

LEY QUE MODIFICA LA LEY 29571- CÓDIGO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR CON EL OBJETO DE FORTALECER EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Los Congresistas de la República que integran el Grupo Parlamentario Bloque Democrático Popular, a la iniciativa del congresista **Edgard Reymundo Mercado**, al amparo de lo establecido en el Artículo 107° de la Constitución Política del Perú y de los artículos 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, proponen el Proyecto de Ley:

Proyecto de Ley

**EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA
HA DADO LA SIGUIENTE LEY:**

LEY QUE MODIFICA LA LEY 29571- CÓDIGO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR CON EL OBJETO DE FORTALECER EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Artículo 1.- Objeto de la ley

La presente ley tiene por objeto modificar el artículo 5° de la Ley 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, a fin de fortalecer el derecho a la información de los consumidores, transparentando el concepto por *recargo al consumo* informando de manera visible y clara en los establecimientos comerciales, permitiendo con ello al consumidor conocer que dicho establecimiento ya genera un cargo en el monto final a pagar conocido como propina a favor de sus trabajadores.

Artículo 2.- Modificación de la Ley 29571- Código de Protección y Defensa del Consumidor

Modifíquese el inciso 5.3 del artículo 5 de la Ley 29571- Código De Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

Artículo 5.- Exhibición de precios o de listas de precios (...)

5.3.
(...)

El empleador deberá indicar en lugar visible, de manera entendible y clara, sea en la lista de precios, carta de menú o letrero a los clientes que, en su establecimiento se ha establecido el concepto de recargo de consumo, precisando el porcentaje y señalando que el mismo corresponde a la propina que será entregada a los trabajadores de manera equitativa.

Asimismo, esta información deberá ser de conocimiento de los trabajadores para que los mismos puedan informar de ser consultados por los clientes, además, deberá ser comunicado a las autoridades laborales y tributarias en el momento que realicen acciones de fiscalización u otras, según corresponda.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. – El Poder Ejecutivo máximo en el plazo de 30 días de la vigencia de la presente norma, adecuará y deroga toda disposición legal que se oponga a la misma.

Lima, octubre de 2025

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA NORMATIVA

1.1. EL CONCEPTO DEL RECARGO AL CONSUMO EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

El concepto de recargo al consumo data su creación desde el año 1945, cuando la Federación de Trabajadores en Hoteles y Ramos Similares del Perú obtuvo con esfuerzo y lucha que los empleadores otorguen el 10% de la propina para los distritos de Lima, Callao y Bañeros, siendo un precedente positivo para que trabajadores de las regiones también lo requieran como un derecho laboral.

Posteriormente, mediante las leyes 14701 y 16658, de los años 1963 y 1967, respectivamente, la legislación fue delimitando los porcentajes del recargo a favor de sus trabajadores; sin embargo, existían muchas quejas de los mismos debido a que su distribución no era respetada por empleador, por lo que en el año 1980 se promulgó el Decreto Ley 23128, a través de la cual se precisaba como debía realizarse el reparto de dicho recargo a favor de los trabajadores.

En la actualidad, con las derogatorias y modificaciones realizadas a la norma correspondiente (Decreto Ley 25988) sobre recargo al consumo, se establece que los restaurantes y hoteles pueden fijar un recargo al consumo no mayor al 13%, en acuerdo con sus trabajadores y que, conforme a diversos informes de la SUNAT *“constituyen para tales trabajadores un ingreso de libre disponibilidad originado por su trabajo personal, no habiéndose establecido expresamente su inafectación respecto del Impuesto a la Renta, razón por la cual se encuentran gravados con este impuesto como rentas de quinta categoría cuando sean percibidos por trabajadores sujetos al régimen laboral del Decreto Legislativo N.º 728 y como rentas de cuarta categoría en caso sean percibidos por los trabajadores sujetos al régimen del Decreto Legislativo N.º 1057.”*¹

Sin embargo, la poca claridad de la norma ha permitido que hasta la fecha algunos negocios apliquen de manera irregular este monto, no favoreciendo a los trabajadores, quienes son el eje productivo de los negocios. A pesar que la norma data del año 1992, la misma no cuenta con reglamentación, no permitiendo fiscalizar si el dinero llega realmente a los trabajadores y abre las puertas a que cada restaurante cobre porcentajes diferenciados, sin una clara información hacia los usuarios.

La gran mayoría de restaurantes colocan este recargo al consumo en sus boletas consignando las siglas RC o DL 25988, sin ser explicado de manera clara y entendible, originando muchas veces que el consumidor entregue adicionalmente un incentivo o comúnmente llamada *propina* a los trabajadores

¹ INFORME N.º 191-2019-SUNAT/7T0000

que los atienden, sin saber que ya en su pago final se les está recargando dicho concepto, sin saber cuánto es el porcentaje.

Asimismo, muchos trabajadores que atienden conocidos como mozos o azafatas cuando se les consulta por dichas siglas no la conocen, no debiendo ello ocurrir pues dicho concepto es para su beneficio, por lo que sin saber señalan al final del servicio al consumidor si desean apoyar con una propina, originando que éste caiga en error otorgando un estipendio adicional.

Para diversos especialistas en derechos al consumidor, como el Dr. Jaime Delgado, ex congresista y fundador del ASPEC, organización que defiende los derechos de los consumidores, señala que el recargo al consumo se refleja como una "propina camuflada", al ser parte de un beneficio que el Estado promulgó hace más de 30 años y que, debido a la falta de transparencia de las empresas, ha sido usada de manera irregular y perjudicial contra los consumidores y los trabajadores.²



Fuente: Ojo Público

² <https://lpderecho.pe/recargo-consumo-propina-camuflada-obligatoria-restaurantes-hoteles/>

1.2. PROPINA DISFRAZADA O RECARGO AL CONSUMO: COBRO QUE NO ES INFORMADO DE MANERA CLARA AL CONSUMIDOR.

Muchos de nosotros, porque tenemos un familiar que realiza el trabajo de mozo o azafata, porque somos respetuosos del esfuerzo de dichos trabajadores o porque nos parece correcta la atención al público, dejamos un valor económico el cual conocemos como propina.

Es libertad del consumidor dejar este estímulo económico por las razones que considere justificadas, pero también somos libres de no hacerlo, pero esta libertad no es total, pues existe una norma que autoriza a las empresas que recarguen un consumo sobre este concepto, generándose en un acto impositivo, sumado a ello, a pesar que el consumidor sin saber acepta esta condición, este monto no es entregado a los trabajadores, originando que el abuso de las empresas infrinjan los derechos de los consumidores y laborales.

El recargo al consumo se ha convertido en muchos establecimientos, tales como restaurantes y hoteles como una propina disfrazada que no es informada, pues a pesar que ya esta recargado en la boleta de venta, el mozo o azafata muchas veces sin saber te solicitan un monto por propina, originando que el consumidor otorgue dos veces un monto por el mismo concepto, siendo engañado sin saberlo, por la falta de información y transparencia.

Uno de los derechos mas relevantes del consumidor es el derecho a la información, recogida en el Código de Protección al Consumidor, la cual señala que la información debe ser clara, veraz, completa y oportuna; asimismo, este derecho es reconocido constitucionalmente, mediante el cual se establece que el Estado defiende los intereses de los consumidores y usuarios a través del derecho a la información.

Por lo que, la situación de falta de claridad y transparencia sobre el concepto del recargo al consumo, vulnera el derecho a la información de los consumidores, debido a que no son informados debido a que la norma no especifica que dicho recargo al consumo debe ser comunicado a los clientes, sin embargo, si señala que debe ser informado a sus trabajadores, entonces el consumidor se encuentra en el riesgo de que el ser informado no es una obligación por parte del establecimiento ni de los trabajadores, que en su mayoría desconocen dicho concepto.

Ante esta situación, como legisladores nos corresponde legislar sobre los vacíos de la normatividad, sobre todo si perjudica a los consumidores, motivo por el cual se presenta una iniciativa legislativa para determinar que los consumidores sean informados de manera clara, oportuna y visible sobre el concepto del recargo al consumo, modificando el Código de Protección al Consumidor.

1.3. NECESIDAD DE FORTALECER EL DERECHO A LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES ECONÓMICOS DE LOS CONSUMIDORES, MEDIANTE LA MODIFICACIÓN DEL CODIGO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Lo que viene generando la falta de transparencia por la nula información que se le brinda a los consumidores respecto al concepto de recargo al consumo es un perjuicio directo a sus intereses, por lo que corresponde modificar la norma de Protección y Defensa del Consumidor, Ley 29571, para corregir dicha situación, pues los establecimientos no pueden incluir un recargo al consumo sin advertirle previamente al consumidor que lo van hacer y, mucho menos, solicitar propina cuando al monto facturado ya han adicionado el recargo al consumo.

Al respecto, el Código de Protección y Defensa del Consumidor determina en el su artículo 4.2. que los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas o recargos adicionales al precio fijado, su articulado 5.3. señala que dicha excepción es el recargo al consumo la cual debe ser informado de manera oportuna, accesible y visible³, pero la falta de precisión en la forma y oportunidad que debe ser comunicado a los consumidores han originado que los empresarios no respeten el derecho a la información de los consumidores, debido a que si ya estamos pagando por un concepto a favor de los trabajadores como recargo de consumo, porque tendríamos que entregar un estipendio adicional, esa decisión debe depender del propio consumidor pero teniendo la información clara al respecto.

Como lo mencionamos, el consumidor tiene la libertad de entregar un estipendio adicional porque nos encontramos conformes del servicio y la atención, pero conociendo que ya existe un recargo que es entregado de manera equitativa a los trabajadores, no haciéndoles incurrir en error, que de buena fe entreguen una propina sin tener la información visible y oportuna sobre la existencia de un recargo al consumo ya existente.

Por todo lo antes expuesto, se encuentra debidamente justificada la propuesta normativa planteada pues la misma tiene como objeto fortalecer el derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores, transparentando la información del concepto por recargo al consumo en los establecimientos comerciales de manera visible y clara, permitiendo al consumidor conocer que dicho establecimiento ya genera un cargo en el monto final a pagar por concepto de propina a favor de sus trabajadores, respetando el Principio de Transparencia del consumidor.

II. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente iniciativa no genera gastos al tesoro público ni impacta negativamente al Estado, por el contrario, lo que busca es fortalecer el derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores, al permitirles

³ Código de Protección y Defensa del Consumidor - ley nº 29571

tener información clara, entendible y visible respecto al monto por recargo al consumo que se les efectúa en su consumo final, a fin de que puedan decidir libremente sobre el entregar un monto adicional a la propina que por derecho les corresponde a los trabajadores.

Por el contrario, la presente norma permitirá que los consumidores decidan de manera transparente sobre el uso correcto de su dinero al momento de hacer efectivo un servicio, sin que tengan que pagar un monto adicional por el concepto de propina que por ley ya se encuentra contemplada en el recargo al consumo.

III. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente ley no colisiona con norma alguna vigente, al contrario, se plantea una iniciativa legislativa que no contradice lo dispuesto en la Constitución Política del Perú, pues la iniciativa se fundamenta en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú, que obliga al Estado a proteger los intereses de los consumidores, y en el artículo VI del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que promueve normativas actualizadas para garantizar la seguridad y salud de los usuarios.

Asimismo, fortalece el Principio de Transparencia, que es desarrollado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, que detalla derechos específicos como la idoneidad del producto, la información veraz, y la protección contra prácticas abusivas, con la finalidad de proteger a los consumidores.

IV. VINCULACIÓN CON EL ACUERDO NACIONAL Y SUS POLÍTICAS NACIONALES

La presente iniciativa se enmarca en las siguientes políticas del Acuerdo Nacional:

- 17. Afirmación de la economía social de mercado.⁴
- 24. Afirmación de un Estado eficiente y transparente.⁵

Asimismo, tiene vinculación con los objetivos de Agenda Legislativa para el periodo anual de sesiones 2024 -2025.⁶

⁴ <https://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado/politicas-de-estado-castellano/>

⁵ <https://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado/politicas-de-estado-castellano/>

⁶ <https://comunicaciones.congreso.gob.pe/noticias/congreso-aprueba-agenda-legislativa-para-el-periodo-anual-de-sesiones-2024-2025/>

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”