

ACTA

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

PERIODO ANUAL DE SESIONES 2020-2021

DÉCIMA CUARTA SESIÓN EXTRAORDINARIA VIRTUAL

Sábado, 19 de septiembre de 2020

Sumilla: Se aprobó por **unanimidad**:

1. El dictamen recaído en el Proyecto de Ley 5757/2020-CR que propone mediante un texto sustitutorio la ley que establece los derechos específicos del usuario y regula la resolución contractual de los servicios públicos de telecomunicaciones.
2. La dispensa del trámite de aprobación del Acta de la Décima Cuarta Sesión Extraordinaria Virtual.

En la Plataforma Virtual *Microsoft Teams*, siendo las 9 horas con 41 minutos del día sábado 19 de setiembre de 2020, se reunieron bajo la presidencia del congresista Robledo Gutarra Ramos, Secretario de la Comisión y los congresistas miembros titulares Robertina Santillana Paredes, José Luis Ancalle Gutiérrez, Rolando Campos Villalobos, Rubén Ramos Zapana, María Silupu Inga, Franco Salinas López y Zenaida Solís Gutiérrez; y los congresistas accesitarios Luis Andrés Roel Alva, Jaqueline García Rodríguez y Mariano Yupanqui Miñano.

Con el quórum reglamentario, se dio inicio a la Décima Cuarta Sesión Extraordinaria Virtual de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Periodo Anual de Sesiones 2020-2021, bajo la presidencia del señor congresista Robledo Noé Gutarra Ramos por licencia del congresista José Luis Luna Morales.

ORDEN DEL DIA

1. Estudio del Proyecto de Ley 5911/2020-CR Ley que garantiza el derecho del usuario o consumidor a acceder a la difusión de la publicidad estatal.

El señor Presidente señaló que para el estudio del Proyecto de Ley 5911/2020-CR *Ley que garantiza el derecho del usuario o consumidor a acceder a la difusión de la publicidad estatal*, se ha invitado a representantes del Ministerio de Transportes, de la Cámara Peruana de Radio y Televisión y de la Confederación Nacional de Radio y Televisión. En ese sentido, dio la bienvenida al señor José Aguilar Reátegui, Director de Regulación del Vice Ministerio de Comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones; al señor Gustavo Infantas Jibaja, representante de la Cámara Peruana de Radio y Televisión; al señor José David Loayza, representante de la Confederación Nacional de Radio y Televisión y el señor Emigdio Panduro, Presidente y miembro del Consejo Directivo de la Confederación Nacional de Radio y Televisión.

El señor Presidente les otorgó la palabra a los invitados en el orden señalado.

El señor José Aguilar Reátegui, Director de Regulación del Vice Ministerio de Comunicaciones, mediante diapositiva trató sobre los alcances de la Ley 29370, Ley de Organización y Funciones del MTC y la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión En materia de publicidad estatal, y que de conformidad con lo señalado el MTC no tiene competencia en materia de publicidad estatal.

Con relación al análisis del Proyecto de Ley 5199-2020-CR, sobre el requisito para autorizar la publicidad estatal, señaló que más que un requisito podría ser una condición para que un medio de comunicación sea seleccionado; si la finalidad del Proyecto es evitar la discriminación y favoritismo, esa condición podría resultar en un efecto adverso al establecer disposiciones que beneficiarían a determinados medios, por lo que debería precisarse en la

exposición de motivos y de mantenerse la distribución de la pauta publicitaria, resultarían necesarios parámetros y/o criterios de elección para evitar situaciones de privilegio injustificado a medios específicos.

En cuanto a la facultad a las entidades a contratar una central de medios por concurso público indicó que se sugiere definir el término “central de medios”, para delimitar su alcance. En la EM se podría detallar esta definición, como precisar “debidamente constituida” y quien la supervisaría.

Con relación a la propuesta de prohibir la exclusión de medios que operan en el distrito, provincia y región en campañas nacionales sectoriales dirigidas a la población de esa jurisdicción, indicó que la incorporación no necesaria, dado que el artículo 5 de la Ley de Publicidad Estatal establece como prohibición el privilegiar a una sola empresa.

Sobre prohibir que las centrales de medios reciban porcentajes o comisión de servicio por avisos de publicidad estatal contratados, bajo responsabilidad del proveedor y de la empresa que lo solicite, dijo que resultaría adecuado que el PL establezca medidas para asegurar el cumplimiento de la prohibición (ej. Sanciones y responsabilidades). ü La EM debe considerar el sustento de esta prohibición, así como su importancia y necesidad de su viabilidad.

Asimismo, en la propuesta el de prohibir la contratación de medios de comunicación que no tengan autorización del MTC para prestar servicios de radiodifusión sonora y televisiva. Ante ello, señaló que la incorporación redundante, dado que el literal j) del artículo 76 de la LRTV establece como infracción grave la contratación de transmisión de mensajes publicitarios e institucionales, a estaciones que no cuentan con autorización del MTC.

Con relación al Texto Sustitutorio (2605/2017, 4318/2018, 4441/2018, 5824/2020, 5840/2020, 5911/2020 y 6025/2020), refirió que el MTC sólo tiene competencias para otorgar autorizaciones para asignar el espectro radioeléctrico para la prestación de los servicios de radio y televisión por señal abierta, y celebrar contratos de concesión para la televisión de paga (cable). • MTC no tiene competencia sobre medios de comunicación impresos, por lo cual no es viable establecer que deben contar con autorización del MTC.

El señor Gustavo Infantas Jibaja, Cámara Peruana de Radio y Televisión, abordó sobre los alcances de dicha Cámara, antecedentes y funciones, añadió que son un sector que han trabajado siempre bajo las licencias de operación que les brinda el Ministerio de Transporte y Comunicaciones. Advirtió que se sienten abandonados por el Estado en cuanto se refiere a la publicidad estatal, el cual es preocupante por los sectores del interior del país. Señaló que la publicidad debe ser distribuida por equidad, no solo a una central de medios, ello se debe analizar. Asimismo, trató sobre la legislación comparada del país de Argentina en cuanto a la publicidad.

Por otro lado, indicó que en los criterios de adjudicación se debe incluir y evaluar factores como el perfil del público al que va destinada la campaña, los precios de la circulación, y audiencias de medios respectivos. Los criterios deberán encontrarse claramente expuestos junto a los mecanismos de ponderación que precisa, de modo que serán sopesadas las distintas variaciones de la asignación y se reduzca la discriminación, y pensar el tema de exclusión. Como criterio preponderante el Estado deberá considerar a la audiencia o público objetivo de la campaña publicitaria porque se trata de una pauta estatal y forma parte de las libertades informativas de la población que tiene derecho a ser informada de las actividades y servicios que realiza el Estado.

En la medida que los criterios de adjudicación precisen esta debe ser real, se debe estar trabajando en un marco jurídico que garantice que se trata de llegar a la población, entendiendo que cada región es distinta en el país.

Con relación a la propuesta legislativa, que el proyecto de ley les parece pertinente e importante, sin embargo sugirió que se pueda considerar algunos pedidos, por ejemplo en el artículo 3, dio lectura, dijo que está totalmente de acuerdo, pero se podría subir la cuota a un 60% o 70% porque no es lo mismo tener una emisora a nivel nacional y tener repetidoras en

provincias que no le generan un mayor costo alguno de operación, mientras tanto, las emisoras locales tiene mayores problemas en mantenimiento en la organización para la difusión de los programas, considerando que son las que más apoyan en los problemas actuales como el programa de aprendo en casa.

En cuanto al artículo 5, dio lectura, sobre las prohibiciones señaló que están de acuerdo, porque se ha hecho una mala utilización de los recursos del Estado para apoyar a políticos. También dijo que está de acuerdo con lo establecido en los numerales 5.2, 5.3 y 5.4.

Pero en el numeral 5.5, dio lectura, indicó que para ellos como Cámara Peruana de Radio y Televisión es importante que la publicidad tenga que ser distribuida directamente por las oficinas de comunicación de cada ministerio o cada región, por cuanto estas centrales fueron creadas definen algunos intereses y las centrales de medios son agencia de publicidad, que no tienen conocimiento de la realidad. Al respecto, precisó que estas agencias de medios, distribuyen la publicidad estatal de acuerdo a un interés propio económico, aduciendo que tienen una empresa encuestadora, que sería de acuerdo a la conveniencia y que los estudios serían pagados por la empresa privada y por los grandes conglomerados. Por lo que indicó que está en desacuerdo que se tenga que considerar la central de medios, es importante que todos entendamos que los recursos económicos del Estado deben distribuirse de manera directa, sin ningún tipo de intermediación. Entonces en los recursos del Estado no debe de haber comisiones de ningún tipo y refirió que las centrales de medios de todo el dinero de que se maneja en publicidad estarían distribuyendo a los medios de comunicaciones no más del 5%.

En la misma medida, en el artículo 9, se menciona nuevamente la existencia de las centrales de medios para el cumplimiento de comunicaciones estratégica, dijo que en estos momentos nos están demostrando nuestra realidad, no han tenido una comunicación estratégica en el tema de la pandemia, hay una gran desinformación en los pueblos más alejados del Perú, no ha habido información de manera clara.

Saludo la presentación el proyecto de ley, dado que es motivo de preocupación de todos los dueños de medios de comunicaciones en el interior del país, en el sentido de que el gobierno no debe discriminar la publicidad, manifestó el compromiso de la Cámara para seguir trabajando por nuestro país, educando, fiscalizando, informando.

El señor David Loayza, representante de la Confederación Nacional de Radio y Televisión, señaló que el principal requisito para ser integrantes de la confederación nacional de radio y televisión tener autorización expresa del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, razón por la cual este gremio tiene titularidad legal y garantiza su representación con seriedad a las empresas de radio y televisión que se dedican a informar, entretener y servir de vehículo de comunicación para la sociedad en forma veraz y oportuna.

Con relación al sentido del proyecto de ley, dijo que su promulgación será de vital importancia para la sostenibilidad institucional de las estaciones de radio y televisión que laboran a lo largo y ancho de las distintas regiones del país. Un total de más de 7,000 estaciones, donde casi un 30% conforman radios y televisoras de la capital que aparte de transmitir en lima, cuentan con repetidoras en las ciudades más importantes del país, capitales de departamentos. La mayoría de capitales de provincias, cree que los medios locales que hacen presencia en todo el territorio nacional con más de 4,500 medios de radio y tv distribuidos hasta en los lugares más recónditos, teniendo algo cerca al canal de tv del estado con quienes se encargan a cubrir hasta en condiciones poco favorables de comodidad y sostenibilidad.

En ese contexto, señaló que es muy importante la promulgación de una nueva ley de publicidad estatal y este Proyecto de Ley 5911/2020-CR priorizan temas que les protegería de una manera sustancial en el desarrollo de las actividades que hasta ahora solo se puede pensar en la forma como se pasa el día a día en un Estado de total y absoluta discriminación, mientras unos logran de fondos de reactiva Perú préstamos de 70 millones, ellos no reciben ni un sol. En esta época de pandemia las instituciones privadas que no han recibido retribución alguna, menos reconocimiento por sus incansables labores de mantener informados a nuestra población, sin ingresos definidos, muchos, aportando en forma gratuita con las transmisiones

de los programas educativos del aprendizaje en casa, existen las otras instituciones como las fuerzas policiales, fuerzas armadas, los centros de salud, los médicos, trabajadores estatales, etc., que tienen asegurados sus ingresos. Preciso que no tienen anticuerpos de ninguna clase con los medios nacionales, solo exigen ser tomados en cuenta en las proporciones justas que les corresponde.

Sobre la propuesta legislativa, indicó que coinciden plenamente con las disposiciones de los artículos y consideraciones, sin embargo, puso énfasis en algunos puntos fundamentales que deben ser prioritarios para la promulgación de la ley:

En primer lugar, comparten el pedido de redistribución del 50% del presupuesto de publicidad estatal de cobertura nacional para los medios de comunicación radio y televisión locales, distritales, provinciales y regionales, que hasta ahora se queda hasta en 90, 95, y a veces el 100% en la distribución entre medios de alcance nacional, con el criterio de que solo con los medios de Lima suficientemente están llegando a cubrir todos los lugares, lo cual no es cierto, al margen de que actualmente ya existe un predominio amplio de los medios locales, frente a los que nos llegan desde la capital. Dijo que ellos en todas las regiones del Perú tienen vivencia propia, costumbres y tradiciones exquisitamente compartidas, ahora les interesa más el permitir que su población sea protagonista de los hechos que suceden a diario. Por ello las radios y televisoras están de la mano con los pueblos, notarán que las autoridades nacionales que les visitan, solamente los medios locales los reciben para hacerles entrevistas en vivo, así como un seguimiento de sus actividades, salvo algunos casos en que vienen acompañados de su prensa. En ese sentido, están plenamente convencidos de que los medios locales tienen un papel muy importante, imprescindible, protagónico, difícil, por no decir imposible que desde tan lejos puedan hacerles competencia en el compartir, en el desarrollo de los pueblos y muchos ya tienen prendido los transmisores las 24 horas del día,

En segundo lugar, indicó que es de vital importancia el hecho de tomar en cuenta que para la publicidad estatal, solo a los medios de comunicación que tienen autorización del ministerio de transportes y comunicaciones, porque: son medios de señal abierta gratuitos, de esta manera se garantiza el acceso gratuito de la población a la información, a diferencia de otros medios o sistemas de cable o de internet donde necesariamente se paga o se tiene que comprar datos; a ellos les obligan y controlan con un código de ética y formalismos que garantizan seriedad, cumplimiento cabal y total libertad de expresión y porque son empresas que tributamos al Estado, pagan el canon, un porcentaje de la tasa anual, pagan derechos de autorizaciones, etc. Luego, se preguntan, qué principio de equidad habría, para compartir la difusión de la publicidad estatal, con otro tipo de empresas que no tengan una autorización oficial y que no cuentan con las obligaciones adquiridas con el estado.

El otro punto importante que contiene el presente proyecto es sin lugar a dudas, el no permitir más que las centrales de medios les cobren comisiones por tomarse en cuenta para tener la publicidad estatal. Existen centrales de medios que les llegan a cobrar hasta el 70 % del valor de la publicidad por tomarse en cuenta o para que aparezca el nombre de sus empresas a fin de que les tomen en cuenta para una publicidad, sobre ello, dijo que tienen experiencia vividas.

Por otro lado, dijo que tienen un sistema para realizar mediciones de sintonía que el propio Estado, a través del INEI, y con el respaldo de su confederación de radio y televisión la empresa Havas Group, ha elaborado un sistema interesante por el que ya tienen, en forma gratuita, un aplicativo de medición de sintonía de cobertura nacional por el que tienen una lectura transparente de medición de sintonía, luego, cedió la palabra al señor Emigdio Panduro.

El señor Emigdio Panduro, Presidente y miembro del Consejo Directivo de la Confederación Nacional de Radio y Televisión, con relación a la propuesta legislativa en estudio, dio su posición principalmente en el artículo 5, numeral 5.4. Está prohibido excluir al medio de comunicación que opera en distritos, provincias y regiones en campañas nacionales sectoriales, orientadas a poblaciones de la misma jurisdicción o el sector. Al respecto, dijo que tiene una posición, toda vez que en la actualidad habría una práctica irregular. Sobre los

estudios de sintonía privados y la exclusión de los medios de provincias de la publicidad estatal nacional señaló que las campañas del gobierno central no surten efecto en gran parte de las localidades del interior del país, debido a que la población no las escucha. Ello se debe a que el Estado no está usando los medios de comunicación locales que son los medios que la ciudadanía prefiere consumir en las ciudades del interior del país.

Los planes de medio de la publicidad estatal nacional sólo consideran a los medios de Lima, es decir las cadenas nacionales creen que Lima es el Perú y consideran que con los medios de Lima ya llegaron a las ciudades del interior del país, pero eso no es cierto, porque en provincias los medios de mayor sintonía son los medios locales y regionales.

Se pregunta y ¿Cómo es que se consigue la exclusión de los medios locales de provincias de los planes de medio de la publicidad estatal nacional? mediante el uso de estudios de sintonía en donde los medios de comunicación pagan para aparecer.

Y ¿quiénes aparecen en estos estudios?, principalmente las grandes cadenas nacionales, cuyo “mérito” es haberle pagado a la empresa de investigación de sintonía para aparecer en los primeros lugares de estos estudios.

Los medios de comunicación del interior del país o no pueden pagar estos estudios o, simplemente, no están de acuerdo con esta práctica por considerarla fraudulenta. Lamentablemente las entidades públicas del estado nacional utilizan los resultados publicados por estas empresas privadas de estudios de sintonía, aun sabiendo que es información incompleta y claramente manipulada. Y con ello deciden su plan de medios, es decir, solo seleccionan los medios de comunicación que figuran en estos ratings. En otras palabras, las radios de provincia que aspiren a la publicidad estatal nacional, previamente tienen que pagarle a una empresa privada para ser elegibles.

En ese sentido, consideran que esta forma de selección de medios es una práctica irregular, que atropella el principio de veracidad en el acto público y que no sólo excluye a los medios que no han pagado a la “encuestadora” sino que priva de la publicidad del estado a la gran masa, quienes prefieren mayoritariamente sus medios locales, porque estos hablan en su idioma y hablan sobre sus problemas locales del día a día.

Hay radios de provincias que tienen la audiencia, es decir el mérito, pero por no haberle pagado a la “encuestadora” son excluidos injustamente de la publicidad estatal, y así es como el presupuesto de publicidad se pierde y no llega al público al que está dirigido. El estado de esta manera promueve un oligopolio que ha beneficiado a las grandes cadenas nacionales de radio y televisión con sedes en lima, afectando directamente a los miles de empresas locales y regionales del interior del país a los cuales sólo han llegado migajas de los presupuestos que el gobierno nacional ha destinado a la publicidad estatal nacional.

Luego, se pregunta ¿Hay algún instrumento estadístico alternativo para poder tener una competencia leal en el Perú? Sí lo hay. El estado cuenta con estadísticas oficiales sobre consumo de medios a nivel nacional. El nombre de este estudio es ENAPRES (Encuesta Nacional de Programas Presupuestales). El capítulo 500 de esta encuesta es el módulo de Telecomunicaciones y consumo de medios. Este estudio se realiza trimestralmente con una muestra de 11 mil hogares a nivel nacional, con 500 preguntas, dónde el encuestado escribe el nombre de los medios de comunicación que consume. El método utilizado es el de recordación espontánea.

Se pregunta, sí el estado cuenta con esta data, esta información, estos ratings de medios a nivel nacional, ¿por qué no la utiliza?, ¿por qué selecciona a los medios basado en estudios de sintonía privados, que cobran a los medios de comunicación para figurar? Pues no lo saben. Lo que sí conocen es que los resultados de ENAPRES en cuanto a consumo de medios es considerado *información confidencial*, amparado por decreto supremo N°043-2001-PCM del secreto estadístico.

Por lo expuesto, indicó que, como Confederación Nacional de Radio y Televisión del Perú, que reúne a los titulares de medios de comunicación, radio y televisión de las provincias del

interior del Perú, con la respectiva autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, sus propuestas son:

1. Que se prohíba que las instituciones del estado seleccionen los medios de comunicación para la publicidad estatal basados en los estudios de sintonía donde los medios pagan para aparecer.
2. El estado cuenta con estudios de consumo de medios que realiza cada año el Inei. Esta es una base de datos objetiva y gratuita. Su nombre es La Encuesta Nacional de Programas Presupuestales (Enapres). Pedimos que, como alternativa, el estado utilice los estudios de consumo de medios de comunicación del INEI. Para ello solicitamos que se libere el secreto estadístico de esta información para que puedan ser de conocimiento público los nombres de los medios de comunicación y su rating real de sintonía a nivel nacional.

Finalmente, señaló que como confederación buscan una competencia sana, leal, en igualdad de condiciones, que se deje de una vez de utilizar estos métodos descritos que nada bien hace a la libre competencia en nuestro país.

El señor Gustavo Infantas Jibaja, Cámara Peruana de Radio y Televisión pidió que se consideren todos estos aportes y hechos, estamos en momentos difíciles que hay muchos intereses creados, en ese entendido, solicitó que en la dación de esta ley se tenga que considerar de manera especial el libre derecho y el acceso a la información. Las radios difusoras del interior del país necesitan mejoras y no ser discriminados.

El señor Presidente invitó a los congresistas a formular preguntas.

El congresista Rubén Ramos Zapana refirió que la propuesta se tiene que ajustar a las necesidades de la realidad, a la coyuntura de emergencia sanitaria, educativa y económica, y a la crisis de información. Precisó que la información de la publicidad estatal debe de ser clara e idónea. Estimó tomar en cuenta los alcances de las exposiciones.

El señor Presidente otorgó la palabra a los invitados para responder las inquietudes del congresista.

El señor Gustavo Infantas Jibaja, Cámara Peruana de Radio y Televisión dijo que efectivamente la publicidad no debe ser objeto de extorsión ni de manipulación, mucho menos de condicionar comentarios de beneficios en una u otra persona. La publicidad debe obedecer a cuestiones eminentemente técnicas de responsabilidad de comunicación entendiéndose de cómo va llegar el mensaje al país, se tiene que entender que el principio de comunicación es universal.

En esa misma medida, señaló que los medios de comunicación del interior del país recogen el sentir popular, las preocupaciones de la población y les da a conocer. Por otro lado, refirió que cuanto quisieran hoy que en la misma medida que se ha apoyado a las grandes radioemisoras del Perú con el programa reactiva Perú 1 y 2, se les pueda apoyar también a las radioemisoras de provincias entendiéndose que el Banco de la Nación pueda darles crédito con la tasa de interés que crea conveniente y con las garantías reales. Solo están pidiendo para cumplir con sus responsabilidades y competir con las grandes cadenas y señaló que hay emisoras que están cerrando y otras que han disminuido sus horas de transmisión.

Al respecto, el **señor José Aguilar Reátegui, Director de Regulación del Vice Ministerio de Comunicaciones** precisó que mediante decreto supremo en el mes de abril se prorrogó el pago de obligaciones de las radiodifusoras. Aclaró que se ha prorrogado por 6 meses y hace tres meses mediante resolución directoral se ha permitido que las empresas de radiodifusión puedan aumentar la potencia de sus radios para que puedan llegar a mayor alcance de la población. Entonces ya están autorizadas sin avisar previamente dada la emergencia nacional.

2. **Predictamen recaído en los Proyectos de Ley 5398/2020-CR, y 5772/2020-CR que propone la ley que modifica la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del**

Consumidor, promoviendo el uso eficiente de los planes de telefonía móvil e internet a favor de los consumidores.

El señor Presidente otorgó la palabra al señor Javier Dávila, asesor de la Comisión para que sustente los alcances del Predictamen recaído en los Proyectos de Ley 5398/2020-CR, y 5772/2020-CR que propone la ley que modifica la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, promoviendo el uso eficiente de los planes de telefonía móvil e internet a favor de los consumidores.

El señor Javier Dávila, asesor de la Comisión, sustentó los alcances del Predictamen en mención, señalando que tiene como objeto promover mecanismos de transparencia en el mercado de telefonía móvil e internet de manera que el usuario pueda tener un uso más eficiente y mejor calidad efectiva del servicio. No se debe olvidar que el Estado tiene la obligación de defender el interés económico de los consumidores y usuarios, por esta razón tiene la obligación de velar por la protección de los derechos que los usuarios del servicio público de telecomunicaciones, tales como: un servicio continuo, de calidad y obtener un servicio justo.

En ese sentido es oportuno que los usuarios a la telefonía móvil accedan a un servicio que permita consumir la totalidad de los minutos, mensajes de texto y datos de internet del plan elegido a libertad por el usuario, otorgado por el proveedor del servicio, sin importar el plan elegido por el usuario.

Para todos es conocido que las empresas que proveen el servicio de acceso a internet ofrecen en su publicidad velocidades atractivas para que el usuario tome una decisión de consumo. Sin embargo, una vez que el usuario tiene contratado el servicio, se observa que las velocidades de bajada y subida de datos a través de su conexión de internet contratada es muy inferior a la que le fue ofrecida, hecho que se ha evidenciado en este contexto que la mayoría de los usuarios vienen realizando sus labores y estudios desde sus hogares.

Por esa razón, dijo que es necesario mejorar las condiciones de velocidad, pero sin afectar inversiones en tecnología futuras y cuidando que no se afecte las posibilidades de acceso de los consumidores de las zonas rurales que por limitaciones tecnológicas aún no cuentan con los mismos niveles que se observan en las zonas urbanas. Para ello se considera tomar en cuenta la velocidad promedio que es una medida que mejora la conectividad en las zonas urbanas para la banda ancha sin desincentivar las inversiones en tecnología que son necesarias para cerrar la brecha digital.

Asimismo, indicó que otro aspecto importante que propone la norma es la referida a la acumulación de los planes de datos no utilizados por los usuarios. Actualmente, las compañías tienen prevista una política restrictiva para los usuarios que optan por utilizar planes menos costosos, una vez sobrepasados los datos contratados, las empresas pueden realizar el corte de los megas u ofertan el internet o te cobran por el excedente del consumo o simplemente la velocidad y calidad del internet baja de manera considerable.

De esa manera, resulta necesario impulsar esta iniciativa legislativa con la finalidad de lograr un diseño de planes mejores que les permita a los usuarios de telefonía móvil, en especial los de menores recursos, salvaguardar la justicia al pago realizado por los usuarios a través de acumular los megas que no han sido utilizados en su totalidad posteriormente.

Un punto importante, es que se promueve una mejor calidad de la información de manera que el consumidor pueda tener mejores elementos de juicio para tomar una decisión en su beneficio, pues no se debe olvidar que esa es la tarea esencial de nuestra comisión.

Cabe mencionar, que la propuesta legislativa cuenta con el antecedente legislativo del Proyecto de Ley 2502, el cual contó con opiniones favorables, como del del Ministerio de Transporte y Comunicaciones que señaló que, si bien la propuesta generaría beneficios a los usuarios, pues pagarían por servicios efectivamente prestados y utilizados, es necesario que las empresas adecuen sus sistemas para llevar un control efectivo de los consumos.

Luego, **el señor Presidente** abrió el debate e invitó a la participación de los congresistas miembros de la Comisión.

No hubo intervenciones, por lo que el señor presidente dio pase a la votación y atendiendo al pedido del congresista Campos Villalobos quien consideró que tenía observaciones y debería estudiarse mejor, **el señor Presidente** señaló que para mejor estudio y análisis, pasó el Predictamen a un cuarto intermedio.

3. Predictamen recaído en el Proyecto de Ley 5757/2020-CR que propone la ley que establece los derechos específicos del usuario y regula la resolución contractual de los servicios públicos de telecomunicaciones

El señor Presidente dio pase a la Secretaría Técnica para que sustente los alcances del Predictamen en mención.

La Secretaría Técnica sustentó los alcances del contenido del Predictamen, señaló que la propuesta tiene por objeto establecer los derechos específicos del usuario de los servicios públicos de telecomunicaciones e impedir que se atente contra el equilibrio contractual en las relaciones de consumo.

Asimismo, dijo que se establece que además de los derechos que contiene el Código del Consumidor, el usuario de los servicios públicos de telefonía, cable e internet tendrá los siguientes derechos a:

- a) Adoptar decisiones libres para contratar servicios públicos de telefonía, cable e internet, en atención al principio de soberanía del consumidor.
- b) Escoger libremente los servicios de telefonía, cable o internet de acuerdo a su necesidad o deseo.
- c) Resolver el contrato del servicio de telefonía, cable o internet en forma unilateral y sin expresión de causa, ni pago de gasto administrativo o penalidad impuesta como condición para resolver el contrato.

Explicó que se establece que la empresa proveedora del servicio público de telefonía, cable o internet no debe realizar cobro adicional por servicios que no han sido pactados ni autorizados sin el libre consentimiento del usuario.

También se establece respecto a la Resolución o desvinculación contractual que:

- La empresa proveedora del servicio público de telefonía, cable o internet garantiza a los usuarios la desvinculación contractual ágil y expeditiva a través de otros medios distintos a la denominada modalidad “call center”.
- La resolución del contrato se materializa con la sola presentación de comunicación escrita, electrónica o virtual de fecha cierta en la cual se valida la identidad del solicitante.
- Está permitida la resolución contractual por medio de aplicativos, plataformas web, vía whatsapp o correo electrónico, o cualquier otro medio virtual. En estos casos, la resolución es inmediata, sin exigir al usuario etapas previas o fases irrazonables que desalienten su intención de resolver el contrato. El Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel) verifica la idoneidad de los medios electrónicos, telemáticos o virtuales a fin de facilitar la resolución contractual en forma fácil y expeditiva.
- Cuando el usuario desee resolver el contrato en forma presencial, la empresa atenderá por orden de llegada, sin establecer un trato diferenciado respecto de quienes quieren resolver el contrato, con excepción del trato preferencial establecido en la Leyes de atención preferente a las mujeres embarazadas, los niños, los adultos mayores.

Cuando el contrato es a plazo forzoso, el abonado tiene derecho a resolver el contrato sin el pago de penalidad desproporcionada e irrazonable.

Finalmente, señaló que, en cuanto a la Fiscalización y sanción, se establece que el OSIPTEL fiscaliza y sanciona de oficio o a pedido del abonado los métodos, trabas, instrumentos técnico – burocráticos o mecanismos que tengan como finalidad imposibilitar al usuario a desvincularse del servicio o resolver el contrato, en la medida que afecta el interés económico del consumidor o que atentan contra el ejercicio de sus derechos. Y dijo que el Indecopi y el Osiptel, son competentes para ejercer las sanciones que correspondan, conforme a sus atribuciones establecidas en sus normas sectoriales. El Osiptel dictará las normas de carácter reglamentario para implementar la norma en 30 días.

Luego, **el señor Presidente** abrió el debate e invitó a la participación de los congresistas miembros de la Comisión.

No hubo intervención ni oposición, por lo que **el señor Presidente** sometió a votación nominal de los congresistas miembros presentes en la sala virtual de la Comisión, el dictamen recaído en el Proyecto de Ley 5757/2020-CR que propone mediante un texto sustitutorio la ley que establece los derechos específicos del usuario y regula la resolución contractual de los servicios públicos de telecomunicaciones, el cual fue aprobado por **UNANIMIDAD**; con la votación de los congresistas Robledo Gutarra Ramos, María Silupu Inga, Rolando Campos Villalobos, Robertina Santillana Paredes, José Luis Ancalle Gutiérrez, Rubén Ramos Zapana, Zenaida Solís Gutiérrez y Mariano Yupanqui Miñano.

Finalmente, solicitó la dispensa del trámite de aprobación del acta para ejecutar los acuerdos adoptados en la presente sesión, el mismo que fue votado a micrófono abierto, sin ninguna oposición, por lo que fue aprobado por **UNANIMIDAD**.

El señor Presidente levantó la Décima Cuarta Sesión Extraordinaria Virtual, siendo las 11 horas con 22 minutos.

JOSE LUIS LUNA MORALES
Presidente

ROBLEDO GUTARRA RAMOS
Secretario

La transcripción magnetofónica de la sesión que elabora el Área de Transcripciones del Departamento del Diario de Debates del Congreso de la República, es parte integrante de la presente Acta.