemos. ¿Por qué es un mecanismo de composición? Porque tiene una función disuasiva. Se pide el libro, y antes de que se incluya el reclamo o la queja, lo cierto es que se trata de lograr una solución entre proveedor y consumidor.

Se ha hecho una encuesta nacional en el 2015, y es interesante, la ciudadanía conoce alrededor del 72% la existencia del libro. ¿Quiénes los han utilizado? El 26%. ¿Quiénes no? El 73. ¿Y por qué no lo ha utilizado ese 63%? Miren la data qué interesante. Lo más resaltante es que de ese 73% casi 22% no lo ha usado porque no resultó necesario; es decir, el proveedor solucionó el problema con el consumidor sin que, finalmente, se use el libro, efecto disuasivo.

Y otro dato interesante dentro de esa línea, es que solo en el caso de 1.8% de proveedores no contaban con el libro, eso lo que implica es que los proveedores ya han implementado en su ADN,

como empresarios, la existencia de libro de reclamaciones cuando corresponde de acuerdo a ley.

66% de los encuestados consideran, además, que es fácil de llenar el libro. Y lo cierto es que el año pasado Indecopi desplegó una campaña publicitaria para reforzar el conocimiento del libro.

Segundo mecanismo de autocomposición, el sistema de atención al consumidor o al ciudadano. Las cifras acá son también impresionantes. A nivel del sistema de atención al ciudadano, como ustedes saben, el Indecopi se encarga no solamente de orientar con el sistema, sino también de atender los reclamos. Por ello no cobra ninguna tasa. Y recibimos aproximadamente 50 000 reclamos al año, sumados a las casi 23 000 controversias de fondo. Estamos hablando de una atención de casi 73 000 controversias al año a cargo del Indecopi. 73 000.

Ojo, los índices de conciliación son elevados. Logramos la conciliación en casi 84% de los casos, con lo cual sí es una herramienta que permita absorber el impacto, ¿por qué?, porque al ser solucionados vía conciliación los reclamos ya no es necesario que lleguen a controversia en los órganos resolutivos. Hay que promover esta herramienta. Y estamos pensando implementar una plataforma informática para que haya un mejor seguimiento de los casos de conciliación y reclamos en el SAT, y de esa manera adelantarnos con los proveedores para que no lleguen los casos al Indecopi.

Defensorías gremiales, súper interesante, tendencia mundial, además. Las defensorías gremiales tienen como característica que los propios gremios, a través de los proveedores afiliados, crean mecanismos de composición de los conflictos de manera gratuita, de manera célere, y con un detalle, que es muy importante, si el tribunal o la defensoría gremial resuelve a favor del consumidor eso es vinculante para el proveedor; pero si resuelve en contra del consumidor no es vinculante para él, y el consumidor puede acudir a otras instancias administrativas. Eso debemos promover.

¿Y cómo lo vamos a promover? Hay tres experiencias en la práctica: la defensoría del cliente financiero, la del asegurado y la más reciente, que es la defensoría de la AAP, la Asociación Automotriz del Perú, que son muy pocas. Son muy buenas, pero son muy pocas. Falta más impacto. Falta más conciencia a esta herramienta.

¿Qué vamos a hacer al respecto? Estamos trabajando y cerrando –quizás en la próxima semana en la sesión descentralizada del Consejo Nacional en Tarapoto– los lineamientos para la creación de las defensorías gremiales, un documento que ya se venía trabajando con anticipación, el Consejo Nacional lo venía solicitando, y lo que hemos hecho es recoger las sugerencias de gremios y ciudadanos, y ya estamos cerrando la última versión para aprobarla, si Dios quiere, el 25 de noviembre. Y vamos a informar eso a esta comisión.

¿Qué vamos a hacer con esos lineamientos? Vamos a salir a venderlos. Eso no se queda en una simple aprobación. Vamos a

salir a venderlos en cada gremio. Queremos que nos compren los lineamientos. Queremos que los implementen. Pero que crean en los lineamientos, que no sea un tema cosmético o estético. Esto tiene que estar en el ADN de los gremios. Eso es parte del cambio.

Y los mecanismos alternativos, con lo cual concluyo, señor presidente, los temas de solución de conflictos. El mecanismo alternativo, a diferencia de lo que se quiere a veces, no es un desprendimiento del Estado o una renuncia del Estado respecto de sus competencias de resolver los conflictos. Al contrario, el Código de Consumo, como una política pública de consumo, le pide al Estado que promueva estos mecanismos. Y son cuatro tipos de mecanismos principalmente: la conciliación, las partes, sin necesidad de un tercero, llegan a la mediación; la conciliación, las partes con la ayuda de un tercero llegan a un acuerdo; la transacción, las partes, sin la ayuda de un tercero, llegan a un acuerdo, pero con calidad de cosa juzgada, esa es la característica de la transacción; y, por último, la autorregulación. Los gremios promueven autorregulaciones también, no para evitar el cumplimiento de la ley, sino que se imponen autorregulación para mejorar su cumplimiento normativo y reducir la casuística.

Esa es la visión que hay que tener en autorregulación, no es que el Estado renuncia a sus facultades, no es que el Estado renuncia a su monitoreo, sino que el Estado da herramientas y promueve herramientas para que los propios ciudadanos y las empresas entiendan que deben cumplir la normativa. Y que eso es positivo.

Por último, fortalecimiento del sistema y monitoreo del mercado, el cuarto eje. Políticas más plan, señor presidente, que es lo más importante que me pidió la comisión; GSF más S3, asociaciones de consumidores y documentos técnicos. Así vamos a fortalecer el sistema de la gestión.

En primer lugar, política y plan. Con toda razón el presidente de esta comisión advirtió a Indecopi que está pendiente la aprobación de la política y el Plan Nacional de Consumidor. Tiene toda la razón el presidente. Un tema vital, sin política y sin plan podríamos estar caminando a ciegas. Y eso es inaceptable. Lo cierto, y hay que ir a los hechos, es que este tema no es que no sea trabajado. Miren qué interesante lo que he identificado yo en la gestión. Ya existía una serie de información que se había recopilado: encuestas, focus, etcétera. Con esa información, ya en el año 2012, el Consejo Nacional de Protección al Consumidor había aprobado un primer proyecto de política y plan, se había trabajado en el tema. Se remite a la PCM. La PCM, incluso, en sesión [...] aprueba virtualmente el primer borrador; pero la anterior gestión de PCM nunca publica ni aprueba la política y plan. Eso se ha quedado suelto.

La nueva gestión de PCM, en noviembre de este año, me ha remitido como presidente del consejo directivo el borrador para que lo validemos. Y le voy a ser absolutamente transparente. Estoy completamente de acuerdo con los ejes, es parte lo que

nutre la exposición; pero la data económica que sustenta el plan es del 2013, y no podemos aprobarla con data del 2013. Estamos trabajando ya en la actualización de data económica para llevarlo –espero–, no sé si al siguiente o el subsiguiente consejo nacional, para que el consejo nacional apruebe la nueva política y plan, y nosotros –espero–, señor presidente, este año poder ya publicar la nueva política y plan de protección al consumidor, que es tan necesaria, para que todos tengamos claro hacia dónde vamos.

El señor PRESIDENTE.— Una pequeña interrupción, señor presidente.

En relación a lo que está usted explicando de la PCM, es evidente que este nuevo Congreso, nosotros, enviamos una carta a la PCM, no es que ellos han ingresado y por una suerte de varita mágica simplemente sacaron entre todos sus papeles y ya lo han reactualizado esto. Es evidente porque nosotros lo hemos enviado una carta al primer ministro.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Le agradezco la precisión, porque lo que creo que eso explica o transparenta es que debe haber una colaboración constante entre el Indecopi y esta comisión en todos aquellos temas que sean de interés general. Así que le agradezco por la precisión.

Segunda herramienta, GSF más S3, nuestra Gerencia de Supervisión y Fiscalización y la Comisión de Protección al Consumidor 3, está presente mi gerente, Milagros Pozo; está presente el secretario técnico, Fernando Lazarte; y ellos son conscientes de la importancia que van a tener estos organismos. Por eso quería que estuvieran presentes.

¿Por qué son tan importantes? Se tomaron [...] inmediatas, como dijimos, esos son los organismos del Indecopi que inician los casos o que impulsan los temas de oficio las investigaciones de impacto general. Eso es lo importante en la gestión, buscar lo importante, perseguir, monitorear, los mercados para encontrar lo que realmente afecta a la ciudadanía.

¿Cuáles son las supervisiones que se han realizado a nivel GSF? 2834 en Lima y 11 169 en provincias, casi 500% más. Características: es a nivel nacional la fiscalización, es permanente. Además se puede hacer vía consumidor incógnito, porque es una estrategia muy eficaz; y, por cierto, con varios sectores económicos.

¿Cómo identificamos los sectores para nosotros monitorear? No es al azar, no es aleatorio. Existen variables que tenemos que manejar para poder ver qué investigamos con los escasos recursos que tenemos. Y son cuatro variables: sectores más reclamados, estacionalidad en el consumo, dependiendo del tipo de sector; la dimensión del mercado potencialmente afectado y la aproximación del número de consumidores afectados.

Y un dato sumamente interesante, contrariamente a lo que se pudiera pensar, la mayor cantidad de fiscalización está vinculada con educación, con sector educación, al 50%, el 50% en

educación, para que vean el impacto, la importancia, que está teniendo este sector a nivel de interés de consumidores.

Un dato que estamos dando como primicia a la comisión es que estamos ya cerrando el documento del Plan de Supervisión 2017.

Asociaciones de Consumidores.

Actualmente se encuentran registradas 46 asociaciones de consumidores en el registro oficial del Indecopi. No están todos los logotipos ciertamente, pero están todos los que hemos podido identificar en la práctica.

Como decíamos al inicio, una de las políticas que vamos a mantener e impulsar con fuerza en esta gestión es un nuevo relacionamiento con las asociaciones de consumidores. Y en esa línea, para que no quede en un tema meramente declarativo, lo que hice al mes de la gestión, el día 13 de octubre, fue convocar a todas las asociaciones de consumidores al Indecopi. ¿Para qué? Para que tuviéramos una reunión de coordinación y que yo escuchara dos temas: las preocupaciones válidas que podían tener las asociaciones de consumidores vinculadas con el Indecopi y también los pedidos puntuales que tenían para que ellas mejoraran y fortalecieran su relación con el Indecopi y con los ciudadanos.

¿Y qué hemos hecho? Hemos creado una matriz. Es una matriz que lo que está recogiendo son los principales puntos que plantearon las asociaciones en esa reunión y que vamos a monitorear constantemente, informar les constantemente cómo los estamos impulsando y tratando de solucionar. Lo que tiene que haber es una política transparente de identificación de preocupaciones de las asociaciones para ver cómo vamos de la mano. Y lo cierto es que, adicionalmente, parte de esas preocupaciones eran los temas de capacitación. Ya en noviembre se han activado dos capacitaciones a favor de las asociaciones: una presencial y una virtual. La virtual está con público completo, lleno; y la presencial, estamos esperando todavía cumplir algunas plazas.

Pero ese es el nuevo relacionamiento con las asociaciones. Reconozco y valoro públicamente el trabajo de las asociaciones de consumidores, y considero además que hay que re perfilar, hay que retomar esta relación con las asociaciones. Y creo que la manera más transparente de hacerlo es justamente listando sus preocupaciones, poniéndolas por escrito y haciendo un seguimiento constante.

Documentos técnicos.

La Dirección Nacional de Protección al Consumidor, a cargo de Anahí Chávez, que nos acompaña también en la sesión, además de todos los temas que hemos visto en las cuales participa vía consejo nacional, vía orientación, etcétera, ha tenido a su cargo dos tipos de documentos técnicos que, le soy sincero, yo antes de llegar al Indecopi no los conocía, y eso me ha permitido entender la importancia del trabajo de cómo debemos difundirlo, presidente.

El primer documento técnico ha sido la encuesta nacional en materia de protección al consumidor del 2015. Y esa encuesta,

mire la ficha técnica, objetivo general, conocer el estado de la situación de la protección del consumidor en el Perú.

Ficha técnica, encuesta en hogares, la muestra casi 4300 personas. Ahí está el margen, la fecha del campo y elaborada por Ipsos.

Tres datos importantes, para que los tengamos en cuenta.

El 60% de los peruanos conoce el Código de Consumo. Parece alta la cifra, pero consideramos que es baja. Deberíamos aumentar al 100%. Y no creo que sea un sueño, debería ser la meta. (5)

El 30% percibe que la protección de los consumidores ha mejorado respecto a cinco años. Interesante cifra, pero sigue siendo baja, hay que mejorarla mucho más. Y que no sea solamente un tema de percepción, sino que sea un tema de realidad.

Y por último, el Indecopi –esto suena a *publicherry*, lo cierto que la encuesta arrojó eso– es la entidad más reconocida a nivel de protección al consumidor, según la encuesta. Eso, claro, es un orgullo, pero al mismo tiempo es un enorme compromiso, porque competimos sanamente con entidades del Estado para estar en ese nivel.

Por último, señor presidente, con esto concluyo la presentación, documentos técnicos que, creo, son de lectura obligatoria para todas las personas que estamos involucradas en temas de protección al consumidor. Y son los informes anuales del Estado de la protección de los consumidores en el Perú, que se emiten desde el año 2011, y esos contienen todo el trabajo al detalle sobre lo que se ha venido haciendo en materia de protección al consumidor no solamente como Indecopi, sino también a través del Consejo Nacional de Protección al Consumidor. Hay un ejemplar que hemos traído simplemente para exhibirle y como obsequio al presidente de la comisión, para que vean el trabajo concreto, real, que se hace en este caso.

Señor presidente, señores congresistas, todavía estaría pendiente el plan de trabajo de otras áreas, pero soy consciente del tiempo, y creo que lo más importante para ustedes son los temas del consumidor.

Quedo a su disposición para absolver consultas, con un solo detalle: los temas vinculados con casuística, para lo cual me han invitado, voy a exponer un poco en líneas generales el caso; pero el detalle del caso, porque son los que lo han manejado, lo van a exponer los órganos técnicos que me están acompañando: el doctor Jesús Espinoza en el tema de libre competencia y la doctora Roxana Arellano en el caso de barreras burocráticas.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Okay.

Señor presidente del Indecopi, queda pendiente algunas partes que son sumamente importantes, porque el tiempo es evidente, el tema de competencia desleal, publicidad comercial. Las últimas partes son muy importantes, el tema de *dumping*, la propiedad intelectual y el tema, que ha estado en las últimas semanas en el tapete, el programa de clemencia, porque a través de eso se

puso nuevamente en agenda el tema de la concertación de precios en las farmacias.

Así que, de todas maneras, vamos a invitarlo en nueva oportunidad para ver estos temas.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— A sus órdenes. Encantado.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias.

Puede tomar asiento, por favor, para absolver las preguntas de los señores congresistas.

Tiene la palabra el señor congresista César Segura Izquierdo y después el congresista Edwin Donayre.

El señor SEGURA IZQUIERDO (FP).— Gracias, señor presidente.

Por su intermedio, saludar al señor presidente del Consejo Directivo del Indecopi y a todo su equipo.

Yo quería hacerle unas preguntas.

¿Qué nos garantiza que usted va a mantener su criterio de cero injerencia, tal como lo dice su presentación?

Y para que quien corresponda dentro de su equipo, ¿a cuánto asciende el beneficio económico obtenido por las farmacias?, ¿qué tan significativo es en proporción a las ventas de las cadenas?

La tercera pregunta es, ¿es lícito que un proveedor establezca un precio mínimo de venta al público de sus productos?

¿Y a cuánto asciende las multas impuestas versus los supuestos beneficios obtenidos por las cadenas?

Eso es por el momento mis preguntas, señor presidente.

Gracias.

El señor PRESIDENTE.— Gracias, congresista César Segura.

Congresista Edwin Donayre.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Gracias, señor presidente.

Bienvenido, señor presidente del Indecopi y a todos ustedes, a nuestros colegas y al público en general.

A veces uno viene acá y, de verdad, todos venimos con las mejores intenciones y a cumplir una tarea. Nunca hay en esta comisión y en el resto de comisiones, lo que he podido percibir, es que queremos hacer lo mejor, representar al pueblo en sus justas y legítimos reclamos, y que a veces, a través de estos organismos reguladores: Indecopi, Osiptel y todo, de verdad existe una disconformidad con la función que cumplen, porque, no sé, y son leguleyadas, señor presidente, que las grandes empresas, aprovechándose del poder económico y de sus relaciones en los más altos niveles, al final ese pobre peruano es presa del atropello, del abuso, de las grandes empresas. Y, en ese sentido, lleva lo mejor al llevar una posición equilibrada, justa, correcta, íntegra.

Cómo no conciliar el sueño que verdaderamente estamos haciendo lo correcto, porque también la vida no es peligrosa por la gente que hace el mal, sino por la gente que se sienta para ver lo que pasa. Es decir, con nuestro silencio podemos ser perversos porque estamos aceptando la injusticia, el atropello y el abuso con nuestra indiferencia y nuestro silencio. Y eso, de verdad, nosotros no podemos callarnos.

En ese sentido, agradezco, y también pido disculpas, señor presidente, a usted, porque yo no había leído bien que acá dice también que tenía hablar sobre el estado situacional.

¿Se puede hacer algún tipo de pregunta respecto al tema que nos toca? Gracias, señor presidente.

Puede ser pregunta y respuesta, son directas, nomás, señor presidente.

Atento, señor presidente de Indecopi.

Una, ¿por qué la metodología de utilización del espectro radioeléctrico, regulado por el Decreto Supremo n.º 020-2007-MTC, es una barrera burocrática? Primera pregunta.

Adelante, señor presidente del Indecopi.

Gracias.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Gracias por la pregunta, señor congresista.

Yo quiero contestarla en dos puntos: el primero de manera genérica, cómo funciona el tema de barreras burocráticas para que todos estemos sintonizados con la idea de fondo; y el segundo, a través de la presidencia, permitirle a la doctora Roxana Arellano, que es el órgano técnico, que se pronuncie sobre el caso, para que pueda absolver la consulta puntual sobre el cálculo de metodología.

Señor congresista, en el caso de barreras burocráticas, existe un mandato otorgado al Indecopi para que identifique y, eventualmente, levante las barreras burocráticas ilegales o irracionales. Y hay un tema interesante: las barreras burocráticas por sí mismas no son ilegales o irracionales, sino que son parte de la autoridad que tiene el Estado para establecer condiciones, exigencias, requisitos o previsiones en la relación con los administrados. Primera premisa.

Segunda premisa, dentro de lo que es la regulación normativa de barreras burocráticas se identifican que, en primer lugar, las barreras se presentan en tres modalidades: a través de disposiciones contenidas en una norma infralegal, debajo de la ley; en segundo lugar, a través de actos de la administración en un caso puntual; y, en tercer lugar, a través de actuaciones, es decir hechos realizados por la administración, que no son ni una disposición ni un acto, pero que impactan en el administrado.

Tercera premisa, ¿cómo impactan en el administrado? Hay dos temas que preocupan a la normativa de barreras: en primer lugar, impactos a nivel de simplificación administrativa; e impactos a

nivel de inversión privada, es decir, se promueve la inversión privada con el levantamiento de las trabas, siempre y cuando sean ilegales o irracionales; y la tercera idea que hay que tener en cuenta es que el Indecopi puede declarar una barrera burocrática como ilegal o irracional dependiendo de determinadas metodologías.

Va a ser una barrera burocrática ilegal en la forma, por ejemplo, cuando la entidad exige una condición que no está en la ley o que contraviene a la ley, o cuando la entidad exige algo y no tiene la competencia para hacerlo legalmente. En esos casos se llega a la conclusión que la barrera burocrática es ilegal y se ordena su inaplicación al caso concreto de la persona que denunció, pero evidentemente no se expulsa de la normativa la barrera.

Y en segundo lugar, el segundo método que hace el Indecopi es el tema de la razonabilidad de la barrera. ¿Cuándo una barrera burocrática es considerada irracional? Cuando la administración no ha cumplido de manera diligente con contar previamente con el debido sustento técnico y económico de porqué adopta una decisión que implica una carga económica para un administrado. Lo que mide el Indecopi en esos casos son temas de proporcionalidad, razonabilidad, predictibilidad y, además, si la entidad hizo algún tipo de análisis o hay otras alternativas que sean menos gravosas para los administrados.

Ese es el contexto de las barreras. En este caso en particular, dentro de lo que expliqué al inicio de las políticas, como tengo injerencia en los casos, no conozco el caso, porque no lo he resuelto, no lo he visto, no puedo verlo. Pero lo que he leído, a raíz del pedido que ha hecho el Congreso, y me he empapado de manera general, es que estas empresas presentaron denuncias de barreras burocráticas el año 2012. En el año 2016, en febrero y marzo, a inicios de este año, antes de que yo, incluso, asumiera la gestión, el tribunal del Indecopi como última instancia administrativa declara fundada la denuncia. ¿Por qué? Y Miren qué interesante, y por eso es importante la pregunta. Declara fundada la denuncia pero no porque considere el cobro del canon como una barrera burocrática ilegal; al contrario, el Indecopi confirma la legalidad del cobro del canon y dice que el MTC cuenta con las facultades legales y formales de fondo para poder cobrar el canon, reconoce ese derecho del Estado peruano por uso de un bien de dominio público, como es el espectro radioeléctrico.

¿Dónde se genera la discusión? En la razonabilidad del cobro. ¿Y por qué? Y ahí viene justo su pregunta puntual. Porque el Indecopi ha considerado que la metodología de cálculo para llegar al precio del canon no estuvo sustentada de manera previa. ¿Y cuál fue la metodología? Que el ministerio consideró que se debía pagar ese canon en función al número o a la cantidad de móviles activados en el ejercicio anterior.

Cuando se le solicitó al MTC que explicara cómo hizo su cálculo, lo que yo tengo entendido por lo que he podido hablar con los órganos técnicos, es que no pudieron explicar con un documento

previo al cálculo por qué llegaron a él. No explicaron la razonabilidad. Tampoco pudieron sustentar si es que habían evaluado otras metodologías, no solamente esa, que es algo que exige la ley para ver cuál es lo menos gravoso.

Así que por eso fue que el Indecopi, señor congresista, llegó a la conclusión que ese cobro es irracional. Ahora, un detalle de fondo. Eso no explica una exoneración a las compañías sobre el pago del canon. Lo que implica es que el MTC ahora tiene la carga o tiene la obligación de elaborar la metodología, sustentarla adecuadamente, para poder proceder con ese cobro. Y por eso me permito una precisión respecto de la agenda, señor presidente.

En realidad, no es una exoneración del pago a una multa, quería precisar eso, es la exoneración del pago del canon mientras no hay un sustento razonable para ese cobro, señor congresista.

El señor PRESIDENTE.— Yo creo que eso es una cuestión de orden, porque si no vamos a quedarnos hasta las 8 de la noche.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Entonces, señor presidente del Indecopi, en relación a lo que usted nos acaba de expresar, las resoluciones cuestionadas, la número 0098-2016, que usted ha hablado, de Indecopi, que ha sido, creo, entre febrero o marzo, ¿correcto?

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Correcto.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Señala que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones no acreditó, no presentó información que justifique o no cumplió con presentar documentación que acredite que el cobro por cantidad de terminal móvil activado como parámetro para calcular el canon era razonable.

¿Cómo se prueba que algo es razonable, bajo la lógica de Indecopi? ¿Qué documento prueba que una herramienta es razonable? ¿Tiene que haber prueba de lo razonable o lo razonable en el derecho se extiende por los argumentos que son expuesto o implícitos?

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Gracias, señor congresista.

El siguiente, a través suyo, sí le pediría que para contestar ese tema puntual pueda intervenir la doctora Arellano, que es la que ha visto el caso.

El señor PRESIDENTE.— Okay. ¿Pero dónde está la doctora Arellano?

El señor CASTRO GRÁNDEZ (FP).— Cuestión de orden.

El señor PRESIDENTE.— Dígame.

El señor CASTRO GRÁNDEZ (FP).— Con el aprecio a mi colega, la idea es que todos los congresistas hoy día tengamos la posibilidad de intervenir y, de hecho, hay muchas preguntas pendientes. Creo que, por un tema de orden, sería bueno que tome

nota. Y si no puede satisfacer hoy día, que lo formule por escrito.

El señor PRESIDENTE.— No hay problema.

El señor CASTRO GRÁNDEZ (FP).— Porque, por la hora, se va a suspender, y hay dos temas puntuales acá, también el tema de la concertación de precios.

El señor PRESIDENTE.— Okay. Vamos avanzando, ya lo tengo claro.

Gracias, congresista Castro.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Señor presidente, cuando yo pregunté, el señor presidente me dijo que ha estado horas y horas escuchando ¿y al congresista no le quieren escuchar?

El señor PRESIDENTE.— Congresista Edwin Donayre, yo le voy a escuchar. Las personas que quieran irse, no hay problema. Yo me voy a quedar hasta las 10 de la noche en la comisión porque es nuestra responsabilidad, para eso postulé al Congreso, evidentemente con el respeto a todas las personas y las agendas de otras personas, y es evidente, y todos necesitamos y merecemos un respeto. Eso está sobrentendido. (6)

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Tengo como 20 preguntas, pero solamente voy a hacer tres o cuatro preguntas.

El señor PRESIDENTE.— Congresista Edwin Donayre, que está clarísimo eso. Creo que todos tenemos razón, otras personas desean preguntar también. Entonces, por una cuestión de orden, por qué no hace, como tenemos la costumbre, las preguntas y después, como indicaron los congresistas Castro y Segura, si no hay tiempo para contestarlas, señor presidente del Indecopi, usted las haga por escrito. ¿Sí? Creo que eso es más práctico.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Yo ya tengo la segunda reunión con el presidente, a través de usted, no sé, pero serán mis conocimientos tan escasos que solamente la mitad le he entendido. Entonces, le voy a pedir que lo dé por escrito, así lo repaso 10, 15, 20 veces para poder entenderle, porque eso, disculpe usted, señor presidente, eso me hace acordar a mi capitán médico cuando le dije "¿qué tiene mi soldado?". "Tiene cefalea". "¿Y qué es cefalea?", dígame que tiene dolor de cabeza, por qué me habla en difícil. Así que eso va a para usted, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Perfecto.

El señor DONAYRE GOTZCH (APP).— Qué voy a preguntar más, pero lo voy a hacer llegar mejor las preguntas directas, señor presidente. He terminado.

El señor PRESIDENTE.— Perfecto. Y muchas gracias por su buen humor y gentileza, y por su democracia. ¿Sabe por qué, congresista Edwin Donayre? Porque yo entiendo, lo conozco a usted y sé que es un patriota y quiere lo mejor para su país, y sé cuál es su espíritu; pero tenemos que seguir con la agenda.

Déme la pregunta la del congresista Modesto Figueroa, le toca a él. Él me dejó una pregunta. Me la puedes alcanzar, por favor. ¿La retiró? Perfecto.

El congresista Miguel Castro, por favor.

Perdón, el congresista Miguel Ángel Elías. Mil disculpas.

El señor ELÍAS AVALOS (FP).— Muchas gracias, señor presidente.

Por su intermedio, darle la bienvenida al presidente del Indecopi.

Tengo cinco preguntas que podría el señor presidente del Indecopi después alcanzármelas por escrito.

¿Qué acción ha realizado Indecopi ante las posibles apropiaciones de patente de los productos originarios del Perú, como por ejemplo la maca, teniendo en consideración su biodiversidad y también los conocimientos autóctonos?

¿Qué acciones ha tomado también Indecopi respecto al monopolio de la red científica peruana en la venta de los dominios web y sus costos en el mercado?

¿Qué ha hecho Indecopi respecto al costo del monopolio de Bristol sobre la comercialización y venta del medicamento atazanavir?, que es un retroviral, tengo entendido.

En el tema del pisco, señor presidente, por su intermedio, quisiera saber cuándo se van a realizar las elecciones de la nueva junta del Consejo Regulador del Pisco, porque la anterior renunció y estamos en ese limbo actualmente.

Indecopi y Conapisco, señor presidente, fueron los organizadores del Concurso Nacional del Pisco —valga la redundancia— auspiciado por el OIV, el Organismo Internacional del Vino. Este último concurso se objetó y hubo ciertos comentarios inapropiados acerca de la transparencia del mismo.

Quisiera saber, por su intermedio, señor presidente, si Indecopi va a tomar acciones legales contra las personas que dijeron esos comentarios inapropiados.

Y también quisiera saber si dentro de la denominación de origen del pisco y del vino se puede también acceder a la denominación geográfica, porque cada región y cada sitio dentro de esa región tienen diferentes productos y todos ellos entre sí son diferentes. La uva quebranta es diferente en Ica, en Moquegua, en Tacna. Entonces, quería saber si es que esta indicación geográfica se puede dar.

Y por último, las multas por no contar con el libro de reclamaciones, ¿esto es efectivo?, ¿cuáles son las sanciones que le han impuesto a estas compañías por, casualmente, no haber cumplido? Si nos puede enviar un detalle estadístico de las mismas.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Gracias, congresista Miguel Ángel Elías.

Tiene la palabra el congresista Miguel Castro.

El señor CASTRO GRÁNDEZ (FP).— Gracias, señor presidente.

En principio, saludar la visita del presidente de Indecopi y, a través de su presidencia, formularle algunas interrogantes.

El caso más saltante que ha habido en los últimos días respecto a la acción de Indecopi ha sido reflejado por la concertación de precio de las industrias farmacéuticas, pero esto ha sido un hecho que ha sido generado en el año 2009 o 2010, tengo entendido.

Mi primera pregunta es, si es que se está de alguna manera verificando los años posteriores, si se ha rehecho un reexamen de los años posteriores respecto al manejo de los precios de las farmacias.

Mi otra pregunta es, si de Indecopi de alguna manera está generando algún tipo de flexibilidad o acceso al registro de marcas. De hecho, hoy día es muy caro inscribir una marca, y nosotros en el Congreso venimos legislando el apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

Entonces, quisiéramos saber si existe algún programa dedicado a estas pequeñas empresas que les permita registrar una marca de un producto, dependiendo de lo que ellos necesiten.

Y mi tercera pregunta es un tema que tratamos de meterla a través de esta comisión la labor que hace la entrega de licencias el Touring. Hoy día en Lima solamente puedes dar examen en el Touring. De hecho, no ha habido esa posibilidad de elegir otra institución, y el Ministerio de Transportes es renuente a entregarnos la información respecto a esa situación.

De alguna manera para aclarar el panorama, de hecho Indecopi ha sido una institución que se ha caracterizado por ser un ente netamente técnico y he tenido acercamiento desde mi punto de vista profesional a Indecopi, sí podemos dar fe de la imparcialidad de los tribunales, la tenemos clara que usted no puede tener ningún tipo de injerencia en este tipo de tribunal.

Eso es todo, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Gracias, congresista Castro.

¿Me permite, señor presidente el Indecopi, unas preguntas?

Hemos pedido su presencia en la comisión para que hable también, y usted ha recibido los oficios, sobre temas referidos a la concertación de precios, que ha estado en agenda. Todas estas últimas semanas ha estado en noticias periodísticas. Y algo que nos llamaba la atención en la comisión, y usted también sé que tiene menos de 50 días, menos de dos meses, quiero hacerle una pregunta en esta experiencia que tiene usted, porque usted ha recibido la información, ¿todos estos procedimientos demoran tanto? Eso sí nos ha llamado la atención, prácticamente ocho años.

Y la segunda pregunta que quería hacerle o la segunda inquietud, si las sanciones llegan hasta las 1000 UIT, aproximadamente 1.1 millones de dólares por empresa, por qué cinco empresas solo recibieron 2.6 millones de dólares, es decir, en una sencilla división, un promedio de 523 000 dólares por empresa.

Y quería comentar también a usted y a los señores congresistas de la comisión que nosotros, desde la Comisión de Defensa del Consumidor, estamos presentado, y también usted así como nos ha

dado una primicia, también quiero darle una primicia, vamos a presentar un paquete de normas que permitan una mayor acción por parte de Indecopi y se la vamos a hacer llegar oportunamente.

Por otro lado, hemos notado que la Resolución 078-2016, de Indecopi, se ha mencionado solo para los años 2008, 2009 en relación a la pregunta que hizo el congresista Miguel Castro, que está presente junto conmigo, qué ha pasado en los años subsiguientes, desde el año 2009 al 2016, porque si hacemos una sencilla regla de tres simple, la sanción demora demasiado y la multa sería aproximadamente 2500 soles en promedio anual por cada cadena farmacéutica. Eso a nosotros nos parece insignificante.

Y quería hacer una pregunta, ¿qué acciones van a tomar ustedes como Indecopi frente a esta conducta que nosotros consideramos indebida?

Muchas gracias, señor presidente de Indecopi.

Si puede contestar, por favor, señor presidente de Indecopi, todas las preguntas.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Perfecto.

Empiezo con las preguntas del congresista Segura.

El congresista Segura me pregunta cuáles son las garantías que puedo brindar como nuevo presidente del Indecopi en esta gestión, en especial —entiendo— por el hecho que provengo del sector privado, soy un abogado privado, litigante ante el Indecopi por muchos años. Creo que hay tres garantías o candados que hay que tenerlos muy claros.

El primer candado o garantía es una garantía legal. La propia Ley del Indecopi, el OF como se conoce su reglamento, establecen muy claramente que el presidente y los miembros del consejo directivo no pueden tener ninguna participación, ni directa ni indirecta, en los órganos resolutivos en cuanto a los casos que están a su cargo. Así que hay un candado legal. Pero no todo queda en un candado legal.

También hay un candado estructural en el Indecopi, y es el hecho que existe una división tan clara entre los órganos resolutivos y los órganos administrativos que se basan en lo que se denomina la autonomía funcional, también prevista en la normativa.

Y el tercero es un candado ético, que ese es mi candado, es el candado sobre el cual he basado siempre mis principios y mis valores.

El hecho que yo haya venido al Indecopi, y voy a ser muy transparente con todos los comisionados, yo he venido al Indecopi con todo el entusiasmo del mundo. ¿Y por qué lo digo? Porque he sido testigo de excepción acerca del profesionalismo y la calidad del Indecopi como entidad. Siempre estuvo entre mis metas profesionales algún día ser miembro del Indecopi, y que mejor ser presidente del consejo directivo; pero no para ver los casos evidentemente, sino para poder participar en la gestión institucional, en las políticas, en todo lo que cuando estamos

en el sector privado reclamamos, nos quejamos o cuestionamos, cuando venimos al sector público el chip cambia, y ahora somos servidores públicos y tenemos que preocuparnos en cómo hacemos para que ahora todo eso que criticábamos sea para bien, que todo mejore.

Ese es mi reto. Yo estoy orgulloso de ser miembro del Indecopi.
¡Orgulloso!

Así que esos son los candados que quería aprovechar para explicarles a los congresistas.

El señor PRESIDENTE.— ¿Me permite una interrupción?

Disculpe, terminó la respuesta al señor César Segura.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— A las garantías, sí.

El señor PRESIDENTE.— Podría, por favor, permitirme que el señor congresista Edilberto Curro haga sus preguntas porque no lo pudo hacer.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Por supuesto.

El señor CURRO LÓPEZ (FA).— Gracias, señor presidente.

Por su intermedio, saludar al presidente del consejo directivo del Indecopi, a los colegas y a todos los presentes.

Mi pregunta es muy sencilla, quisiera que esto sea por escrito, porque estos momentos tengo una reunión urgente, voy a retirarme.

¿Qué está haciendo Indecopi referente a la concentración de empresas monopólicas en el país?, porque las empresas monopólicas —estoy refiriéndome a Backus, Alicorp, Gloria, entre otros— imponen, inclusive, precios concertados. Eso a la población le afecta enormemente. Por ejemplo, en mi semana de representación en la ciudad de Juliaca ha habido movilizaciones frente a esta situación. Es la primera pregunta.

Y la segunda pregunta referente al aspecto administrativo, porque los documentos, existen bastante sobrecuestionamientos a empresas por la defensa del consumidor. Existe seguramente en su despacho documentos que no están siendo respondidos, y hay que resolver esos documentos administrativos.

Entonces, ¿cómo se puede normar, bajo qué normatividad se responde? (7)

Por ejemplo, en el campo de la educación nosotros conocemos los tiempos establecidos para responder una solicitud, una reconsideración, todo ello. Hay tiempos establecidos, pero en Indecopi cuál es la normatividad o el tiempo que se le debe responder o resolver los problemas. Solamente eso.

Muchas gracias.

El señor PRESIDENTE.— Gracias, señor congresista Edilberto Curro.

Señor presidente.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Contesto, entonces, la pregunta del congresista Donayre.

El señor .— Si me permite la interrupción. Pero hay varias preguntas que le continúan a la que le hice.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Perdón. Muchas gracias por hacerme recordar. Gracias por la precisión.

Las preguntas que hizo el congresista Segura están ya vinculadas un poco con la manera como el órgano resolutivo, en este caso, la Comisión de Defensa de Libre Competencia se pronunció sobre el caso. Yo ahí sí nuevamente, señor presidente, por intermedio suyo, le pediría que me acompañe en la pregunta a Jesús Espinoza, el secretario técnico de la comisión, porque son preguntas bien puntuales del caso.

El señor PRESIDENTE.— Ahora sí, que por favor, que él hable, porque se han retirado, ahora sí, por favor, mil disculpas.

Estamos acá los que queremos escuchar, no hay ningún problema.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Gagliuffi Piercechi.— Gracias, señor presidente.

Jesús Espinoza es el secretario técnico de la Comisión de Defensa de Libre Competencia del Indecopi.

El señor PRESIDENTE.— Sí, señor, tiene la palabra, por favor.

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— Buenas tardes, señores congresistas.

Congresista Segura, respondiendo a sus dos preguntas. Voy a empezar por la segunda, que me parece un poco más sencilla de responder, si es lícito que se pueda fijar precios de reventa. La pregunta es que de acuerdo a nuestro ordenamiento sí es lícito que una empresa pueda fijar un precio de reventa, esto ocurre además en diversas jurisdicciones, el Perú no es el único país. En muchos países la fijación de un precio reventa por sí mismo, no es considerado una conducta anticompetitiva, porque la fijación de un precio de reventa puede tener una racionalidad económica que incluso beneficia al consumidor.

Ahora, bien, el peligro un precio reventa...

El señor PRESIDENTE.— Un momento, por favor.

Señor congresista Cesar Segura.

El señor SEGURA IZQUIERDO (FP).— Gracias.

Entonces, ¿por qué sería ilícito, al señor Jesús Espinoza, a través suyo, señor presidente, que los laboratorios exijan a las farmacias un precio mínimo de venta en sus productos?

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— Justamente iba a la segunda parte de mi respuesta.

El peligro de los precios de reventa es que pueda ser utilizados por las empresas competidoras como un referente para la coordinación de precios. En lugar de decir: A qué precio nos vamos a poner de acuerdo, pues pongámonos de acuerdo del precio de reventa que nuestro proveedor nos establece. Y eso es lo que ha ocurrido en el caso concreto, respondiendo a esa pregunta.

La otra consulta era, ¿a cuánto asciende el beneficio que han obtenido las empresas por la práctica? Para poder entender cómo se determina el beneficio voy a utilizar un ejemplo, es como una de estas empresas vendrían cobrando en el mercado un precio de 10 y acuerdan subir el precio a 12. Esa diferencial es conocido como el diferencial anticompetitivo, que sería en este caso de dos. Eso se multiplica por el número de veces que las empresas venden el producto. Es decir, en el caso concreto, por ejemplo, Arcángel tuvo un beneficio ilícito, y ojo que ya está ajustado por inflación, de 295 000 soles; Ecker, 317 000 soles; FASA de 118 000 soles; Mi Farma de 11 000 soles y Nor Farma de 37 000. La multa es aproximadamente ocho veces más que el beneficio ilícito.

La pregunta que también que podría surgir a continuación es, ¿pero no guarda proporción con la totalidad de las ventas de las empresas? Sí, efectivamente, no guarda proporción con la totalidad de las ventas de las empresas, porque las empresas comercializan alrededor de 1520 productos y se ha sancionado a la concertación en 36 productos.

No sé si con eso doy respuesta a las consultas.

El señor PRESIDENTE.— Señor congresista César Segura.

El señor SEGURA IZQUIERDO (FP).— Gracias, señor presidente.

Entonces, me queda una duda, una interrogante. Dejando de lado las farmacias, porque definitivamente el proveedor pone un precio o vende, le vende a las farmacias y les dice: "Oye, no puedes irte más abajo, porque al final sí se crea una mala competencia". Entonces, de esa misma forma, si hablamos de un producto electrodoméstico como LG, por ejemplo, una marca, y le dice a sus diferentes proveedores: "Este es el precio de este televisor, 1000 soles", de ahí a cada uno, Saga, Ripley u otras empresas venden a 1001, a 1002, 1010, a 1020. Vuelvo a reiterar la pregunta, ¿eso es ilícito, que el proveedor ponga un precio?

Lo siguiente, en las farmacias, se determina que porque el proveedor da un precio base o mínimo, hay concertación de precios. ¿Se ha probado de que a raíz de este proveedor que dice el precio mínimo haya habido comunicación entre las farmacias y se haya concretado la concentración de precios?

Gracias, señor presidente.

El señor PRESIDENTE.— Adelante.

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— Yo no me podría referir con nombre concreto a las empresas, porque podrían, en el eventual caso que hubiera una investigación nos podrían acusar de un prejuizgamiento. Lo que puedo decir y

reiterando lo señalado, es que en el Perú como en otras jurisdicciones no es sancionable el precio de reventa. Que un fabricante les diga a sus distribuidores que les recomienda un determinado precio de reventa eso no es ilegal, puede tener una serie de racionalidad económica, una serie de justificaciones, porque las empresas no compiten en esos estancos separados.

Por ejemplo, de repente, una marca compite con la otra. Y es por eso, que por cargo, si quieren que les complementemos, si le cedemos mayores justificaciones de cuál es la racionalidad económica de que en otros países, así como en el Perú, no se sancione por sí mismo el precio de reventa se lo podemos entregar.

Lo que sí puede generar siempre una complicación, y es por eso que nosotros siempre estamos alertas a los precios de reventa, es que los precios de reventa pueden ser utilizados no por el fabricante, sino por los distribuidores para decir: "Miren, acá hay un precio que nos sugiere". Pues adherámonos a ese precio, y es más, pidámosle e informémosle a nuestro fabricante si alguien se desvía de este precio para que tome acciones, y que este precio sea una suerte de referente para una concertación. Eso es lo que ocurrido en el caso de farmacias, porque en el caso de farmacias, respondiendo también a su pregunta, de si hay correos electrónicos entre las farmacias no lo hay. Y no es algo atípico que no lo exista, porque las empresas que realizan prácticas anticompetitivas toman las acciones para evitar dejar registros, evidencias de coordinaciones entre ellas.

La coordinación era una coordinación que se conoce en la literatura económica como un cartel ABC. ¿Qué significa? No se comunicaba la cadena A con la cadena B, sino que a su proveedor común, C, le decía la empresa A: "Mira, la otra empresa no está cumpliendo con nuestro acuerdo de precios, por lo tanto, toma las acciones para que pueda seguir el precio concertado". Entonces, las comunicaciones que nosotros vamos a encontrar es entre A y el laboratorio C, y entre B y el laboratorio C, quejándose de la conducta de A y B. No sé si he sido suficientemente claro. En resumen, las coordinaciones que se han encontrado son entre laboratorios y las cadenas de farmacias, las cadenas de farmacias y sus proveedores comunes, que son los laboratorios.

El señor PRESIDENTE.— Una pregunta, señor.

¿Usted es el responsable de la comisión de Libre competencia?.

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— Yo soy el secretario técnico de la Comisión de Libre Competencia, que viene a ser una suerte de fiscal que acusa a las empresas de haber incurrido en conductas anticompetitivas, pero no soy el que decide.

El señor PRESIDENTE.— ¿Usted la reporta a quién?, por favor.

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— En realidad, el secretario técnico de la Comisión de Libre

Competencia tiene que tener independencia respecto del órgano que resuelve, y no reporta, y es más, es el que acusa, el que propone a las empresas...

El señor PRESIDENTE.— Okay, sí, ya entendió.

Lo hago por un tema didáctico, porque está siendo grabado.

Entonces usted, con todo el respeto que se merece usted como persona, yo no tengo el gusto de conocerlo. No voy a la persona, voy a la responsabilidad.

Entonces, el cargo que usted desempeña, ¿está usted desde el año 2008 en esa responsabilidad?

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— No, desde el año 2013.

El señor PRESIDENTE.— Entonces, desde hace tres años está aproximadamente.

¿Cuándo vamos a tener noticias acerca de lo que ha pasado desde el año 2010 a la fecha? Porque esto ha sido, como todos lo han dicho, desde el año 2008, 2009, solamente dos años. Me imagino, porque usted muy inteligentemente ha dicho que no podemos hacer un prejuzgamiento, entonces, yo tampoco quiero hacerlo.

Cuándo vamos a tener noticias de las investigaciones que hay, porque esto es evidente, la prensa... Y no lo estamos haciendo por la prensa, lo estamos haciendo porque es nuestra responsabilidad, pero redondeo la pregunta, ¿cuándo vamos a tener noticias acerca de esto en beneficio de defensa del consumidor?

Y antes de responder, por favor, señor congresista César Segura, mil disculpas por la interrupción.

El señor SEGURA IZQUIERDO (FP).— Gracias, señor presidente.

En base a lo que contestó el doctor Espinoza, me quedo más aún preocupado porque en el Código del Consumidor existe entre las empresas, justamente, que se sanciona a aquella empresa que dado el poder económico que tiene baja un producto por debajo del costo para jalarse de esta manera al cliente haciendo que otras empresas no consuman o por esa práctica quiebren, hay un tipo de defensa a la empresa.

Y lo segundo, lo que acaba de decir el presidente, es que justamente, para mi concepto esto más bien se trató de manera mediática y ese es el riesgo que tenemos en este país, que más influye el tema mediático que realmente el tema de la justicia, porque a mí no me queda claro, justamente, que yo un farmacéutico tenga que competir con las grandes empresas y que el producto en este laboratorio su costo sea a los distribuidores, yo farmacia, que su costo sea cinco, pero viene una gran cadena para jalarse a los clientes a raíz de otros productos, porque estamos hablando solamente de 36 ítem de más de 1000 que tiene una farmacia, entonces, agarra y diga no, este de cinco yo lo vendo en tres, porque en lo demás voy a ganar, y yo que soy un chiquito desaparezco, porque ese producto que es

masivo, prácticamente, me acorta la clientela. Ese es el tema que no me queda claro, señor presidente.

Muchas gracias por la interrupción.

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.— En primer lugar, con el debido respeto, precisar que la comisión, justamente, hay una separación entre el fiscal y la autoridad que resuelve. Para que la comisión esté ajena, está ajena incluso a la administración y al fiscal que soy yo, de cualquier presión. La comisión resuelve con autonomía e independencia sus casos.

En el caso concreto la evidencia, considero yo, y eso es lo que ha formulado la acusación la secretaria técnica es contundente, y es contundente porque existen correos electrónicos, y en las resoluciones públicas se pueden apreciar los correos electrónicos que se ven coordinaciones entre las cadenas de farmacias y los laboratorios. Los reclamos no se hacen directamente a la otra cadena de farmacias, porque dejaría un registro mucho más evidente, sino a través del laboratorio, y no puede leer los correos electrónicos y creo que con bastante claridad puede llegar a la convicción de que las empresas tenían un acuerdo entre ellas.

Pero el estándar de la comisión y de la secretaria técnica no ha quedado en solamente leer las comunicaciones, porque alguien podría decir sí pues, en las comunicaciones se pueden estar dando cosas que no se cumplen en la realidad. ¿Qué se ha hecho? El Indecopi le ha pedido a las empresas dame tus series de precios, la ha procesado con la dificultad, porque ha tenido que sacar precios promedio, porque no hay un solo precio... Por más que puedan ser una misma empresa no cobran el mismo precio.

Y ha visto que lo que lo que se dice en los correos electrónicos, esos reclamos, esos supuestos entendimientos se ejecutaron en la realidad. Ello quiere decir que el estándar del Indecopi, primero es sumamente técnico, y estamos hablando de un caso muy complejo, que es evidencia de correos electrónicos más evidencia de precios.

Yo lo que podría decir es que la resolución se encuentra debidamente sustentada y es importante que el Indecopi en su momento dé siempre a conocer los casos. Y es importante porque hay algo que hay que generar en el Perú, es una cultura de competencia, no basta con las sanciones monetarias. Algo que cada vez cobra más importancia son las sanciones no monetarias, las sanciones morales. Las empresas que incurren en este tipo de conductas tienen que ser responsables por los actos que realizan.

Y cualquier consumidor podría tomar una decisión. Como yo sé que esta empresa se ha coludido pues desviar mi preferencia de consumo e ir hacia otra empresa que no se ha coludido. Yo creo que el reproche el moral, el reproche de la sociedad es importante. Y esa es una de las razones por las cuales el Indecopi difunde sus casos. Es más, no tiene otra opción, porque la propia ley establece que una vez resuelto el caso la decisión

de la comisión y el informe de la secretaria técnica son públicos.

El señor PRESIDENTE.— La pregunta que te hice, ¿cuándo vamos a tener...

El señor SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE DEFENSA DE LIBRE COMPETENCIA DEL INDECOPI, don Jesús Espinoza Lozada.—

Efectivamente, el Indecopi monitorea constantemente los diversos mercados de la economía. Este caso de farmacias no fue porque hubiera una denuncia, fue porque la secretaria técnica de oficio revisó los precios del mercado y encontró evidencias para realizar visitas de inspección. En los siguientes años hemos seguidos revisando los precios.

Los precios no tienen el mismo escenario del año 2008, 2009; primero, y pueden haber varias razones, que hubieron ventas de las empresas, no son los mismos dueños. Segundo, si uno incluso mira los precios, algunos productos han bajado, el flogodisten, me parece, y otro producto más, el flogodisten y vitacost en jarabe, incluso tiene un menor precio que el aquel año de donde las empresas antes de la concertación. Y el Indecopi monitorea constantemente esos, y si encontrara indicios va a iniciar los procesos sancionadores correspondientes.

Eso sí, y justamente en relación a la pregunta del congresista Segura. El estándar para acusar a empresas de concertación es un estándar alto. **(8)** No basta con ver solamente los precios en el mercado. No basta con decir: "Uy, este precio es muy alto". Ese precio muy alto podría obedecer a otras razones. Hay que ver que ese precio es producto de una coordinación o acuerdo entre empresas competidoras.

Es por eso muy importante que el Indecopi tenga las facultades para poder acceder a los registros y correos electrónicos de las empresas, sin mayor dilación. Justamente ese es el diferencial que te permite acreditar el entendimiento, el acuerdo, la coordinación entre las empresas competidoras.

Para resumir, seguimos monitoreando esos mercados. No hemos encontrado indicios o sospechas de que esa conducta pueda ocurrir con posterioridad. Es más, lo que ordinariamente hace una empresa, que recibe una visita de inspección, es que deja de realizar la conducta, más aun cuando se inicia un proceso sancionador.

Para redundar en la idea. El Indecopi no solo ha impuesto una sanción. Dijo: "Qué puedo hacer para que esta conducta en el futuro no vuelva a ocurrir". E hizo algo que por primera vez lo ha hecho. Algo que lo ha hecho Estados Unidos, en el caso de Apple. Algo que lo hace Chile. Que tampoco es un común denominador en las agencias de competencias de otros países.

Ha dicho: "Voy a imponer a las empresas un programa de cumplimiento. Un programa de complains". ¿Qué significa esto? Que en los siguientes tres años las empresas van a tener sus directivos y los funcionarios, que tienen decisiones sobre los precios, van a tener que recibir capacitación sobre las normas de libre competencia, justamente para este entendimiento de que

los precios de reventa en determinados escenarios, por ejemplo, pueden originar conductas anticompetitivas, ese discernimiento se va a poder lograr a través de este programa de capacitación.

Y no solo eso. Las empresas van a tener que contratar consultores independientes que identifiquen los riesgos o las potencialidades de conductas anticompetitivas. Ojo, no estoy hablando de que están incurriendo en una conducta anticompetitiva. Antes de que esto ocurra vamos a atacar la potencialidad. Y la empresa está obligada a ofrecer medidas para evitar que esa potencialidad en algún momento se traduzca en una realidad.

Vale mencionar que es la primera vez que lo dicta el Indecopi. Y vale decir que países, con una tradición de competencia mucho más fuerte como Estados Unidos, lo han dictado, pero no es común en la región. Por lo menos el que habla, que representa a la Secretaría Técnica, que es el fiscal, cree que en muchos casos nuevos de colusión que ya el Indecopi ha encontrado evidencias, nos parece que es una medida sana, es una medida que debe acompañar una sanción. No basta la sanción, hay que tomar medidas para que esto en el futuro no vuelva a ocurrir.

El señor PRESIDENTE.— Voy a decir algo públicamente.

No dudo de la moralidad y de la buena intención del nuevo presidente del Indecopi, pero sí nos preocupa —conversaba con los congresistas y asesores— la responsabilidad. Como ciudadano me siento indignado, qué ha hecho el expresidente de Indecopi durante tantos años.

Usted ha entrado hace tres años allí. ¿Y su antecesor qué hizo? Eso sí nos preocupa muchísimo.

Nosotros somos servidores públicos. El que ingresa a la administración pública ingresa no por un sueldo, ingresa para servir. Y esa es una responsabilidad de todos. Desde el presidente de la República hasta el último servidor que cuida la puerta —con todo respeto, porque es un trabajo digno— somos servidores. Y creo que tenemos una responsabilidad con el pueblo.

Como dijo el congresista César Segura, felicito por ese comentario, no vamos a sacar estos temas por temas mediáticos, porque la prensa lo ha puesto, y dentro de dos semanas nos olvidamos de esto, y dentro de cinco años el nuevo Congreso lo vuelve a tocar.

Creo, presidente, que usted tiene una gran responsabilidad. Se lo pido públicamente. No tanto por Indecopi y el Congreso, sino porque el Perú se merece que nuestras instituciones, todos nosotros, hagamos un buen trabajo.

Se lo pido públicamente. Le pido también que nos informe. Le vamos a invitar en otra oportunidad para ver los avances del trabajo.

Congresista Miguel Ángel Elías.

El señor ELÍAS AVALOS (FP).— Algo que sucede y lo vemos todos los días, y quizás no se le preste mucha atención, es en los cinemas.

En Cinerama en Ica hay un letrero —no sé si eso está normado por Indecopi— que dice que no va a empezar la función si es que no hay cinco personas. Quiero ir con mi familia, que somos cuatro, no podríamos ver esa película porque faltaría uno.

¿Esto está normado por Indecopi? ¿El cliente puede exigir a Cinerama que empiece la función?

Gracias.

El señor PRESIDENTE.— Le interrumpí. Y me gustaría que termine la idea de lo que usted iba a decir. Después, por favor, responda la pregunta del congresista Miguel Ángel Elías.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Sergio Gagliuffi Piercechi.— Gracias, señor presidente.

Como les había adelantado en las políticas iniciales, no puedo pronunciarme en los casos puntuales, porque eso es consecuente con la política de injerencia cero.

Debo aprovechar las oportunidades que nos da el Congreso, para resaltar algunos temas que nos van a permitir un mejor entendimiento y relacionamiento de cara al futuro.

Como decía el doctor Espinoza, los movimientos de precios que son los que generan alertas en la ciudadanía, en los medios, en las entidades. Hay un caso puntual. Leche, papa y pollo. ¿Por qué lo resalto? Porque en el mes de octubre, dentro de esta coyuntura mediática, se alzaron algunas voces que alertaban de la existencia de un cartel o una concertación de precios respecto a esos tres productos. ¿Por qué se levantó esta acusación? Porque había habido un movimiento de precios hacia arriba.

Hay que tener cuidado con esas apreciaciones. ¿Por qué? Porque el fondo de los movimientos de precios puede responder a dos escenarios. Y mire qué interesante. Puede responder a escenarios de paralelismo de precios.

Los paralelismos de precios, cuando comienzan a converger los precios hacia arriba, al centro, incluso hacia abajo —curiosamente en materia económica— podrían estar revelando dos caras de una misma moneda.

La primera cara, efectivamente, es que exista algún tipo de colusión entre las empresas competidoras. La otra cara es que exista, al contrario, una intensidad competitiva entre ellas que los lleva a converger.

¿Por qué cito leche, papa, pollo? Porque a los pocos días, si no me equivoco, el INEI, junto al Banco Central de Reserva, salieron a explicar a la ciudadanía los movimientos.

¿Qué pasó con la leche? Es súper interesante, hay que estudiarlo. Fenómeno de El Niño. El Fenómeno de El Niño llega a Oceanía. Y en Oceanía lo que produce es una disminución de los pastos. A menos pastos menos producción de leche. Nueva Zelanda

es el principal productor de leche. Y lo que ocurre es que suben los insumos de importación para la leche en el Perú. Esa es la explicación de porqué subió la leche.

¿Por qué subió la papa? No hubo una concertación, sino que lo que ocurrió fueron heladas o sequías en la zona principalmente de Huánuco, que es uno de los principales de papa nativa. Eso implicó una reducción en la oferta.

¿Y qué pasó con el pollo? En el pollo no hubo una reducción de la oferta, hubo una sobre demanda del producto. No había suficiente pollo para atender la demanda de la población. Y en el mes de noviembre se ha vuelto a equiparar la oferta con la demanda y ha retrocedido el precio.

¿Por qué cito esto? Porque creo que es un ejemplo interesante, aparte de coyuntura, que nos permite a todos.

Celebro y felicito el profesionalismo de la Comisión, de identificar con mucha objetividad cuáles son los temas donde realmente hay que poner las balas, como se dice de manera coloquial.

El señor PRESIDENTE.— Para que responda, por favor, la pregunta del congresista Miguel Ángel Elías. Después terminamos con la pregunta del congresista Donayre. El resto de respuestas lo puede dar por escrito.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, doctor Ivo Sergio Gagliuffi Piercechi.— Gracias, señor presidente.

He anotado varias preguntas del congresista Elías, y quisiera responderlas muy brevemente.

Primera pregunta que planteó, temas vinculados a defensa contra la biopiratería. Esos son temas sumamente interesantes. Y aprovecho esta oportunidad.

El Perú cuenta con una comisión de defensa contra la biopiratería.

¿Qué ocurre en la práctica, señores? Que los países como el Perú, que tienen una gran riqueza biológica y una gran riqueza a nivel de conocimientos colectivos, muchas veces pueden sufrir la apropiación no autorizada de esa biodiversidad o esos conocimientos por parte de empresas o de países extranjeros.

En esos casos el Perú tiene una comisión multisectorial, que preside el Indecopi, donde han existido aproximadamente siete u ocho casos de defensa de diversidad. Entre ellos, maca.

De esos siete casos —me comprometo a remitir por escrito la respuesta— hay cinco en los que el Perú ya ha ganado. Los dos casos pendientes de resolución están en China.

El Perú está trabajando fuertemente a través de Cancillería en China, pero también a través de estudios especializados en propiedad intelectual para concluir con esos casos y tratar de salir airosos, ojalá, en esas defensas. Ese es un trabajo muy profesional y muy intenso.

Nos preguntó también sobre el presunto monopolio de la Red Científica Peruana. En todo caso, nos comprometemos a analizar el tema. No partimos de la premisa de que hay un monopolio.

Aprovecho nuevamente la oportunidad. Los monopolios como tales... Es decir, la existencia de un solo proveedor en un mercado no está prohibido per sé por la ley. Estaban prohibidos en la Constitución del 79, por lo que recuerdo. En la del 93 se parte de la premisa de que los monopolios son lícitos. ¿Por qué? Es bueno revisarlo.

Los monopolios se consideran lícitos en teoría o en principio porque podrían estar demostrando eficiencia en el ejercicio de las actividades económicas. Si soy muy bueno voy a vencer a todos mis competidores y puedo llevar a un monopolio.

¿Cuáles están prohibidos? Los monopolios que se consiguen de manera ilícita, a través de abusos de posiciones monopólicas, de concertaciones. Y los monopolios establecidos por el Estado sin un sustento regulatorio por monopolio natural. Ese es el monopolio a dedo. Eso está prohibido por la Constitución.

Los monopolios pueden ser analizados, pero no se debería partir de la premisa de que un monopolio por sí mismo implicaría un acto ilícito. Lo que se podría eventualmente revisar es que si ese monopolio está generando algún tipo de afectación a los consumidores.

Aprovecho para comentar un tema. Cuando encontramos un mercado con algún tipo de monopolio pero que no ha sido conseguido de manera ilícita, lo que eventualmente el Indecopi podría hacer es una abogacía de la competencia. Es decir, el Indecopi hace un estudio muy profesional, desde el punto de vista económico y legal, sobre ese mercado para ver si existen barreras artificiales o legales, y sugiere eventualmente la entidad encargada de esa supervisión su levantamiento o nueva normativa para dinamizar ese mercado.

Eso está dentro de las facultades del Indecopi, con un detalle interesante.

A partir de octubre del año pasado, el Indecopi emite estas abogacías de la competencia y la entidad encargada está obligada a contestar. O lo implementa en un plazo de 90 o lo rechaza en un plazo de 90, pero explica porqué lo rechaza.

Ese es el segundo tema, congresista. Le solicitaría, por favor, nos remita por escrito su preocupación puntual para nosotros activar una revisión.

El tema del cine, con cargo a revisarlo también.

Los proveedores son libres de establecer cuáles son sus políticas comerciales de cara a sus clientes. No habría eventualmente una violación de las normativas de protección al consumidor, en la medida de que de manera previa a la compra del boleto se haya avisado que mínimo cinco espectadores para poder activar la función.

Ciertamente, puede causar molestia a quien fue a la función. Pero en la medida en que le reembolsen el ticket y le hayan

avisado previamente, no existiría algún tipo de infracción a la normativa de consumo.

La otra pregunta, atazanavir, que es un tema delicado e interesante.

El atazanavir es un producto que funciona como un medicamento retroviral para combatir o reducir un poco los efectos del SIDA. El atazanavir está sustentado en una patente. La patente vence a mediados del año 2019. Las patentes de invención son monopolios lícitos otorgados por el Estado.

¿Por qué el Estado da monopolios lícitos vía patentes? Porque lo que busca es promover la investigación científica para curar determinados males, como en el caso médico.

Pero en el caso del atazanavir han habido varias iniciativas, por eso entiendo muy bien la pregunta del congresista, que apuntan a que siendo un medicamento tan delicado para una enfermedad tan dramática, se trate de otorgar una licencia obligatoria.

¿En qué consiste una licencia obligatoria? De acuerdo con la normativa de propiedad intelectual, a la cual está suscrita el Perú, se reconoce como premisa que las patentes son monopolios lícitos. Sin embargo, hay una segunda premisa, y es que pueden haber excepciones a esa regla general.

¿Cuál podría ser la regla general? Que se requiera mayor producción de ese producto por atender una necesidad pública o de interés pública. En esa línea, la normativa peruana lo que indica es que la autoridad competente declare de interés público el medicamento, en este caso es el Minsa. Y si lo declara, el segundo paso es que el Indecopi es la entidad encargada de otorgar el licenciamiento a aquellas empresas productoras del genérico, en la medida que cumplan con los requisitos establecidas en las leyes propiedad intelectual.

Es un tema que está en debate. Está en manos del Minsa declarar de interés público el atazanavir.

Respecto al pisco, sí, no es que no pruebe el pisco, lo valoro mucho, aparte es nuestro producto bandera. Quisiera entrar a un detalle mucho más profesional, soy muy exigente conmigo mismo en esos temas, para analizar con mucho cuidado su pregunta, pero sí hay temas importantes para la mesa.

El pisco es el producto bandera. El pisco es la primera denominación de origen otorgada en el Perú. El Indecopi tiene un registro de denominaciones de orígenes que monitoreamos constantemente.

Hay un tema importante. No solo basta con que el Perú, el Estado, identifique la denominación de origen, sea el titular y cree consejos reguladores para que administren su autorización, sino que tiene que haber un compromiso también de los privados para mantener esos consejos reguladores funcionando adecuadamente.

Y entiendo que en el caso del pisco lo que está ocurriendo es que ha habido hasta el momento algún tipo de desfase **(9)** con el

consejo regulador para que camine bien el tema, pero tiene mi compromiso de analizarlo al detalle y ver qué es lo que está faltando para que esto camine, porque lo que no puede ocurrir es que nuestro producto bandera, nuestra denominación de origen principal eventualmente en la parte operativa no esté caminando, nos comprometemos a darle de inmediato, congresista Elías, y gracias por la pregunta.

Por último, multas en el libro de reclamaciones. Le doy un dato puntual: Entre el 2012 y el 2016, el Indecopi ha llevado a cabo 6941 sanciones a proveedores, e impuesto multas por un total de 4942 UIT vinculadas con el libro de reclamaciones.

¿Y cuáles han sido los principales incumplimientos? El primero, no tiene en el libro; el segundo, no cuentan con el aviso del libro, y el tercero, que las hojas del libro de reclamaciones no cumplen con las características básicas que el reglamento establece.

El señor PRESIDENTE.— Respondiste las preguntas del congresista Castro y del congresista Edwin Donayre Gotzch.

El señor .— Respecto de las preguntas del congresista Donayre, retomo la pregunta que me hizo el señor congresista, es cómo se determina la razonabilidad, porque la legalidad queda claro que es cuando no cumple las formalidades o cuando voy en contra de una norma, pero la razonabilidad —y la pregunta es muy válida— por qué, porque el tema de la razonabilidad pasa por un estudio mucho más profundo de la barrera, y pasa principalmente por dos ejes de revisión.

El primer eje de revisión es que algo va ser razonable en la medida en que cuente con un sustento técnico previo. ¿Cuál debería ser el sustento técnico previo para el cálculo de la metodología de un canon de espectro radioeléctrico? Un análisis de cuál es el espectro, un análisis de cuál es el valor de ese espectro como un bien de dominio público, un análisis de cuál es la competencia por el espectro porque el espectro es un bien limitado, es escaso, no todo el mundo puede hacer al espectro, la limitación que tiene por la propia banda se va tener que otorgar a determinadas empresas en un número limitado, y eso implica evidentemente como bien escaso un precio mayor por el canon.

Pero adicionalmente a la identificación del valor que tiene este bien de dominio público, la segunda parte de análisis de la metodología lo que debe contemplar es cuál debería ser el peso entre comillas, justo o apropiado para cobrar a las compañías que accedan al canon, y hay varias metodologías: La que aplicó el MTC, ciertamente fue la metodología de cálculo basada en la cantidad de móviles activados en el ejercicio anterior. Esa fue su posición.

Pero lo que no pudo acreditar el MTC, es cuál era el sustento para haber aprobado esa metodología puntual, y adicionalmente, congresista, en los temas de razonabilidad, lo que se le pide a las entidades por un tema también de diligencia es, "no solamente apruébame de que analizaste una metodología, pruébame, además, que eventualmente identificaste otros mecanismos de

cálculo para ver cuál era el mejor de todos. Esa es un poco la carga que tiene la entidad pública de cara a una correcta administración con los ciudadanos.

El señor .- Una aclaración nomás.

El señor PRESIDENTE.- Chiquita, por favor.

El señor .- ¿Y mientras está en discusión esto, están dejando de pagar las empresas de Telefonía desde el 2015 y 2016? Nada más.

El señor .- Gracias, señor congresista.

No tengo ese detalle pero parto de la premisa que en la medida en que ha sido declarada como barrera burocrática y racional, el ministerio no puede cobrar ese canon puntual. El Ministerio de Transportes y Comunicaciones, ha llevado al Poder Judicial el caso a través de una demanda contenciosa administrativa, la sugerencia que me permito hacer, Presidente, y a los congresistas, es que se convoque al ministerio para que el ministerio pueda confirmar ese tema; el ministerio quizá debería confirmar dos puntos, señor congresista, el primer, efectivamente, que es lo que por el momento no está recaudando. Y el segundo, es si es que va a elaborar esta metodología de cálculo para luego proceder a la liquidación del canon pendiente.

El señor PRESIDENTE.- Por favor, la respuesta para el congresista Miguel Castro, para terminar.

El señor .- Congresista Castro, la pregunta vinculada si se están examinando después del 2008, 2009 ya está absuelta por el doctor Espinoza. Congresista, queda en grabación. Hay dos preguntas súper interesantes que ha hecho adicionales.

1. Qué está haciendo el Indecopi para generar mayor acceso a los registros de marcas o de propiedad intelectual en general a la población.

Hay una noticia, vamos a decir, mala y buena. La noticia mala es que nosotros como Indecopi, en teoría mal entre comillas, debemos cobrar una tasa por los servicios que brindamos a los ciudadanos. Créanme, y no es por un tema político, demagógico, sería ideal que se pueda eventualmente facilitar más con mejores precios gratuitamente a la gente esto, pero lo cierto es que nosotros tenemos una responsabilidad presupuestaria de deficiencia, de correcto uso de la infraestructura del Estado, y eso nos obliga a cobrar una tasa por los servicios que brindamos.

Han podido apreciar que en algunos casos las tasas de marca son más altas que las de protección al consumidor, eso refleja evidentemente una política de estado de promover un poco más el acceso a la justicia en temas de consumo, pero en los temas de marcas dónde hemos compensado esa noticia mala con una muy buena; y es que el Indecopi no solamente se queda en el escritorio como decíamos para ver si la gente viene a registrar, sino que a nivel de nuestras oficinas regionales hemos hecho un trabajo muy intenso a través de lo que se llama la CEPIS.

Las CEPIS, es un poco de las siglas, son los centros o escuelas que promueven la propiedad intelectual en el Perú.

Tenemos principalmente cuatro CEPIS, me acompaña Fredy Freitas, que es el gerente de las ORIS en el Perú, esas CEPIS están en los lugares donde hay mayor cantidad de potenciales marcas colectivas.

¿Qué estamos promoviendo? Uno, política de Estado, vamos a promover la identificación de las denominaciones de origen potenciales para declararlas.

2. Vamos a reforzar las ya declaradas.

3. Estamos promoviendo marcas colectivas que no llegan a ser de dimensión de origen, pero que le dan riqueza a los productores, sobre todo a los agricultores en las provincias, eso genera asociatividad, eso genera formalidad y eso genera valor agregado, cuando tienes una marca colectiva registrada, tus productos puedes cobrarlos más caros, y adicionalmente puedes llegar a más puntos de venta. Eso es lo que queremos en el Perú, que se entienda el valor de la propiedad intelectual.

Otros temas vinculados a parte de las marcas colectivas son los temas vinculados con derechos de autor, que no dejan de ser importantes en el [...] propiedad intelectual.

Queremos que la población, señor Presidente, tome consciencia que la creación de derecho de autor tiene un costo que debe ser reconocido a favor de los autores y estamos desplegando una campaña al respecto.

Y por último, en temas de patentes de invención, lo que estamos haciendo es también promover a nivel nacional las invenciones y su registro en el Perú. En este momento, por ejemplo, el Indecopi está en pleno seminario o en pleno concurso de patentes de invención para todos los inventores peruanos.

Entonces, la pregunta es muy válida, Indecopi sí viene realizando un trabajo muy intenso de concientización y promoción de todas las esferas vinculadas con propiedad intelectual, signos, es decir, marcas, invenciones, patentes invenciones, y también temas vinculados con derechos de autor, pagos que se deben hacer a intérpretes, productores, etcétera, y eso tenemos nosotros como ciudadanos que entenderlo; a veces nos quejamos porque pagamos la música en un matrimonio, ¿no cierto?, pero lo que estamos desconociendo es el derecho de sus autores.

La última pregunta del señor congresista Castro temas vinculados con Turin, y me vas a complementar, por favor, Jesús Espinoza.

En el caso del Turin, el Indecopi realizó una abogacía de la competencia hace poco. Qué es lo que identificó, que en el mercado entre comillas de otorgamiento de licencias de brevets había un monopolio. El monopolio había sido otorgado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones vía una concesión al Touring, Automóviles* del Perú; el Indecopi reconoció de que era un monopolio ilícito, se habían cumplido con las formalidades para otorgarlo, pero lo cierto es que se debía promover el ingreso de otros actores.

Es más, señor Presidente, dentro de la investigación que hace el Indecopi identifica de que, por ejemplo, la Universidad Nacional de Ingeniería la UNI, había propuesto también que se le otorgue una concesión para dinamizar el mercado de brevets, pero el MTC no se lo otorgó, lo que se hizo en el Indecopi fue emitir una abogacía de la competencia recomendando reducir las barreras artificiales de acceso.

Jesús, ¿tú puedes confirmar simplemente para complementar la respuesta del ministerio?

El señor .- Sí. Gracias.

Efectivamente el ministerio respondió el 26 de agosto de este año, y señaló que el 23 de junio publicó en el diario El Peruano el Decreto Supremo 017-2016-MTC que aprueba el nuevo Reglamento Nacional del Sistema de Emisión de Licencias de Conducir, y en el cual se determina que en el corto plazo se van a tomar medidas para la promoción de la inversión privada en este sector previas coordinaciones con el Ministerio de Economía y Finanzas porque tiene que hacerse a través de las AFP, pero lo bueno de esta historia es que finalmente el Ministerio de Transporte a través de esta normatividad, aprobado abrir este mercado y que no se está entregando en exclusividad en este caso a la empresa que hoy día viene operando.

El señor PRESIDENTE.- Sí, congresista Castro.

El señor CASTRO GRÁNDEZ (FP).- Pero, este es un decreto supremo, señor Presidente, por su intermedio, ha anunciado que se abrirá. O sea, lo que Indecopi -y está dentro de su competencia hacer un seguimiento- que se dé cumplimiento a esta norma, entonces de alguna manera yo creo que sí como instituciones que usted definiendo el derecho del consumidor de alguna manera debe ser vigilantes, independientemente de la función de congresista que lo vamos hacer, pero se supone que debe ponerse algunos plazos, porque sino termina siendo una ley simplemente para callar a los que estamos en desacuerdo o que Indecopi no pueda actuar.

Entonces, lo que sí considero es que si ustedes tienen la posibilidad o la capacidad de pedir que esto ya se dé cumplimiento.

El señor .- Efectivamente, el plazo está establecido en el propio decreto supremo, lo que ha establecido el Ministerio de Transporte es que va respetar este plazo, no recuerdo ahorita exactamente cuándo vencen el convenio y ha establecido en la propia norma que no se puede renovar luego. Entonces, nosotros quisiéramos una intervención más pronta, pero, bueno, no ha sido una normatividad en la cual nosotros hubiéramos participado, nosotros hemos promovido que se abra ese mercado, hemos hecho recomendaciones, pero finalmente es el Ministerio de Transportes quien ha emitido esa norma.

El señor .- Señor Presidente, para complementar. Eso es lo valioso de la normativa de libre competencia y cuando uno la puede entender de manera integral. La normativa de libre competencia no solamente está para identificar y sancionar conductas anticompetitivas, que es importante, sino que la nueva

tendencia a nivel mundial, sobre todo a nivel de OCTE, a decían que este gremio de fuerzas de competencias en todo el mundo lo que promueven son las abogacías. Por qué, porque las abogacías lo que consiguen es dinamizar la competencia sin estar tanto tiempo viendo casos y sancionando a las empresas.

Es decir, se parte de la premisa que la entidad de la agencia de competencia identifica por sí misma sin que nos acusen, sino nosotros buscando el mercado y nosotros damos la recomendación, y nosotros exigimos una respuesta y un seguimiento para que se cumpla con que se libere el mercado. Esa es la importancia de la abogacía de la competencia ahora en el Perú.

Colegio de Notarios ahora que lo menciona el congresista, existe también una abogacía de la competencia emitida por el Indecopi recientemente, si el presidente lo considera conveniente, el doctor Espinoza puede comentar los resultados.

El señor .- Efectivamente, en diciembre del 2014, la Comisión de Libre Competencia a propuesta de su secretaria técnica, aprobó un informe en el cual recomienda que el mercado de servicios notariales se dinamice a través de eliminar una serie de barreras que obstaculizan el ingreso de nuevos notarios al mercado, por ejemplo, la fórmula en la cual se determinan los notarios, la fórmula en la cual se determina es por densidad poblacional.

Y lo que más bien considera el Indecopi que debería utilizarse como criterio el tráfico económico; pueden haber, por ejemplo, lugares como San Isidro, con poca densidad poblacional, pero con mucho tráfico económico, además ha pedido que los notarios no tengan intervención en el proceso de nombramiento y fiscalización de los notarios, hay que ser sinceros, pese a nuestra recomendación y a que hemos reiterado estas recomendaciones, el Ministerio correspondiente y en general las autoridades a quien corresponda no han aceptado estas recomendaciones, y el Indecopi pues seguirá insistiendo porque considera que estas medidas son pertinentes para poder abrir el mercado y dinamizar la economía, y además con los efectos que tienen el trámite de servicios notariales finalmente en los ciudadanos y en las propias empresas.

El señor PRESIDENTE.- Congresista Miguel Castro.

El señor CASTRO GRÁNDEZ (FP).- Señor Presidente, saludar esa decisión de Indecopi que nos va ayudar mucho porque particularmente estoy presentando un proyecto de ley para abrir la función notarial.

El señor PRESIDENTE.- Bueno, me sumo a lo que dice el congresista Miguel Castro y todos los congresistas que estamos aquí, es en el tema de, podemos citar al ministro de Transporte en próxima oportunidad para ver el tema del espectro radioeléctrico que usted muy bien lo planteó, señor congresista Donayre, y lo que dijo el congresista Castro en relación a las licencias.

Sí, señor.

El señor .- Muy cortito nomás, como me habla en difícil qué será pues las abogacías, usted sigue, insiste en lo mismo. Yo también le voy hablar, pues, a ver haga un ataque por líneas interiores y dirá qué será eso, así que usted por escrito también me va ilustrar en eso.

Y lo que quería agregar, señor Presidente, es de la competitividad, efectivamente pues sana la competitividad, pero para evitar la competitividad entre empresas qué cosa hacen, se unen y hacen el oligopolio y la competitividad desaparece aquello que es bueno para nosotros.

Eso nada más quería agregar, señor Presidente, ya hábleme un poquito más así en cristiano como para el simple peatón de la calle, simple mortal.

Gracias.

El señor .- Señor [...?]

El señor .- Gracias, por la pregunta, señor congresista.

En líneas generales el derecho a la competencia, que es la rama que está vinculada con lo que estamos discutiendo. En competencia, señor congresista, se propone en realidad en los casos de control de las conductas anticompetitivas hay dos familias grandes: los abusos de la posición de dominio y las concertaciones, y le explico en sencillo. (10) El abuso de posición de dominio tiene que ver cuando hay una sola empresa "un monopolio", o un grupo de empresas, es decir "un oligopolio", y estas abusando de esa posición dominante tratan de excluir o botar a sus competidores de mercado a través de diversas conductas, se niegan a contratar con algunos proveedores aguas abajo, etc.

Y el otro tipo de conductas o familia de conductas es la que usted menciona, que son las conductas vinculadas con las concertaciones; es decir, cuando se ponen de acuerdo entre competidores.

Hay dos tipos de concertación: la horizontal y la vertical. Lo digo en cristiano.

La horizontal, es cuando es entre competidores en el mismo nivel, todos vendemos electrodomésticos, todos somos distribuidores, competimos entre nosotros.

La vertical, es cuando la colusión o la concertación es entre empresas que no compiten entre ellas y que están en diferentes niveles, por ejemplo, una colusión entre distribuidor y productor, el ejemplo que discutíamos con el congresista Segura. Esos son los tipos de concertaciones.

Ciertamente, el derecho de la competencia nace al principio por la preocupación que existe respecto del hecho de que la competencia no se genere de manera natural, todos debemos partir de la premisa de que lo más eficiente para el mercado y lo que además la Constitución Política del Perú promueve, es que haya una competencia sana, intensa, muy fuerte entre todos.

Lo que no se debe permitir es ninguna clase de entendimiento, ningún acuerdo, ninguna recomendación gremial ni siquiera que permita eventualmente que la competencia no se presente de manera clara.

Hay muchas maneras de coludirse, no solamente está las colusiones sobre precios, hay colusiones sobre cuotas de mercado, hay colusiones sobre cuotas de producción, hay colusiones sobre niveles de calidad.

Hay muchos tipos de colusión pero hay algo para tener muy en cuenta, todo el tema de control de conductas en competencias es, congresistas, se le aplican dos reglas diferentes: o se le aplica la Regla "Per se", ahora explico qué es, o la Regla de la Razón.

Hay conductas, por ejemplo, el pacto de precios, las licitaciones donde se coluden las partes frente al Estado, que son consideradas por la Ley de Libre Competencia como ilegales por sí mismas, no admiten ninguna justificación, no importa la explicación que se dé, son ilegales y se sanciona, esa es la Regla "Per se", y se aplican a esas conductas más fuertes, malas para el mercado.

Y también, la otra regla que se aplica es la Regla de la Razón, por ejemplo, la que comentaba el congresista Segura, cuando hay algún tipo de fijación de precios de reventa; es decir, cuando el productor le dice al distribuidor "vende a no más de tanto", ese es un precio sugerido.

En esos casos, la regla que se aplica no es la Regla "per se", es decir, no es ilegal por sí misma la conducta, se aplica la Regla de la Razón, ¿qué significa eso?, que se va a analizar si esa restricción es anticompetitiva o no.

¿Por qué no sería anticompetitiva?, porque en muchos casos los productores le dicen a un distribuidor el precio, en primer lugar, por un tema de calidad o como se dice, presencia de la marca en la mente de los consumidores.

Si yo le doy a un distribuidor el producto y le digo "véndelo al precio que quieras", existe el riesgo - a un nivel de marketing - de que ese distribuidor lo venda muy por debajo y lo que se genera en la impresión del consumidor es que el producto ha bajado la calidad. Miren qué interesante, es un tema de psicología de marketing.

Hay otros casos en los cuales el establecimiento de ese precio de reventa máximo lo que puede generar es - como advertía el doctor Espinoza - algún tipo de restricción en el mercado que no es buena para los consumidores.

En resumen, cuando algún tipo de colusión genera más efectos negativos que efectos positivos, se llega a la conclusión que va a encontrar la competencia y ahí es donde se sanciona.

El señor PRESIDENTE.- Perfecto.

Para terminar, ¿alguna pregunta más?

Señor presidente de Indecopi, estamos exactamente a 40 días de las fiestas de navidad, ya empezaron tímidamente las ventas, hemos recibido algunas, en la Comisión de Defensa del Consumidor, algunas quejas, yo le pido, por favor, que usted actúe – ha venido con un tremendo staff de asesores, están todos tomando nota y si no están tomando nota estoy seguro que usted se los va a decir – tenemos que tomar acciones ya en el tema de los supermercados que ustedes han estado viendo.

Segundo tema, las playas de estacionamiento, nosotros tenemos un proyecto de ley que lo vamos a debatir en las próximas semanas, es más, la próxima semana va a estar debatiéndose.

Y le digo algo, porque sé que usted es una persona muy estudiosa y tiene técnicos, pero le voy a hacer un invento salvo que yo esté – como dice el congresista Donayre – totalmente desactualizado y no entiendo lo que dicen, pero nos han dicho en una carta hay un tema que ahora se cobra costos de circulación – yo nunca había escuchado eso en mi vida – costo de circulación.

Un ingreso a un centro comercial equis que dice en la carta pero no lo voy a decir, por razones obvias, ya le mandamos una carta a este centro comercial.

Ingresa, no hay control del estacionamiento – se supone que debe haber un control porque están las lucecitas verdes, las rojas – entra, demora 15-20 minutos tontamente dando vueltas y vueltas, no encuentra estacionamiento, después de renegar se retira y se tiene que pagar:

"¿Pero por qué tengo que pagar?, si ni siquiera me he parqueado..

Lo siento, pero usted está, según el papelito que le hemos dado, más de 20 minutos...

Me voy a quejar...

Quéjese donde quiera...

¿Pero y por qué me están cobrando? ...

Bueno, es que a nosotros nos dice la empresa que tenemos que cobrar, porque nosotros no cobramos solamente estacionamiento sino por la circulación en el centro comercial..."

Esa no la sabía, eso es nuevo, acláreme si usted sabe tanto de estas cosas, porque yo francamente nunca he escuchado eso.

Evidentemente hay que ver esos temas y creo que los consumidores necesitan ese tema, el respeto para eso.

Y, señor Gagliuffi, muchas gracias por la excelente presentación, y antes de despedirlo, quiero pedirle públicamente y eso está grabado, que sin política nacional y sin plan nacional, como usted muy bien lo expuso, no vamos a llegar a ningún lado.

Nosotros le hemos vuelto a enviar esta carta, este pedido, este oficio al señor presidente del Consejo de Ministros, a la PCM, como congresistas todos nosotros ya hemos hecho nuestro trabajo.

Ahora le pido a usted, por favor, sus buenos oficios ante el señor primer ministro y, que de una vez, se apruebe el plan y

las políticas que nosotros queremos tener para el Plan Nacional de Consumo, porque sin ellas los consumidores peruanos estamos realmente a la deriva, no vamos a poder avanzar.

Yo quisiera que usted de sus palabras finales, por favor.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, abogado Ivo Gagliuffi Piercechi.— Gracias, señor presidente; gracias, señores congresistas, por la atención a la presentación, gracias por las preguntas, han sido muy importantes para que podamos debatir algunos temas básicos vinculados con el Derecho del Consumo y el Derecho de la Competencia.

Cuenten, por favor, con nuestra mayor disposición para asistir cada vez que ustedes lo consideren conveniente y no solamente ello, sino también cuenten con mi disponibilidad y la de los equipos del Indecopi, para reunirnos con ustedes cada vez que requieran información o una explicación, siempre vamos a estar a su disposición porque, reitero, somos servidores públicos.

Respecto de la política y el plan, no solamente cuente con mis buenos oficios, señor presidente, sino también cuenten con mi compromiso, esto es algo que es básico, es esencial y vamos a tratar de acelerarlo y ojalá la podamos conseguir antes que acabe el año.

La primera entidad que se va a enterar de ese tema, me comprometo, va a ser esta Comisión, por escrito para que puedan tener la tranquilidad del caso.

Gracias nuevamente por su tiempo y por el trato.

El señor PRESIDENTE.— Y bueno, lo comprometo, como hemos hecho con todos nuestros invitados, los servicios públicos, por favor, yo les digo a todos, escúchenme chicos, señores congresistas, el tema de que lo comprometo a usted públicamente para que cada semana de representación acompañe a nuestros congresistas de esta Comisión, en cada Región, por favor, ¿sí?

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, abogado Ivo Gagliuffi Piercechi.— Comprometido.

El señor PRESIDENTE.— ¿Sí?, sí. La primera vamos a ir con el congresista César Segura y el congresista Miguel Ángel Elías.

El señor PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI, abogado Ivo Gagliuffi Piercechi.— Encantado, gracias por la propuesta.

El señor PRESIDENTE.— Muchas gracias. Señor presidente, muchísimas gracias, muy amable.

Siendo la una y veinticinco, se levanta la sesión.

—A las 13:25 h, se levanta la sesión.