



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



Firmado digitalmente por
VILLANUEVA ESLAVA Alberto FAU
20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29.12.2025 17:32:50 -05:00

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

San Borja, 29 de Diciembre del 2025

OFICIO N° 000671-2025-PRE/INDECOPI

Señora

MILAGRITOS PASTOR PAREDES

Secretaria de la Secretaría de Coordinación

Presidencia del Consejo de Ministros

Presente.-

Asunto: Opinión sobre el Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR

Referencia: Oficio N°D02253-2025-PCM-SC
Oficio PO N°140-2025-2026-CODECO/CR

De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarla muy cordialmente y, a su vez brindar atención al pedido de opinión técnico legal sobre el Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR, "Ley que regula las llamadas de oferta comercial telefónica a fin de garantizar el derecho del consumidor a la tranquilidad y la seguridad".

Al respecto, a fin de cumplir con lo solicitado, sírvase encontrar adjunto el Informe N° 0225-2025-DPC/INDECOPI, emitido por Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor y la Dirección de Fiscalización del INDECOPI.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresarle mi especial consideración.

Atentamente,

Firmado digitalmente por:

ALBERTO VILLANUEVA ESLAVA

Presidente Ejecutivo

c.c.: Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual

Calle De la Prosa 104 - San Borja, Lima.Perú/ Central:(511) 224-7800

<https://www.gob.pe/indecopi>



Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://enlinea.indecopi.gob.pe/verificador/> e ingresando el siguiente código de verificación: **YOUTDFB**



*"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"*

San Borja, 18 de Diciembre del 2025

INFORME N° 000225-2025-DPC/INDECOPI

A : **ALBERTO VILLANUEVA ESLAVA**
Presidente Ejecutivo

: **DIOSELINA ESTHER URBINA CRUZ**
Gerenta General

C.C. : **OLGA CAROLINA COMBE JEANNEAU**
Jefa
Oficina de Asesoría Jurídica

DE : **ANNA PATRICIA WILLSTATTER VÁSQUEZ**
Directora
Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

MILAGROS POZO AZCUÑA
Directora
Dirección de Fiscalización

ASUNTO : Opinión sobre el Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR, Ley que regula las llamadas de oferta comercial telefónica a fin de garantizar el derecho del consumidor a la tranquilidad y la seguridad

REFERENCIA : a) Oficio PO N° 140-2025-2026-CODECO/CR
b) Oficio N° D002253-2025-SC
c) Hoja de Trámite N° 003795-2025-PRE/INDECOPI
d) Hoja de Trámite N° 003910-2025-PRE/INDECOPI

I. ANTECEDENTES

1. Mediante el documentos a) y b) de la referencia, la Presidenta de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República y la Secretaría de Coordinación de la Presidencia del Consejo de Ministros, respectivamente, solicitaron al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi, emitir opinión técnica sobre al Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR, Ley que regula las llamadas de oferta comercial telefónica a fin de garantizar el derecho del consumidor a la tranquilidad y la seguridad (en adelante, el Proyecto de Ley).
2. En ese sentido, con documentos c) y d) la Presidencia Ejecutiva solicitó a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (en adelante, la DPC) y la Dirección de Fiscalización (en adelante, la DFI) emitir opinión a fin de atender la solicitud recibida.

I. ANÁLISIS

- a) **Competencias de las áreas involucradas para emitir opinión sobre el Proyecto de Ley**

3. El artículo 135 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código), establece la competencia del Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, para velar por el cumplimiento de las

disposiciones contenidas en dicha norma, sin perjuicio de las atribuciones y autonomía de los demás integrantes que conforman el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor.

4. En ese contexto, la DPC, en el marco de sus funciones¹, es la encargada de emitir opinión técnica en el ámbito de su competencia y de articular las acciones necesarias que faciliten el funcionamiento del Sistema.
5. Por otro lado, de acuerdo con el Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, la DFI tiene como función emitir opiniones técnicas dentro de su ámbito de competencia². Además, el artículo 98³ establece que la DFI es responsable de verificar el cumplimiento de obligaciones legales y contractuales de los sujetos fiscalizables que desarrollan actividades bajo la competencia del Indecopi, en virtud de facultades delegadas por sus órganos resolutivos.

b) Contenido del Proyecto de Ley

6. El Proyecto de Ley busca modificar el literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código, referido a los métodos comerciales agresivos o engañosos prohibidos, en los siguientes términos:

Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor	
Texto vigente	Propuesta de modificación
<p>Artículo 58.- Definición y alcances 58.1 El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.</p> <p>En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen: (...) e. Emplear centros de llamada (call centers), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así</p>	<p>Artículo 58.- Definición y alcances 58.1. El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.</p> <p>En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen: (...) e. Emplear centros de llamada (call centers), sistemas de llamada telefónica, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como</p>

¹ **RESOLUCION N° 000063-2021-PRE/INDECOPI, TEXTO INTEGRADO DEL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

Artículo 100.- Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor es el órgano de línea responsable de coordinar y ejecutar las acciones que corresponden al INDECOPI en su calidad de ente rector del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, de conformidad con lo previsto en la Ley N° 29571 - Código de Protección y Defensa del Consumidor, en coordinación con las unidades de organización competentes en materia de protección al consumidor del INDECOPI.
 (...)

Artículo 101.- Funciones de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

Son funciones de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor las siguientes:
 a) Articular con entidades públicas y privadas las acciones necesarias y conjuntas que faciliten el funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.
 (...)
 o) Emitir opinión técnica en el ámbito de su competencia.

² **TEXTO INTEGRADO DEL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, APROBADO POR RESOLUCIÓN N° 000063-2021-PRE/INDECOPI**

Artículo 99. – Funciones de la Dirección de Fiscalización

Son funciones de la Dirección de Fiscalización las siguientes: (...)
 h) Emitir opinión técnica en el ámbito de su competencia.
 (...)

³ **TEXTO INTEGRADO DEL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, APROBADO POR RESOLUCIÓN N° 000063-2021-PRE/INDECOPI**

Artículo 98. – Dirección de Fiscalización

La Dirección de Fiscalización es el órgano de línea responsable de la verificación del cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales, por parte de los sujetos fiscalizables que realizan actividades sujetas a la competencia del INDECOPI. Asimismo, formula y propone normas que regulen la actividad de fiscalización, y herramientas que coadyuven a su desarrollo.

como prestar el servicio de telemarketing a consumidor alguno, con la única excepción del envío de comunicación comercial o publicitaria a aquel consumidor que, por iniciativa propia, se contacte directamente con el proveedor y manifieste su consentimiento libre, previo, informado, expreso e inequívoco de ser contactado a través de un número telefónico, dirección electrónica o cualquier otro medio análogo de comunicación. Este consentimiento puede ser revocado, con efecto inmediato y sin expresión de causa, en cualquier momento y conforme a la normativa que rige la protección de datos personales. La vulneración a esta prohibición o a su revocatoria es considerada infracción muy grave.

(...)"

prestar el servicio de telemarketing, que no se encuentren bajo los siguientes lineamientos:

1. Se prohíbe realizar ofertas comerciales fuera del horario establecido por la autoridad competente;
2. Se prohíbe realizar ofertas comerciales los días domingos y feriados, a excepción que el consumidor autorice de manera expresa recibir ofertas comerciales;
3. Se prohíbe realizar ofertas comerciales a los consumidores que han rechazado recibirlas mediante el mecanismo que la autoridad competente determine o que el proveedor implemente voluntariamente, siempre que el mecanismo implementado por este último cumpla con la finalidad del presente numeral.

De no respetarse los siguientes parámetros, el proveedor incurrirá en una falta grave y será sujeto de sanción administrativa por la autoridad administrativa correspondiente."

7. Por su parte, la Única Disposición Complementaria Final del Proyecto de Ley plantea que, para su implementación, el Poder Ejecutivo debe emitir el decreto supremo que regule las horas de ofertas comerciales, así como las disposiciones reglamentarias complementarias necesarias para su correcta implementación.
8. Como fundamento de la propuesta, la Exposición de Motivos señala que, en medio de la creciente digitalización y el uso intensivo de telecomunicaciones con fines comerciales, las llamadas telefónicas no solicitadas —también conocidas como llamadas *spam*— se han convertido en una problemática que afecta la tranquilidad, privacidad y seguridad de los consumidores.
9. En ese contexto, el proyecto tiene como objetivo principal proteger los derechos de los consumidores, en especial, el derecho a la tranquilidad, paz y seguridad personal; el derecho a elegir libremente los productos o servicios que desean adquirir, sin ser objeto de coerción o acoso; así como el derecho a no ser contactado por medios invasivos si así lo ha manifestado expresamente.
10. Asimismo, la legisladora señala que actualmente el marco normativo reconoce el derecho del consumidor a no ser objeto de prácticas comerciales agresivas, sin embargo, no contempla límites operativos claros sobre las comunicaciones no deseadas, por lo que con la propuesta fortalecería la legislación en favor del consumidor al establecer prohibiciones expresas de llamadas comerciales en días domingos y feriados —salvo consentimiento expreso—, determinar que los proveedores deben respetar horarios establecidos por la autoridad competente e impulsar la creación de mecanismos para que los consumidores puedan excluirse voluntariamente de estas comunicaciones, lo que fomenta el principio de autodeterminación informativa.

c) Análisis del Proyecto de Ley

• **Sobre el tratamiento de las llamadas no deseadas**

11. Las llamadas no deseadas —también denominadas llamadas *spam*— son comunicaciones que realizan empresas o centrales de llamadas (*call centers*) para ofrecer productos o servicios a los consumidores, que generan incomodidad o molestia debido a que no fueron solicitadas expresamente o por su carácter persistente e impertinente.
12. Estas provienen de interlocutores humanos, así como de sistemas automáticos también conocidos como "*robocalls*"⁴, "llamadas robot" o "llamadas automatizadas", que se

⁴ Alude a las llamadas telefónicas hechas por una computadora con un mensaje grabado.

caracterizan por contactar a los usuarios mediante marcadores automáticos que operan a distintas horas del día y mediante diversos números telefónicos⁵.

13. Uno de los rasgos particulares de este tipo de llamadas es que, aun cuando su afectación a los consumidores y usuarios es evidente, no siempre es posible identificar al responsable, debido a la gran cantidad de números que se utilizan y dado que no siempre se recibe una respuesta al contestar.
14. En la actualidad, esta problemática se ha intensificado, especialmente debido al aprovechamiento de los avances en las tecnologías de la información. Por ejemplo, tal como se indica en la Exposición de Motivos, en el año 2022 esta Dirección promovió la encuesta denominada “Comunicaciones sin consentimiento”⁶ con el propósito de comprender mejor las implicancias de este problema en el ámbito del consumo⁷. Los datos reunidos incluyeron respuestas de 10,809 personas encuestadas, pudiendo constatarse lo siguiente:
 - Casi el 99% de encuestados recibían de cuatro (4) a más llamadas no deseadas al día.
 - Aproximadamente el 18% de estas llamadas, tenían por finalidad la venta y promoción de productos y servicios, mientras que en un 30% de ellas no se podía determinar la razón, debido a que nadie atendía la llamada.
 - Solamente el 2.4% y 13.6 % de los encuestados reconocían haber brindado su consentimiento para ser contactado o no recordaba haberlo brindado, respectivamente; en tanto que el resto respondió que no brindó su consentimiento.
15. En el periodo 2023-2025, los conflictos de consumo originados por comunicaciones no consentidas a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto y correos electrónicos derivaron en la imposición de sanciones en sede administrativa por parte de Indecopi, a nivel nacional.
16. Durante este periodo, se sancionó a un total de 31 proveedores, imponiéndose 53 sanciones y multas que sumaron 151.2 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). El 81.1 % de las comunicaciones sin consentimiento se realizaron mediante llamadas telefónicas, seguidas por correos electrónicos (18.9 %) y mensajes de texto (7.5 %). Los proveedores del sistema financiero fueron los más sancionados, acumulando 22 sanciones y 17.8 UIT en multas, mientras que los proveedores de telecomunicaciones registraron 11 sanciones y 105.3 UIT en multas. La referida información se aprecia en los cuadros siguientes.

⁵ Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos. En: <https://www.fcc.gov/consumers/guides/stop-unwanted-robocalls-and-texts>

⁶ Esta encuesta fue realizada entre el 27 de junio y 17 de julio de 2022 de manera *online*, siendo autoaplicada a un total de 10,833 personas mayores de 18 años a nivel nacional.

⁷ Disponible en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3619072/Comunicaciones%20sin%20consentimiento.pdf.pdf?v=1663019735>

Cuadro N.º 1
Sanciones impuestas por infracciones relacionadas con comunicaciones sin consentimiento, según la actividad económica⁸
 (01/01/2023 – 02/10/2025)

N.º	Actividades económicas sancionadas	N.º de sanciones ^{1/}	Monto de la multa en UIT
1	Sistema financiero (bancario y no bancario)	22	17.8
2	Telecomunicaciones	11	105.3
3	Servicios profesionales, técnicos y otros	10	15.8
4	Seguros	3	2.8
5	Comercio minorista de textiles, prendas de vestir y calzado	2	4.6
6	Transporte por vía aérea	1	3.5
7	Educación superior	1	1.4
8	Comercio minorista de línea blanca, marrón y otras	1	0.0
9	Servicios de salud humana	1	0.0
10	Servicios varios	1	0.0
Total		53	151.2

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

Cuadro N.º 2
Sanciones impuestas por infracciones relacionadas con comunicaciones sin consentimiento, según la actividad económica

N.º	Fecha de resolución	N.º de resolución	Actividad económica	Materia	Proveedor	Tipo de sanción	Monto de multa en UIT	Medio de las comunicaciones sin consentimiento ^{1/}
1	2023-01-11	0116-2023/CC1	SISTEMA FINANCIERO	TARJETA DE CRÉDITO	SCOTIABANK PERU SAA	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
2	2023-04-19	1054-2023/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO HIPOTECARIO	SCOTIABANK PERU SAA	AMONESTACIÓN	0.00	CORREO ELECTRÓNICO
3	2023-04-19	1058-2023/SPC	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	AMERICA MOVIL PERU S.A.C.	MULTA	5.00	LLAMADA
4	2023-04-26	1116-2023/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	CREDISCOTIA FINANCIERA S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA WHATSAPP
5	2023-06-20	0044-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	BANCO BBVA PERU	MULTA	1.40	LLAMADA
6	2023-06-20	0044-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	BANCO BBVA PERU	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
7	2023-06-20	0044-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	ADMINISTRACIÓN DE ESTACION	MASTER CENTER AMERICAS SO	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
8	2023-06-21	1457-2023/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	BANCO INTERAMERICANO DE FI	AMONESTACIÓN	0.00	CORREO ELECTRÓNICO
9	2023-07-17	1972-2023/SPC	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	TELEFONICA DEL PERU SAA	MULTA	10.00	MENSAJE DE TEXTO
10	2023-08-09	0056-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	DEPÓSITO A PLAZO FIJO	SCOTIABANK PERU SAA	MULTA	2.90	LLAMADA
11	2023-08-09	0056-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	DEPÓSITO A PLAZO FIJO	SCOTIABANK PERU SAA	MULTA	2.60	LLAMADA
12	2023-08-09	0056-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	GESTION DE SERVICIOS COMPA	MULTA	0.90	LLAMADA
13	2023-09-20	2147-2023/CC1	SISTEMA FINANCIERO	PRÉSTAMO PERSONAL	BANCO DE CREDITO DEL PERU	AMONESTACIÓN	0.00	MENSAJE DE TEXTO CORREO ELECTRÓNICO
14	2023-09-29	0069-2023/CC3	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	TELEFONICA DEL PERU SAA	MULTA	55.80	LLAMADA
15	2023-09-29	0069-2023/CC3	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	TELEFONICA DEL PERU SAA	MULTA	1.90	LLAMADA
16	2023-09-29	0069-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	COVSIAN ESPAÑA S.L., SOCIEC	MULTA	2.10	LLAMADA
17	2023-10-24	0076-2023/CC3	SEGUROS	SEGURO CONTRA ACCIDENTES	RIMAC SEGUROS Y REASEGURI	MULTA	1.70	LLAMADA
18	2023-10-24	0076-2023/CC3	SEGUROS	SEGURO CONTRA ACCIDENTES	RIMAC SEGUROS Y REASEGURI	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
19	2023-10-24	0076-2023/CC3	SERVICIOS VARIOS	OTROS SERVICIOS	BPU GROUP S.A.C.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
20	2023-10-24	0075-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	CUENTA DE AHORROS	CREDISCOTIA FINANCIERA S.A.	MULTA	0.40	LLAMADA
21	2023-10-24	0075-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	IDEAS DIFERENTES S.A.C.	MULTA	0.40	LLAMADA
22	2023-10-31	0077-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	SERVICIOS DE CALL CENTER DE	MULTA	0.40	LLAMADA
23	2023-11-07	0079-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	AGENCIA DE EMPLEOS	TCONTACTO SOCIEDAD ANONIM	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
24	2023-11-07	0079-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	CUENTA DE AHORROS	ALFIN BANCO S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
25	2023-11-14	0081-2023/CC3	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	AMERICA MOVIL PERU S.A.C.	MULTA	0.50	LLAMADA
26	2023-11-14	0081-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	TERCERIZA PERU S.R.L.	MULTA	0.50	LLAMADA
27	2023-11-17	0082-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	TARJETA DE CRÉDITO	BANCO DE CREDITO DEL PERU	MULTA	3.00	LLAMADA
28	2023-11-21	0085-2023/CC3	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	ENTEL PERU S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
29	2023-11-21	0085-2023/CC3	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	ENTEL PERU S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
30	2023-11-21	0085-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	STRATTON PERU S.A.C.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
31	2023-12-05	0089-2023/CC2	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	BANCO PICHINCHA	MULTA	4.80	LLAMADA
32	2023-12-05	0089-2023/CC3	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	BANCO PICHINCHA	MULTA	2.70	LLAMADA
33	2023-12-05	0089-2023/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	TARGET MARKETING OUTSOUR	MULTA	2.70	LLAMADA
34	2024-01-10	0056-2024/CC1	SISTEMA FINANCIERO	TARJETA DE CRÉDITO	FINANCIERA EFECTIVA S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
35	2024-01-10	0028-2024/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	SCOTIABANK PERU SAA	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA CORREO ELECTRÓNICO
36	2024-01-26	0037-2024/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CUENTA DE AHORROS	SCOTIABANK PERU SAA	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
37	2024-02-21	0498-2024/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	CREDISCOTIA FINANCIERA S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
38	2024-03-04	0146-2024/CC1	SISTEMA FINANCIERO	PRÉSTAMO PERSONAL	CREDISCOTIA FINANCIERA S.A.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA WHATSAPP
39	2024-03-20	0745-2024/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	BANCO DE CREDITO DEL PERU	AMONESTACIÓN	0.00	CORREO ELECTRÓNICO
40	2024-04-08	0965-2024/SPC	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	ENTEL PERU S.A.	MULTA	14.93	LLAMADA
41	2024-04-25	0882-2024/CC2	COMERCIO MINORISTA	VENTA DE ARTÍCULOS DE USO	INTEGRA RETAIL S.A.C.	AMONESTACIÓN	0.00	CORREO ELECTRÓNICO
42	2024-09-20	1944-2024/CC2	TRANSPORTE POR VÍ	TRANSPORTE DE PASAJEROS	SKY AIRLINE PERU S.A.C.	MULTA	3.43	CORREO ELECTRÓNICO
43	2024-09-26	2007-2024/CC2	COMERCIO MINORISTA	VENTA DE PRENDAS DE VESTIF	EL S A	AMONESTACIÓN	0.00	CORREO ELECTRÓNICO
44	2024-09-26	1978-2024/CC2	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	AMERICA MOVIL PERU S.A.C.	MULTA	5.56	LLAMADA
45	2024-11-04	0035-2024/CC3	SEGUROS	SEGUROS GENERALES	PACIFICO COMPAÑIA DE SEGU	MULTA	1.10	LLAMADA CORREO ELECTRÓNICO
46	2025-01-16	0006-2025/CC3	TELECOMUNICACIONE	VENTA DE EQUIPOS TELEFÓN	TELEFONICA DEL PERU SAA	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
47	2025-01-17	0162-2025/CC1	SERVICIOS DE SALUD	SERVICIOS DE CONSULTORIO	ONCOSALUD S.A.C.	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA
48	2025-01-23	0014-2025/CC3	SISTEMA FINANCIERO	CUENTA DE AHORROS	SCOTIABANK PERU SAA	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA WHATSAPP
49	2025-03-13	0609-2025/CC2	EDUCACIÓN SUPERIOR	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN D	MULTA	1.41	WHATSAAPP
50	2025-03-28	0106-2025/CC3	TELECOMUNICACIONE	SERVICIOS DE TELECOMUNICA	TELEFONICA DEL PERU SAA	MULTA	11.60	LLAMADA
51	2025-04-16	1319-2025/CC1	SISTEMA FINANCIERO	CRÉDITO DE CONSUMO	FINANCIERA OHI S.A. O FINANCI	AMONESTACIÓN	0.00	LLAMADA MENSAJE DE TEXTO
52	2025-05-15	1490-2025/SPC	COMERCIO MINORISTA	VENTA DE PRENDAS DE VESTIF	TIENDAS POR DEPARTAMENTO	MULTA	4.64	MENSAJE DE TEXTO CORREO ELECTRÓNICO
53	2025-09-08	0054-2025/CC3	SERVICIOS PROFESIO	OTROS SERVICIOS PARA EMPF	IMPULSA365 S.A.C.	MULTA	8.80	LLAMADA

Elaboración: Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

⁸ Las sanciones incluyen multas y amonestaciones. Fuente: Registro de Infracciones y Sanciones (RIS) del Indecopi.

17. De este modo, la evidencia muestra que los consumidores reciben una gran cantidad de llamadas comerciales sin consentimiento, y, que, a diferencia del *spam* recibido por correo electrónico, mensajes de texto o WhatsApp, que pueden ser ignorados con facilidad, las llamadas no deseadas exigen atención inmediata, ya que, incluso cuando el consumidor identifica que la llamada contiene información no solicitada y decide interrumpirla, ya ha perdido tiempo, recursos y productividad.
18. Esta problemática ha sido abordada en el numeral 58.1 del artículo 58 del Código, mediante el cual se establece la definición y alcances⁹ de los métodos comerciales agresivos o engañosos y se señala una lista ejemplificativa de prácticas que califican como tales, entre las cuales se encuentran las conductas definidas en los literales d) y e), que establecen las siguientes prohibiciones:
- d. **“Realizar visitas en persona al domicilio del consumidor *o realizar proposiciones no solicitadas, por teléfono, fax, correo electrónico u otro medio, de manera persistente e impertinente, o ignorando la petición del consumidor para que cese este tipo de actividades.*”**
- e. **“Emplear centros de llamada (call centers), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como prestar el servicio de telemarketing a consumidor alguno, con la única excepción del envío de comunicación comercial o publicitaria a *aquel consumidor que, por iniciativa propia, se contacte directamente con el proveedor y manifieste su consentimiento libre, previo, informado, expreso e inequívoco de ser contactado a través de un número telefónico, dirección electrónica o cualquier otro medio análogo de comunicación.* Este consentimiento puede ser revocado, con efecto inmediato y sin expresión de causa, en cualquier momento y conforme a la normativa que rige la protección de datos personales. La vulneración a esta prohibición o a su revocatoria es considerada infracción muy grave.”**
19. De esta forma, de acuerdo con lo establecido en el literal d), los proveedores no pueden comunicarse con los consumidores para realizar propuestas no solicitadas, de manera persistente o impertinente, es decir, en una cantidad no razonable de veces dentro de un periodo de tiempo o en horarios no oportunos; debiendo, además, respetar las peticiones del consumidor para que cesen estas comunicaciones.
20. Sobre este punto es preciso señalar que la norma no define de manera expresa qué debe entenderse por el término “impertinente”, el cual podría resultar amplio y susceptible de interpretación subjetiva considerando que la disposición no establece límites respecto a la oportunidad en la que el contacto realizado por un proveedor podría ser calificado como una proposición no solicitada.
21. Por otro lado, de la lectura del literal e) se desprende que los proveedores únicamente pueden utilizar los datos personales de los consumidores y contactarlos con fines comerciales o de publicidad, siempre que estos últimos, por iniciativa propia, se comuniquen previamente con el proveedor y manifiesten su consentimiento libre, previo, informado, expreso e inequívoco para recibir este tipo de comunicaciones.
22. Como vemos, mientras que el primer supuesto se enfoca en aquellas llamadas persistentes e impertinentes o que se siguen realizando pese a la petición del consumidor para que cese este tipo de actividades; en el segundo, se destaca la falta de consentimiento como elemento central que sustenta su prohibición.
23. Cabe precisar que, el uso de medios automatizados por parte de las empresas no resulta una práctica ilegal por sí misma, sin embargo, estas deben emplearse una vez que el consumidor solicitó expresamente al proveedor el envío de comunicaciones comerciales a través de estos medios, brindando su consentimiento y autorización para ello, en concordancia con el literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código.
24. **De la lectura integral del numeral 58.1 del artículo 58 del Código, se observa que dicho dispositivo no establece un límite de horarios o días específicos para que los proveedores**

⁹ LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR
Artículo 58. Definición y alcances

58.1. El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.
(...)

puedan realizar comunicaciones con fines comerciales. Esta ausencia de parámetros permitiría que las llamadas se efectúen en momentos inoportunos, afectando la tranquilidad de los consumidores.

25. En relación con ello, los resultados de la encuesta “Comunicaciones sin consentimiento” evidencian que, entre quienes indicaron recibir llamadas de números no registrados o desconocidos, el 39,2 % manifestó que estas ocurren entre 4 y 6 veces al día; mientras que el 96,5 % señaló que se realizan principalmente de lunes a viernes, generando afectaciones al coincidir con horarios laborales. Asimismo, el 51,4 % indicó que también se efectúan durante los fines de semana, como se aprecia en los gráficos siguientes:

Gráfico 1: Número de llamadas recibidas al día

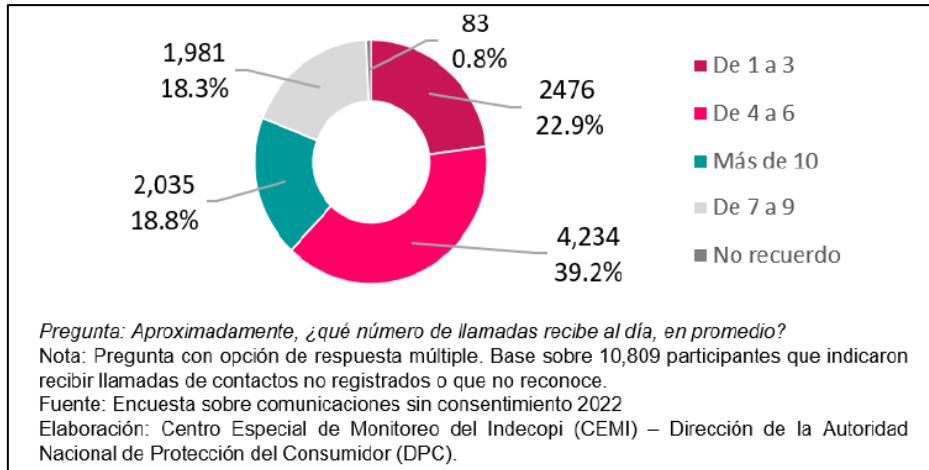
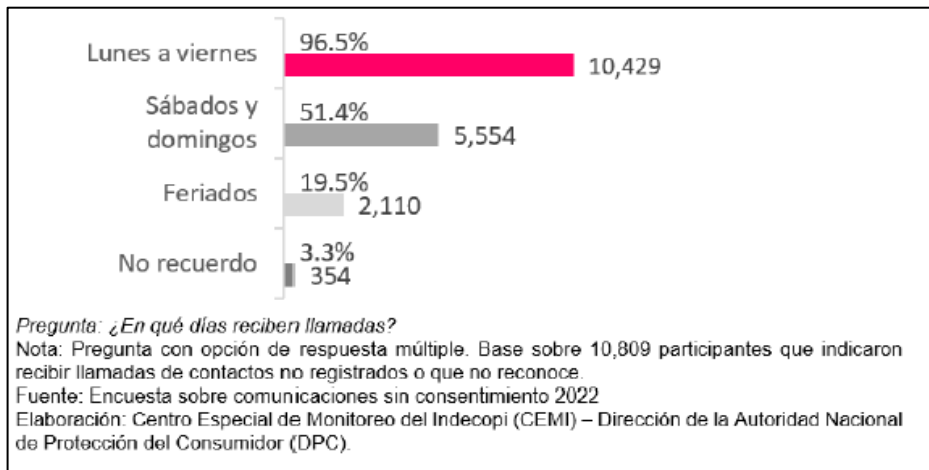


Gráfico 2: Días más frecuentes de llamadas desconocidas



26. En consecuencia, la ausencia de límites normativos respecto a los horarios y días en que los proveedores pueden realizar comunicaciones con fines comerciales, sumada a la alta frecuencia e inoportunidad con la que los consumidores reportan recibir estas llamadas - incluyendo horarios laborales y fines de semana- evidencia la necesidad de establecer parámetros claros que prevengan prácticas invasivas y garanticen una adecuada protección de su esfera personal.

- **Sobre los numerales 1 y 2 de la propuesta de modificación del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código**

27. La propuesta de modificación del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código establece en sus numerales 1 y 2 la prohibición a los proveedores de realizar ofertas comerciales (i) fuera del horario que establezca la autoridad competente; y, (ii) los días

domingos y feriados, salvo que el consumidor autorice expresamente recibir dichas ofertas en estos días.

28. Al respecto, el numeral 58.1 del artículo 58 del Código define los métodos comerciales agresivos o engañosos y presenta una lista ejemplificativa de prácticas que califican como tales, entre las cuales se encuentra la conducta definida en el literal e).
29. En relación con ello, dicho literal prohíbe las prácticas comerciales que empleen centros de llamada (*call centers*), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y/o servicios, con excepción del envío de comunicación comercial o publicitaria a aquel consumidor que, por iniciativa propia, se contacte de forma directa con el proveedor y manifieste su consentimiento libre, previo, informado, expreso e inequívoco de ser contactado a través de un número telefónico, entre otras vías.
30. Ahora bien, es importante precisar que la redacción vigente del literal e) fue establecida por la Ley N.º 32323, en vigor desde el 10 de mayo de 2025. Esta norma modificó dicho literal e incorporó el numeral 58.3 al artículo 58 del Código, el cual dispone que, para garantizar la protección del consumidor frente a métodos comerciales agresivos o engañosos, el Estado establecerá reglas para el uso adecuado de mensajes y llamadas en redes de telecomunicaciones¹⁰.
31. Asimismo, la Única Disposición Complementaria Final de la Ley N.º 32323 establece que el Poder Ejecutivo deberá emitir normativa adicional que otorgue la numeración telefónica especial a los proveedores, los métodos de seguridad y las técnicas de validación para que los usuarios puedan identificar las llamadas (*spam*) que reciben, así como los mecanismos de validación de la información transmitida, en un plazo de sesenta días calendario contados a partir de la entrada en vigor de dicha ley¹¹.
32. Al respecto, en términos generales, la modificación prevista en el Proyecto de Ley elimina íntegramente los alcances actualmente establecidos en el literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código, referidos al consentimiento otorgado por el consumidor cuando, por decisión propia, decide contactar al proveedor para recibir comunicaciones comerciales o publicitarias; así como la posibilidad de revocar dicho consentimiento. Esta supresión debilitaría la protección del consumidor frente a ofertas comerciales no deseadas.
33. En consecuencia, introducir cambios en esta disposición podría comprometer la coherencia normativa y la efectividad del proceso regulatorio, generando superposiciones o inconsistencias entre el texto legal vigente y las disposiciones reglamentarias que se

¹⁰ **LEY N.º 32323, LEY QUE MODIFICA LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, A FIN DE AMPLIAR LA PROHIBICIÓN DE LAS COMUNICACIONES SPAM**

Artículo 58. Definición y alcances

58.1. El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.

En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen:

(...)

e. Emplear centros de llamada (*call centers*), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como prestar el servicio de telemarketing a consumidor alguno, con la única excepción del envío de comunicación comercial o publicitaria a aquel consumidor que, por iniciativa propia, se contacte directamente con el proveedor y manifieste su consentimiento libre, previo, informado, expreso e inequívoco de ser contactado a través de un número telefónico, dirección electrónica o cualquier otro medio análogo de comunicación. Este consentimiento puede ser revocado, con efecto inmediato y sin expresión de causa, en cualquier momento y conforme a la normativa que rige la protección de datos personales. La vulneración a esta prohibición o a su revocatoria es considerada infracción muy grave.

(...)

58.3. Para garantizar la protección del consumidor contra los métodos comerciales agresivos o engañosos, el Estado establece las reglas para el adecuado uso de envío de mensajes y llamadas en las redes de telecomunicaciones”.

¹¹ **LEY N.º 32323, LEY QUE MODIFICA LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, A FIN DE AMPLIAR LA PROHIBICIÓN DE LAS COMUNICACIONES SPAM**

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Normativa adicional

Para la aplicación del párrafo 58.3 del artículo 58 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, incorporado por la presente ley, el Poder Ejecutivo establecerá la normativa adicional que otorgue la numeración telefónica especial a los proveedores, los métodos de seguridad y las técnicas de validación para que los usuarios puedan identificar las llamadas (*spam*) que reciben, así como los mecanismos de validación de la información transmitida, en un plazo de sesenta días calendario contados a partir de la entrada en vigor de la presente ley.

emitan en su oportunidad, aspecto que no ha sido considerado en el sustento de la propuesta.

34. Por estas razones, se estima que no resulta conveniente modificar íntegramente el literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código, considerando el proceso de reglamentación en curso sobre la numeración especial telefónica especial a los proveedores, entre otros, a cargo del Poder Ejecutivo, para que los usuarios puedan identificar las llamadas (spam) que reciben.
35. No obstante, las prohibiciones contenidas en los numerales 1 y 2 del Proyecto podrían incorporarse a la redacción actual del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código, dado que este no establece límites de horarios o días específicos para las comunicaciones con fines comerciales que tienen el consentimiento del consumidor. Sin embargo, dichas prohibiciones no deberían contemplar excepciones, por lo que se recomienda eliminar cualquier referencia a ellas en el Proyecto de Ley.
36. Finalmente, en atención a lo expuesto y sobre la base de la propuesta contenida en los numerales 1 y 2 analizados, se estima pertinente que la modificación se incorpore como un nuevo párrafo en el literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código, conforme a los siguientes términos:

“Artículo 58.- Definición y alcances

58.1 El derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo.

En tal sentido, están prohibidas todas aquellas prácticas comerciales que importen:

(...)

e. Emplear centros de llamada (call centers), sistemas de llamado telefónico, envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como prestar el servicio de telemarketing a consumidor alguno, con la única excepción del envío de comunicación comercial o publicitaria a aquel consumidor que, por iniciativa propia, se contacte directamente con el proveedor y manifieste su consentimiento libre, previo, informado, expreso e inequívoco de ser contactado a través de un número telefónico, dirección electrónica o cualquier otro medio análogo de comunicación. Este consentimiento puede ser revocado, con efecto inmediato y sin expresión de causa, en cualquier momento y conforme a la normativa que rige la protección de datos personales. La vulneración a esta prohibición o a su revocatoria es considerada infracción muy grave.

Asimismo, incluso cuando exista consentimiento del consumidor, se prohíbe que las referidas comunicaciones se realicen entre las 20:00 horas y las 07:00 horas o los días sábados, domingos y feriados. (...)

37. Es importante destacar que la redacción del párrafo adicional se basa en lo dispuesto en el literal b) del artículo 62 del Código, el cual establece que constituye un método abusivo de cobranza efectuar visitas o realizar llamadas telefónicas fuera del horario permitido, es decir, entre las 20:00 y las 07:00 horas, así como durante los días sábados, domingos y feriados.¹²
- **Sobre el numeral 3 de la propuesta de modificación del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código**
38. El referido numeral 3 establece la prohibición a los proveedores de realizar ofertas comerciales a los consumidores que han rechazado recibirlas mediante el mecanismo que la autoridad determine o que el proveedor implemente voluntariamente, siempre que, en este último caso, dicho mecanismo cumpla con la finalidad prevista en numeral.

¹²

LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Artículo 62.- Métodos abusivos de cobranza

A efectos de la aplicación del artículo 61, se prohíbe:

(...)

b. Realizar visitas o llamadas telefónicas entre las 20.00 horas y las 07.00 horas o los días sábados, domingos y feriados.

(...)

39. Al respecto, se considera que dicha medida constituiría un retroceso en el desarrollo normativo del Código, ya que se trasladaría al consumidor la carga de inscribirse en el mecanismo a ser implementado por el proveedor para evitar la recepción de comunicaciones promocionales.
40. Tal exigencia resulta contraria al enfoque vigente de la normativa en materia de protección al consumidor ante métodos comerciales agresivos, que establece que los proveedores únicamente pueden realizar este tipo de comunicaciones si cuentan previamente con el consentimiento del consumidor, sin que este deba efectuar ninguna acción adicional. En consecuencia, la propuesta implicaría revertir la prohibición actualmente establecida, al exigir una conducta activa del consumidor para evitar ser contactado, lo que debilitaría la protección de sus derechos.
41. En esa línea, resulta pertinente señalar que, conforme a la redacción propuesta en el Proyecto de Ley, los proveedores estarían habilitados para efectuar llamadas telefónicas y enviar mensajes de texto o electrónicos sin contar con el consentimiento previo de los ciudadanos, hasta que estos manifiesten expresamente su rechazo a través del mecanismo que implemente la autoridad competente o el proveedor.
42. Esta situación podría generar una afectación directa al derecho de los consumidores a no recibir comunicaciones no deseadas, al invertir el principio de consentimiento previo que rige actualmente.
43. Asimismo, se considera que la prohibición señalada en el Proyecto de Ley entra en conflicto con la Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales, la cual establece que los datos personales solo pueden ser objeto de tratamiento con consentimiento de su titular, salvo ley autoritativa al respecto¹³. En ese sentido, dicha norma exige que los proveedores obtengan el consentimiento del titular de los datos personales para tratarlos con fines promocionales, lo que refuerza la necesidad de mantener el estándar vigente.
44. Sin perjuicio de lo mencionado, en la actualidad, el literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 establece que los consumidores tienen el derecho de revocar su consentimiento ante el proveedor, con efecto inmediato y sin necesidad de expresar una causa, conforme a la normativa vigente en materia de protección de datos personales.
45. Por las razones expuestas, la incorporación del numeral 3 en el numeral 58.1 del artículo 58 del Código, en los términos establecidos en el Proyecto de Ley, no resulta viable.

III. CONCLUSIONES

Sobre la base de las consideraciones expuestas se formulan las siguientes conclusiones respecto al Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR, Ley que regula las llamadas de oferta comercial telefónica a fin de garantizar el derecho del consumidor a la tranquilidad y la seguridad:

- (i) Con relación a los numerales 1 y 2 de la propuesta de modificación del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, se considera que el establecimiento de horarios específicos y la prohibición de llamadas y mensajes los domingos y feriados podrían integrarse a través de un nuevo párrafo en la redacción actual del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58, pero sin alguna excepción. En el punto 36 del presente informe se señala una propuesta de redacción.
- (ii) Sobre el numeral 3 de la propuesta de modificación del literal e) del numeral 58.1 del artículo 58 del Código de Protección del Consumidor, se considera que prohibición de realizar llamadas y enviar mensajes a consumidores que hayan rechazado dichas comunicaciones mediante un mecanismo determinado por la autoridad o implementado voluntariamente por el proveedor, constituiría un retroceso en el marco normativo del Código, dado que dicha

¹³

LEY N° 29733, LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Artículo 3. Alcances sobre el tratamiento de datos personales

(...)

13.5 Los datos personales solo pueden ser objeto de tratamiento con consentimiento de su titular, salvo ley autoritativa al respecto. El consentimiento debe ser previo, informado, expreso e inequívoco.

(...)

medida no solo debilitaría el principio del consentimiento previo, que actualmente protege a los consumidores, sino que además entraría en contradicción con lo dispuesto en la Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales, la cual establece que todo tratamiento de datos personales con fines promocionales debe contar con el consentimiento de su titular.

Atentamente,

ANNA PATRICIA WILLSTATTER VÁSQUEZ

Directora

Dirección de la Autoridad Nacional de
Protección del Consumidor

MILAGROS CECILIA POZO ASCUÑA

Directora

Dirección de Fiscalización

APWW/mvv/esf/lzt

MPA/gh/evv



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Secretaría General

Secretaría de Coordinación



Firmado digitalmente por PASTOR
PAREDES Milagritos Pilar FAU
2016899926 soft
Cargo: Secretaria De La Secretaria
De Coordinación
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06.11.2025 10:39:59 -05:00

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana

Miraflores, 06 de Noviembre del 2025

OFICIO N° D002253-2025-PCM-SC

Señora:

DIOSELINA ESTHER URBINA CRUZ

Gerenta General

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA
PROPIEDAD INTELECTUAL – INDECOPI

Presente.-

Asunto : Solicita opinión sobre el Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR.

Referencia : a) Oficio PO N° 141-2025-2026-CODECO/CR
b) Memorando N° D002334-2025-PCM-OGAJ
Expediente 2025-0084497

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted con relación al documento de la referencia a), a través del cual la Presidencia de Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República, solicita opinión técnico legal del Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR, "Ley que regula las llamadas de oferta comercial telefónica a fin de garantizar el derecho del consumidor a la tranquilidad y la seguridad".

Al respecto, de acuerdo al documento de la referencia b), debido a la materia regulada por el Proyecto de Ley N° 13024/2025-CR, corresponde a su representada emitir opinión en el marco de sus competencias.

Por lo señalado, en virtud a lo indicado por la Oficina de Asesoría Jurídica, agradeceré se sirva remitir a esta Secretaría la evaluación e informe correspondiente, **en un plazo máximo de diez (10) días hábiles.**

Atentamente,

Documento firmado digitalmente

MILAGRITOS PILAR PASTOR PAREDES
SECRETARIA DE LA SECRETARÍA DE COORDINACIÓN
PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS

MPPP/pvdc

EXPEDIENTE: «2025-0084497»



Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en la Presidencia del Consejo de Ministros, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:

Url: <https://sgdc Ciudadano.pcm.gob.pe/register/verifica>

Código de Verificación: 0152 9754 4055 6043