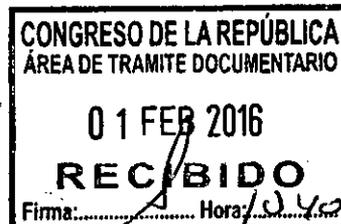




CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Proyecto de Ley Nº 5130/2015-CR  
"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"



PROYECTO DE LEY QUE ESTABLECE  
LA OBLIGACIÓN DEL USO DE  
LENGUAS ORIGINARIAS EN LA  
INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR  
SOBRE CARACTERÍSTICAS Y  
RESTRICCIONES DE PRODUCTOS

Los Congresistas de la República que suscriben, a iniciativa del Congresista Hugo Carrillo Cavero, haciendo uso de las atribuciones que les confiere la Constitución Política del Estado y el Reglamento del Congreso de la República, presentan el siguiente Proyecto de Ley:

**CONSIDERANDO:**

Que, en nuestro país existen no menos de 7 millones de personas que tienen como lengua materna alguno de los idiomas originarios usados desde la época prehispánica;

Que, este conjunto de personas constituyen una parte muy importante de la población, llegando a ser no menos del 23 % del total de habitantes de la República;

Que, la población originaria se ha visto excluida de la protección y los servicios del Estado a lo largo de la época colonial e incluso la republicana;

Que, el Código de Protección y Defensa del Consumidor aprobado por la Ley Nº 29571, tiene como uno de sus principios fundamentales el fomento de las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos;

Que, para que esto sea posible, es fundamental disponer que las empresas públicas o privadas que participan en los mercados nacionales, provean la información pertinente a los consumidores en sus idiomas originarios;

Que, así mismo, en la publicidad de muchos de los bienes y servicios que se ofertan en el mercado nacional al consumidor, se viene haciendo uso abusivos de las letras pequeñas en la publicidad impresa y de voces aceleradas en la publicidad hablada de radio y televisión, cuando se refieren a las restricciones de sus ofertas o productos, impidiendo así que los consumidores puedan enterarse de estos contenidos;



**PRESENTAN EL SIGUIENTE PROYECTO DE LEY:**

**LEY QUE ESTABLECE LA OBLIGACIÓN DEL USO DE LENGUAS ORIGINARIAS EN LA INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR SOBRE CARACTERÍSTICAS Y RESTRICCIONES DE PRODUCTOS**

**Artículo 1°.- Objeto de la ley**

El objeto de la presente ley es modificar **el numeral 3 del artículo V, el numeral 2 del artículo VI del Título Preliminar y los artículos 1, 2, 8, y 13 del Código de Defensa y Protección del Consumidor**, para establecer la obligación del uso de las principales lenguas originarias, en la información sobre la naturaleza, características y restricciones de los bienes y servicios que son ofertados en el mercado nacional. Así mismo, establece la obligación de usar letra perfectamente legible en la publicidad escrita y la no utilización de voces aceleradas en la publicidad radial.

**Artículo 2.- Modificación de la Ley 29571**

Modifícase el numeral 3 del artículo V, el numeral 2 del artículo VI del Título Preliminar y los artículos 1, 2, 8, y 13 del Código de Defensa y Protección del Consumidor, los que quedan redactados con el siguiente texto:

**Artículo V.- Principios**

*El presente Código se sujeta a los siguientes principios:*

(...)

**3. Principio de Transparencia.-** *En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. Los peruanos miembros de pueblos originarios, tienen derecho a recibir esta información en su propia lengua. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.*

**Artículo VI.- Políticas públicas**

(...)

**2.** *El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado, faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela porque la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.*



**El derecho de los pueblos originarios a recibir información en su propia lengua, sobre los bienes y servicios que se ofertan en el mercado nacional, es reconocido por el sector público el cual fiscaliza que todos los proveedores lo respeten.**

Artículo 1.- Derechos de los consumidores

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

(...)

b. **Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. Los pueblos originarios tienen derecho a recibir esta información en su lengua materna.**

Artículo 2.- Información relevante

(...)

2.2 **La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano y en la lengua originaria prevalente en el ámbito geográfico al que sea destinada.**

Artículo 8.- Información sobre productos manufacturados

Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores, debe efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el Sistema Legal de Unidades de Medida. Tratándose de productos de manufactura extranjera, debe brindarse en idioma castellano la información relacionada con los ingredientes, los componentes, las condiciones de las garantías, los manuales de uso, las advertencias y los riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño.

**En los lugares donde existan núcleos de población originaria, la información que se menciona en este artículo debe ofrecerse también en la lengua originaria de mayor uso en la jurisdicción. El reglamento de la presente ley establece la forma en que se determinan estas áreas del territorio nacional.**



**Artículo 13.- Finalidad**

*La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios, limitaciones o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial. **Para cumplir con este propósito no podrá ser utilizada letra pequeña inferior a los 9 puntos en los avisos publicitarios impresos, contratos de compra venta, venta de servicios bancarios, seguros o cualquier otro servicio. En la publicidad radial o televisiva, no se podrá usar palabras aceleradas en la forma de presentar las características o restricciones de los productos o servicios que se ofertan, de tal manera que puedan confundir a los consumidores.***

*(...)*

**Artículo 3.- Sanción**

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual-Indecopi, impone las sanciones establecidas en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, por incumplimiento a lo establecido en la presente norma.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES Y DEROGATORIAS**

**Primera.-** El Poder Ejecutivo, dentro de los treinta (30) días de su entrada en vigor, mediante Decreto Supremo, dicta las disposiciones que sean necesarias para la aplicación de lo dispuesto en la presente Ley.

**Segunda.-** Facultase al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual-Indecopi, dentro de los treinta (30) días de su entrada en vigor, a emitir las disposiciones necesarias para la aplicación de lo dispuesto en la presente norma.



**Tercera.- Derogatoria**

Deróguese o modifíquese, según corresponda, las normas que se opongan a lo dispuesto en la presente ley.

Lima, febrero de 2016

*[Handwritten signature]*  
**ZAMUDIO**

*[Handwritten signature]*

**HUGO CARRILLO CAVERO**  
Congresista de la República

**HUGO CARRILLO CAVERO**  
Directivo Portavoz  
Grupo Parlamentario Nacionalista Gana Perú  
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

*[Handwritten signature]*  
**EMILIANO POZA.**

*[Handwritten signature]*  
**FREDY OTÁROLA PEÑARANDA**  
Congresista de la República

*[Handwritten signature]*  
**HERNAN DE LA TORRE DUEÑAS**  
Congresista de la República



*[Handwritten signature]*  
**César Llatas**

*[Handwritten signature]*  
**JULIA TEVES.**

**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

Lima, .....09.....de.....Febrero.....del 2016.....

Según la consulta realizada, de conformidad con el artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición N° 5130 para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de  
→ Defensa del Consumidor y Organismos.....  
Reguladores de los Servicios Públicos;.....  
→ Pueblos Andinos, Amazónicos y.....  
Afroperuanos, Ambiente y Ecología -.....



.....  
**HUGO FERNANDO ROVIRA ZAGAL**  
Oficial Mayor(e)  
**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

Lima, .....12.....de.....Febrero.....de 2016.....

Visto el oficio N° 0292-2915-2016-ENK/CR, suscrito por el Congresista EDUARDO NAYAP KININ; considérese adherente de la Proposición Nro.5130/2015-CR al Congresista Peticionario.



.....  
**HUGO FERNANDO ROVIRA ZAGAL**  
Oficial Mayor(e)  
**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**



## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

### 1. Introducción

El proyecto de ley que se presenta, se origina por la ausencia de una norma que permita que los millones de peruanos que tienen como lengua materna los idiomas originarios, sobre todo el Quechua y el Aymara que son los de mayor presencia en el Perú, puedan acceder en sus propias lenguas maternas, que son de su uso habitual, a la información relacionada con las características, limitaciones y contraindicaciones de los bienes y servicios que son ofrecidas en el país, sobre todo en los lugares en los cuales viven y desarrollan sus actividades productivas.

Es importante destacar que el Código del Consumidor aprobado por la Ley N° 29571 tiene como uno de sus fines fundamentales, *el fomento de las decisiones libres e informada de todos los consumidores*. Sin embargo, los pueblos originarios han estado marginados de la economía y de la vida moderna por muchos años. Hoy en día, gracias al desarrollo económico del país, grandes sectores de la población antes excluida están comenzando a tener acceso al mercado y participar en él como productores y consumidores, por lo que es muy importante poner a su alcance toda la información necesaria en sus propias lenguas sobre los bienes y servicios del mercado, para que puedan ejercer a plenitud sus derechos.

### 2. La población con lengua materna originaria en el Perú

POBLACIÓN CON LENGUA MATERNA ORIGINARIA EN EL PERÚ Año 2013	
LENGUA	HABITANTES
1. Achuar	11087
2. Aymara	443248
3. Amahuaca	301
4. Arabela	403
5. Ashaninka	97477
6. Awajún	55366
7. Bora	748
8. Capanahua	384



9. Cashinahua	2419
10. Cauqui	11
11. Chamicuro-cocama	63
12. Ese'ejja	588
13. Harakbut	2092
14. Iquito	519
15. Iñapari	4
16. Isconahua	82
17. Jaqaru	740
18. Kakataibo	1879
19. Kakinte	439
20. Kandozi-chapra	3255
21. Kukama-kukamiria	11307
22. Madija	417
23. Maijuna	190
24. Matses	1724
25. Matsigenka	11275
26. Muniche	3
27. Murui-muinani	1864
28. Nanti	250
29. Nomatsigenga	8016
30. Ocaina	97
31. Omagua	630
32. Quechua	3360331
33. Resígaro	37
34. Secoya	921
35. Sharanahua	486
36. Shawi	21 650
37. Shipibo-konibo	22 517
38. Shiwilu	352
39. Taushiro	1
40. Tikuna	6982
41. Urarina	4854
42. Wampis	10163
43. Yagua	5679
44. Yaminahua	600
45. Yanesha	7523
46. Yine - Piro	3261
47. Yora - nahua	170
<b>TOTAL</b>	<b>4 102 405</b>

Fuente: Ministerio de Educación, Documento Nacional de Lenguas Originarias del Perú año 2013, Págs. 61,62 y 63.

De este cuadro, se puede conocer que en el país existen aún 47 lenguas originarias, muchas de las cuales son habladas por núcleos pequeños e incluso muy pequeños de habitantes, pero en cambio otras, como el Quechua, Aymara, Asháninka o Awujún, son habladas



por importantes núcleos de población. Así, el Quechua, que es el idioma originario de mayor uso, es hablado como lengua materna por 3 millones 360 mil habitantes, pero son muchos más los habitantes que lo hablan como segundo idioma, aprendido por haber crecido en lugares donde es de uso frecuente. Lo mismo puede decirse del Aymara, que es hablado por 443 mil habitantes como lengua materna, pero son muchos más los que han adquirido el idioma por la frecuencia del uso en los lugares donde han vivido y crecido.

### **3. Contenido de la Propuesta Legislativa**

En total son 4 millones 102 mil habitantes cuya comprensión será mucho mayor, si se les comunica los mensajes que se requiera hacerles llegar usando los códigos de comunicación en uso en sus lenguas originarias. Este es además un derecho que la ley les reconoce y que a pesar de los enunciados legislativos no es aplicado en la práctica, pues la comunicación que se usa es en un 99% de los casos en castellano.

Por lo dicho, el presente proyecto intenta que el código del consumidor pueda corregir la práctica de ignorar el uso de los idiomas originarios que no solo es un derecho de los pueblos, sino que es también una obligación del Estado y los empresarios que ofrecen bienes y servicios en las provincias y departamentos donde se encuentran.

Asimismo, el proyecto está íntimamente ligado al proceso de inclusión social en el que el país está empeñado. Se trata de corregir una distorsión ocasionada por los largos siglos de marginación de la población indígena impuesta por el colonialismo español, que privilegió la cultura europea relegando las manifestaciones culturales autóctonas a un papel absolutamente secundario.

Uno de los aspectos del desarrollo, es el reconocimiento de los derechos de los consumidores en tanto sujetos del desarrollo económico y social. Uno de esos derechos es el de poder recibir la información sobre las características de los productos que ofertan en el mercado en las lenguas de mayor uso en los territorios donde se expenden los bienes o se desarrollan los servicios del mercado. La Ley 29571, Ley del Código de Defensa y Protección del Consumidor, no ha asumido el derecho de los habitantes con lenguas maternas diferentes a la española, a usar su propia lengua para ser informado plenamente antes de realizar una compra de un bien o un servicio.



Por esta razón, los proponentes de esta iniciativa legislativa consideran que es fundamental hacer precisiones y correcciones al numeral 3 del artículo V, el numeral 2 del artículo VI del Título Preliminar y los artículos 1, 2, 8, y 13 del Código de Defensa y Protección del Consumidor.

Las 5 primeras modificaciones tienen el propósito de incluir el derecho a ser informados en su propio idioma de los pueblos originarios y la última, se refiere a la protección del consumidor frente a la publicidad engañosa, que omite información relevante de los bienes o servicios ofertados a los consumidores, o presenta información falsa. Aquí se presenta el cuadro correspondiente.

#### 4. Cuadro comparativo del texto propuesto

TEXTO VIGENTE DE LA LEY 29571	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>Artículo V.- Principios El presente Código se sujeta a los siguientes principios: (...) 3. Principio de Transparencia.- En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.</p>	<p>Artículo V.- Principios El presente Código se sujeta a los siguientes principios: (...) 3. <i>Principio de Transparencia.- En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. Los peruanos miembros de pueblos originarios tienen derechos a recibir esta información en su propia lengua. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.</i></p>
<p>Artículo VI.- Políticas públicas (...) 2. El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.</p>	<p>Artículo VI.- Políticas públicas (...) 2. <i>El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.</i> <b><i>El derecho de los pueblos originarios a recibir información en su propia lengua, sobre los bienes y servicios que se ofertan en el mercado nacional, es reconocido por el sector público el cual fiscaliza que todos los proveedores lo respeten.</i></b></p>



<p>TÍTULO I DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y RELACIÓN CONSUMIDOR-PROVEEDOR Capítulo I Derechos de los consumidores</p> <p>Artículo 1.- Derechos de los consumidores 1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos: (...) b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.</p>	<p>TÍTULO I DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y RELACIÓN CONSUMIDOR-PROVEEDOR Capítulo I Derechos de los consumidores</p> <p>Artículo 1.- Derechos de los consumidores 1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos: (...) b. <i>Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. <b>Los pueblos originarios tienen derecho a recibir esta información en su lengua materna.</b></i></p>
<p>Capítulo II Información a los consumidores Subcapítulo I Información en general (...) Artículo 2.- Información relevante (...) 2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.</p>	<p>Capítulo II Información a los consumidores Subcapítulo I Información en general (...) Artículo 2.- Información relevante (...) 2.2 <i>La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano y en la lengua originaria prevalente en el ámbito geográfico al que sea destinada.</i></p>
<p>Artículo 8.- Información sobre productos manufacturados Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores debe efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el Sistema Legal de Unidades de Medida. Tratándose de productos de manufactura extranjera, debe brindarse en idioma castellano la información relacionada con los ingredientes, los componentes, las condiciones de las garantías, los manuales de uso, las advertencias y los riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño.</p>	<p>Artículo 8.- Información sobre productos manufacturados <i>Toda información sobre productos de manufactura nacional proporcionada a los consumidores debe efectuarse en términos comprensibles en idioma castellano y de conformidad con el Sistema Legal de Unidades de Medida. Tratándose de productos de manufactura extranjera, debe brindarse en idioma castellano la información relacionada con los ingredientes, los componentes, las condiciones de las garantías, los manuales de uso, las advertencias y los riesgos previsibles, así como los cuidados a seguir en caso de que se produzca un daño.</i> <b><i>En los lugares donde existan núcleos de población originaria, la información que se menciona en este artículo debe ofrecerse también en la lengua originaria de mayor uso en la jurisdicción. El reglamento de la presente ley establece la forma en que se determinan estas áreas del territorio nacional.</i></b></p>



<p>Subcapítulo II Protección del consumidor frente a la publicidad. (...) Artículo 13.- Finalidad La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios, limitaciones o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial. (...)</p>	<p>Subcapítulo II Protección del consumidor frente a la publicidad. (...) Artículo 13.- Finalidad <i>La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios, limitaciones o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial. <b>Para cumplir con este propósito no podrá ser utilizada letra pequeña inferior a los 9 puntos en los avisos publicitarios impresos, contratos de compra venta, venta de servicios bancarios, seguros o cualquier otro servicio. En la publicidad radial o televisiva no se podrá usar palabras aceleradas en la forma de presentar las características o restricciones de los productos o servicios que se ofertan de tal manera que puedan confundir a los consumidores. (...)</b></i></p>
---	--

## 5. Efecto de la propuesta legislativa en la legislación vigente

Esta propuesta legislativa tendrá efecto en la Ley 29571, modificando 6 de sus artículos, requiriendo con posterioridad a su aprobación establecer las concordancias correspondientes, entre otros, de los siguientes instrumentos:

- R. N° 178-2010-INDECOPI-COD (Aprueban Directiva N° 005-2010/DIR-COD-INDECOPI que establece reglas sobre la competencia desconcentrada en las Comisiones adscritas a las Oficinas Regionales y demás sedes del INDECOPI)



- D.S. N° 011-2011-PCM (Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor)
- D.S. N° 029-2011-PCM (Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Registro de Infracciones y Sanciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor)
- D.S. N° 030-2011-PCM (Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Procesos Judiciales para la Defensa de Intereses Colectivos de los Consumidores y el Fondo Especial para Financiamiento y Difusión de Derechos de los Consumidores)
- D.S. N° 031-2011-PCM (Decreto Supremo que aprueba el Reglamento que establece los mecanismos para la propuesta y designación de los representantes de las entidades y gremios al Consejo Nacional de Protección al Consumidor)
- D.S. N° 032-2011-PCM (Decreto Supremo que aprueba el Reglamento sobre condiciones del destino del monto para el funcionamiento de las asociaciones de consumidores)
- D.S. N° 046-2011-PCM (Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo)
- Ley N° 29694 (Ley que protege a los consumidores de las prácticas abusivas en la selección o adquisición de textos escolares)
- Circular N° B-2197-2011 (Establecen disposiciones en aplicación de normas prudenciales conforme al artículo 85 del Código de Protección y Defensa del Consumidor)
- Ley N° 29782, 4ta. DCF (Ley de Fortalecimiento de la Supervisión del Mercado de Valores)
- R.SBS N° 8181-2012 (Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero)
- Ley N° 29946 (Ley del Contrato de Seguro)
- R.SBS N° 3199-2013 (Aprobar el Reglamento de Transparencia de Información y Contratación de Seguros)
- R. N° 210-2013-INDECOPI-COD (Aprueban la Directiva N° 006-2013-DIR-COD-INDECOPI denominada “Reglas para la Elección de los Representantes de las Asociaciones de Consumidores ante el Consejo Nacional de Protección del Consumidor”)



## **6. Análisis Costo - Beneficio**

La propuesta legislativa que se presenta no tiene efecto en el Presupuesto Público, pues no supone ninguna iniciativa de gasto. Los efectos de la norma en cambio sí tendrán beneficios relevantes para los más de 4 millones de peruanos cuyas lenguas maternas corresponden a los pueblos originarios y que se les reconocerá sus derechos en tanto consumidores de bienes y servicios a recibir información su propio idioma. Así mismo, ayudará a muchos millones más de peruanos que hablan en idiomas originarios, revalorando su lengua como un medio fundamental para la inclusión social de los pueblos indígenas, marginados desde la llegada de los colonizadores españoles.

## **7. Vinculación con el Acuerdo Nacional**

El proyecto que se presenta tiene vinculación directa con las siguientes Políticas de Estado del Acuerdo Nacional:

- **Tercera política de Estado que es el compromiso por la afirmación de la identidad nacional**, en la cual las lenguas originarias tienen especial importancia. *Nos comprometemos a consolidar una nación peruana integrada, respetuosa de sus valores, de su patrimonio milenario y de su diversidad étnica y cultural, vinculada al mundo y proyectada hacia el futuro...*
- **Décimo primera política de Estado Promoción de la igualdad de oportunidades sin discriminación**. *Nos comprometemos a dar prioridad efectiva a la promoción de la igualdad de oportunidades, reconociendo que en nuestro país existen diversas expresiones de discriminación e inequidad social, en particular contra la mujer, la infancia, los adultos mayores, las personas integrantes de comunidades étnicas, los discapacitados y las personas desprovistas de sustento, entre otras. La reducción y posterior erradicación de estas expresiones de desigualdad requieren temporalmente de acciones afirmativas del Estado y de la sociedad, aplicando políticas y estableciendo mecanismos orientados a garantizar la igualdad de oportunidades económicas, sociales y políticas para toda la población. Con este objetivo, el Estado: (a) combatirá toda forma de discriminación, promoviendo la igualdad de oportunidades... (f) promoverá y protegerá los derechos de los integrantes de las comunidades étnicas discriminadas, impulsando programas de desarrollo social que los favorezcan integralmente.*



- **Décimo séptima política de Estado afirmación de la economía social de mercado.** Nos comprometemos a sostener la política económica del país sobre los principios de la economía social de mercado, que es de libre mercado pero conlleva el papel insustituible de un Estado responsable, promotor, regulador, transparente y subsidiario, que busca lograr el desarrollo humano y solidario del país mediante un crecimiento económico sostenido con equidad social y empleo.

Con este objetivo, el Estado: ...(e) evitará el abuso de posiciones dominantes y prácticas restrictivas de la libre competencia y propiciará la participación de organizaciones de consumidores en todo el territorio; (f) fomentará la igualdad de oportunidades que tiendan a la adecuada distribución del ingreso...