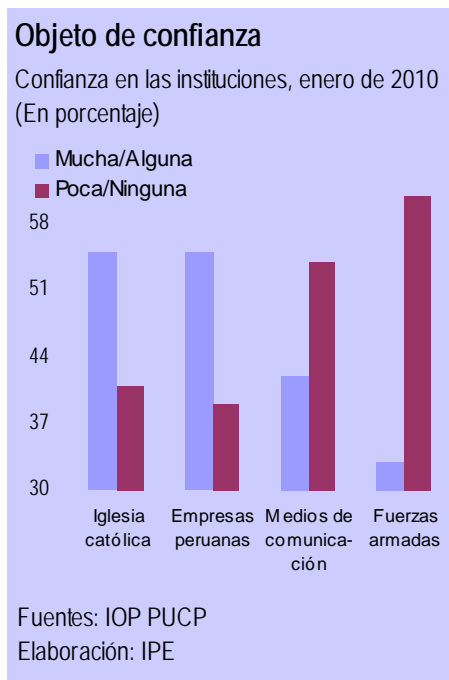


## Que no nos consuma el Código

*El presidente de Indecopi señaló que la participación de todos los agentes es la clave de la elaboración del Código de Consumo, aunque reconoce que conseguir la unanimidad de criterios es imposible. (Gestión, 04/02/2010)*



Nuevamente, se ha puesto sobre el tapete el Código de Consumo, cuya última versión conocida el año pasado requería muchos cambios, ya que su contenido era muy perjudicial para los consumidores a los que supuestamente buscaba proteger ([CD 02/11/09](#)). Como en la ocasión anterior, la nueva versión del Código de Consumo no es pública aún, pero por las consultas realizadas entendemos que, a pesar de importantes mejoras, aún es necesario realizar modificaciones adicionales.

El principal defecto del anteproyecto original del Código de Consumo es que tenía un sesgo paternalista y "controlista". Partía de una falsa premisa al asumir que el consumidor es incapaz de tomar una decisión adecuada aún si cuenta con la información necesaria. De ser así, la conclusión, también equivocada, es que el Estado debería dirigir las decisiones del consumidor, restringiendo su elección a aquellas opciones que el Estado juzgue convenientes para el mismo consumidor. Esta cuestionable visión del rol del Estado y de la regulación inevitablemente lleva a un controlismo para el cual no hay un límite claro. Si el consumidor no sabe decidir, entonces no hay restricción a lo que el Estado en principio debe decidir por él. No es posible constituir un marco regulatorio razonable bajo estas premisas.

El anteproyecto también asumía que las empresas siempre pueden imponer sus condiciones a los consumidores y por ello busca limitar los contratos que el consumidor puede aceptar. No obstante, la mejor forma de proteger al consumidor es promoviendo la competencia, la disponibilidad de información correcta y completa y el cumplimiento de los contratos; no prohibiendo la libertad de contratar. Resulta paradójico que el Estado quiera presentarse como el protector de los consumidores ante la empresa privada, cuando el informe de [Latinobarómetro 2009](#) muestra que los peruanos confían más en la empresa privada.

Luego de considerar las restricciones severas y contraproducentes que el anteproyecto impondría a la oferta de bienes y servicios disponibles para los consumidores, la norma termina siendo muy perjudicial para quienes pretende defender. Lo que se debería hacer es crear mecanismos que aseguren que los consumidores cuenten con información suficiente y que sus derechos libremente contratados sean respetados. Un buen ejemplo a seguir sería [Consumer report](#), que brinda en su portal información muy útil para los consumidores. Un ejemplo peruano es la iniciativa de hacer públicos los precios de las medicinas en las farmacias.