CÁMARA DE DIPUTADOS
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
RECIBIDO
PROPOSICIÓN LEGISLATIVA
00942-2026-2031-CD
RU 75704-CD
25 NOVIEMBRE 2026 03:05 p. m.
FIRMADO DIGITALMENTE: ASABARIAN

PROPOSICIÓN LEGISLATIVA QUE MODIFICA EL ARTÍCULO 7 DE LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, PROHIBIENDO EL RECARGO POR EL MEDIO DE PAGO UTILIZADO

Los diputados que suscriben la presente proposición legislativa, integrantes del Grupo Parlamentario Renovación Popular y a iniciativa del diputado de la República **CHRISTIAN ARANDA VÁSQUEZ**, en ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y los artículos 98 y 107 del Reglamento de la Cámara de Diputados, presentan la siguiente proposición legislativa:

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE MODIFICA EL ARTÍCULO 7 DE LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, PROHIBIENDO EL RECARGO POR EL MEDIO DE PAGO UTILIZADO

Artículo único. Modificación del artículo 7 de la Ley 29571

Se modifica el artículo 7 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

> "Artículo 7. Medios de pago
> 7.1 ***Se prohíbe que el proveedor cobre al consumidor suma o recargo adicional al precio exhibido por el uso de tarjetas de crédito o de débito, billeteras digitales, pagos mediante código QR, transferencias electrónicas u otros instrumentos de pago bancarizados, aun cuando se informe previamente.*** En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, ***distinto de las tarjetas de crédito, de débito, billeteras digitales, pagos mediante código QR, transferencias electrónicas u otros instrumentos de pago bancarizados,*** dicha información **debe** ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares. En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio.
>
> ***7.2*** En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago,

salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago."

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. Adecuación
El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) adecúa sus disposiciones, formatos y material de orientación a lo dispuesto en la presente ley en un plazo no mayor de treinta (30) días hábiles contados desde el día siguiente de su publicación.

SEGUNDA. Vigencia
La presente ley entra en vigencia a los treinta (30) días hábiles contados desde el día siguiente de su publicación en el diario oficial El Peruano.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

ÚNICA. Procedimientos en trámite
Los procedimientos administrativos sancionadores por recargo según el medio de pago utilizado que se encuentren en trámite a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley continúan hasta su conclusión conforme a la norma vigente al momento de los hechos.

Lima, noviembre de 2026

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Planteamiento del problema público

La Constitución Política del Perú organiza la actividad económica bajo una economía social de mercado. En ese sentido, el artículo 58 establece que:

> "La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado".

Dentro de ese modelo, la libertad económica no constituye un valor absoluto, pues convive con mecanismos destinados a proteger a quienes participan en el mercado en una posición de mayor vulnerabilidad; por esa razón, el artículo 65 de la Constitución Política dispone que:

> "El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado".

La decisión de consumo principalmente se adopta a partir del precio que el proveedor pone en conocimiento del público; de allí que el consumidor compare alternativas, evalúe su capacidad de pago y determine si adquiere o no un determinado bien o servicio sobre la base de esa información. A diferencia del proveedor, no interviene en la fijación de las condiciones comerciales ni negocia individualmente los términos de cada operación, motivo por el cual el ordenamiento le reconoce una protección especial.

En los últimos años, el uso de tarjetas de crédito y débito, billeteras digitales, códigos QR, transferencias y otros medios de pago electrónicos se ha convertido en una práctica habitual dentro de las relaciones de consumo. Ello supone la existencia de costos asociados al procesamiento de las operaciones, los cuales son asumidos por los proveedores como parte de la organización y funcionamiento de su actividad empresarial, del mismo modo que ocurre con otros gastos inherentes a la comercialización de bienes y servicios.

La controversia surge cuando, en lugar de recuperar esos costos mediante el precio general de sus bienes y servicios, el proveedor exige al consumidor un cargo adicional según el medio con el que decide pagar. Bajo ese esquema, el precio exhibido inicialmente deja de coincidir con el precio efectivamente pagado, ya que quien utiliza determinado medio de pago termina asumiendo un monto superior al que corresponde a otro consumidor que adquiere exactamente el mismo producto o recibe el mismo servicio.

Aunque la regulación vigente exige informar previamente la existencia de la diferenciación de precios según el medio de pago, no establece una prohibición ni fija parámetros que permitan cuestionar su procedencia. En otras palabras, la

norma se concentra en la transparencia de la información suministrada, pero guarda silencio respecto de la legitimidad de cobrar un importe adicional por el solo hecho de emplear un determinado medio de pago.

Como consecuencia, pueden coexistir precios diferenciados para una misma operación sin que la diferencia responda a las características del bien o servicio ofrecido. El elemento determinante pasa a ser exclusivamente la forma en que el consumidor decide cancelar la transacción, trasladándose, a este, gastos que corresponden al desarrollo ordinario de la actividad económica del proveedor.

La situación adquiere mayor relevancia si se considera que el propio Estado promueve la inclusión financiera, la bancarización y el uso de medios de pago electrónicos como instrumentos orientados a facilitar las transacciones comerciales, reducir el uso de efectivo y fortalecer la formalización de la economía; sin embargo, cuando la utilización de medios de pago electrónicos implica asumir un costo adicional, se genera un desincentivo económico que puede desalentar precisamente aquellas prácticas que buscan fomentarse mediante políticas públicas. Ello, sin perjuicio de que la diferenciación de precios según el medio de pago afecte al consumidor con independencia del instrumento utilizado.

En consecuencia, el problema público que motiva la presente iniciativa radica en la ausencia de una regla que impida a los proveedores cobrar recargos vinculados exclusivamente al medio de pago utilizado por el consumidor. Esta situación permite que el precio final difiera del precio exhibido que determinó la decisión de consumo y que gastos propios de la actividad empresarial sean asumidos por el adquirente final, afectando la protección que el artículo 65 de la Constitución reconoce a los consumidores y usuarios.

II. Evidencia que sustenta el problema

La adopción de instrumentos de pago electrónico se ha consolidado como un componente estructural de las transacciones comerciales cotidianas en el país. De acuerdo con el Reporte del Sistema Nacional de Pagos y del Sector Fintech en Perú (Setiembre 2026) del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), con cifras actualizadas al primer semestre de 2026, de acuerdo con el Indicador de Pagos Digitales (IPD), superaron por primera vez los dos pagos diarios por adulto en el país (2,1 pagos diarios), alcanzando las 767 operaciones per cápita anuales en los doce meses terminados a junio de 2026 y un crecimiento interanual de 37,2% en el número total de transacciones[1].

Asimismo, según evidencia de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) analizada por el BCRP, la proporción de la población bancarizada que utiliza

[1] Cfr. Banco Central de Reserva del Perú. (2026). *Reporte del Sistema Nacional de Pagos y del Sector Fintech en Perú - Setiembre 2026*. Lima, Perú: BCRP. https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/reporte-del-sistema-nacional-de-pagos/2026/setiembre/rspf-setiembre-2026.pdf

medios digitales para realizar sus compras casi se triplicó entre 2018 y 2025, pasando de 20% a 57 %, mientras que el uso exclusivo de dinero en efectivo se redujo de 70% a 43%. Dentro de este ecosistema, el uso de tarjetas de pago (débito y crédito) mantiene un dinamismo sostenido; durante el primer semestre de 2026, el promedio mensual de operaciones con tarjetas creció 21,9% en número (alcanzando 188 millones de operaciones mensuales) y 18,2% en valor (S/ 18 603 millones mensuales) respecto al mismo periodo de 2025.[2]

Destaca especialmente el crecimiento de los pagos con tarjetas de débito (que representan el 73 % del total de operaciones con tarjeta, con un aumento interanual de 25,2 % en número y un ticket promedio de S/ 63) y de las tarjetas de crédito (con un incremento de 13,8 % en número y 17,7% en valor, y un ticket promedio de S/ 197), así como el auge del canal no presencial o comercio electrónico, donde las compras con tarjeta de débito crecieron 64,4%. Adicionalmente, las estadísticas oficiales del BCRP muestran que la estructura de comisiones en el mercado de tarjetas de pago en el Perú ha registrado una caída sostenida.[3]

Entre junio de 2025 y junio de 2026, la tasa de descuento promedio cobrada por los adquirentes a los comercios se redujo de 2,24% a 2,02% (bajando en tarjetas de débito de 2,09% a 1,87% y en tarjetas de crédito de 2,41% a 2,21%), mientras que la tasa de descuento promedio cobrada por facilitadores también disminuyó de 2,87% a 2,78%. En consecuencia, permitir que los proveedores apliquen recargos adicionales de entre 3% y 5% al consumidor por pagar con tarjeta no solo penaliza un medio de pago masivo y cotidiano, sino que traslada un sobrecosto artificial superior a la comisión real que el comercio paga en el mercado.[4]

Asimismo, el estudio del Indecopi (2021) elaborado por la Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia puso de manifiesto la existencia de una marcada asimetría en la estructura contractual del sistema de pagos. Los proveedores son quienes eligen libremente afiliarse a una red de adquirencia, negocian o aceptan las condiciones comerciales con los procesadores de pago y se benefician de una mayor liquidez, seguridad y volumen de ventas al aceptar tarjetas. Por el contrario, el consumidor es completamente ajeno a dicha relación comercial y carece de capacidad para conocer o negociar las comisiones pactadas entre el establecimiento y la entidad procesadora. Adicionalmente, el Indecopi advirtió una alta opacidad respecto a la composición de estas comisiones (como las tasas de intercambio), lo que impide verificar si el recargo exigido por un comercio guarda correspondencia

[2] Cfr. Ibídem.
[3] Cfr. Ibídem.
[4] Cfr. Ibídem.

real con el costo financiero de la operación o si constituye un cobro arbitrario en perjuicio del comprador.[5]

Asimismo, se confirmó en este estudio realizado en el 2021, que la aceptación de tarjetas genera costos financieros y operativos específicos para los comercios, principalmente la denominada *tasa de descuento* cobrada por los adquirentes o facilitadores de pago, los cuales en el Perú resultan significativamente elevados en comparación con mercados similares de la región. Mientras que en países como Colombia y México las tasas de descuento medianas oscilan entre el 1,54 % y el 2,24 %, en el Perú las tasas medianas aplicadas por los principales adquirentes fluctúan entre el 3,36 % y el 4,18 % (pudiendo ser aún mayores en comercios pequeños o de bajo volumen de facturación). Frente a estos porcentajes, diversos proveedores optan por trasladar directamente dicho costo al consumidor mediante un recargo porcentual al momento del cobro, alterando el precio exhibido inicialmente.[6]

Finalmente, si bien los contratos privados entre los adquirentes y los comercios suelen incorporar cláusulas que restringen el cobro de recargos (conocidas en la práctica comercial como reglas de no recargo), su cumplimiento depende exclusivamente de la fiscalización privada de las empresas procesadoras, sin que exista hasta la fecha una prohibición legal expresa en el ordenamiento de protección al consumidor. Esta ausencia legal permite que en la práctica diversos establecimientos trasladen el costo de procesamiento al cliente final bajo el amparo de una mera advertencia previa, lo que debilita la transparencia de los precios en el mercado, perjudicando la economía del consumidor y contradiciendo los objetivos estatales de masificación de los pagos digitales y formalización económica.[7]

Si bien la evidencia disponible se concentra en los pagos con tarjeta, el problema que la norma corrige es el mismo con cualquier medio de pago: la divergencia entre el precio exhibido y el precio efectivamente exigido según cómo paga el consumidor; por esta razón, la regla se plantea de manera general y no por instrumento.

III. Objetivos generales y específicos

Con base en lo expuesto, la presente iniciativa persigue los siguientes objetivos:

— Objetivo general: asegurar que el precio exhibido sea el precio final, con independencia del medio de pago utilizado, sea electrónico o

[5] Cfr. "Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual". (2021). "*Estudio de Mercado de los Servicios de Pagos con Tarjetas en Perú*". Comisión de Defensa de la Libre Competencia. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2382411/Estudio%20de%20Mercado%20de%20los%20Servicios%20de%20Tarjetas%20de%20Pago.pdf?v=1636474706

[6] Cfr. Ibídem.

[7] Cfr. Ibídem.

físico, de modo que cualquier diferenciación de precios en función del medio de pago constituya únicamente un descuento y nunca un recargo.

— Objetivo específico 1: eliminar el cobro al consumidor de sumas o recargos adicionales al precio exhibido por el medio de pago utilizado, aun cuando el proveedor lo informe previamente.

— Objetivo específico 2: garantizar la transparencia en las relaciones de consumo, asegurando que cualquier descuento o beneficio por el uso de determinados medios de pago se informe de manera previa, visible y destacada al consumidor.

IV. Fundamentación de la iniciativa

La propuesta encuentra fundamento en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú, que encomienda al Estado la defensa de los consumidores y usuarios y la garantía de su derecho a la información.

La obligación constitucional no se limita a exigir que el consumidor conozca las condiciones de la transacción; también permite adoptar medidas destinadas a evitar que asuma cargas económicas que no dependen de su voluntad ni de su capacidad de decisión. Desde esa perspectiva, la iniciativa aborda un supuesto específico en el que el precio finalmente exigido puede diferir del precio que motivó la decisión de consumo.

En la doctrina nacional, Quinteros (2023) sostiene que lo central del artículo 65 es el encargo al Estado de proteger los intereses de los consumidores, y que el derecho a recibir información aparece como una consecuencia de ese encargo y no como su único contenido. Bajo esa lectura, la actuación estatal no se limita a que el consumidor esté informado, sino que puede alcanzar también a prácticas que lo perjudican, aunque se le hayan comunicado.

La propuesta no colisiona con los artículos 58 y 59 de la Constitución, que garantizan la libre iniciativa privada y la libertad de empresa. El proveedor sigue fijando libremente el precio de sus bienes y servicios, no está obligado a aceptar un medio de pago en particular y la competencia en el mercado no se altera. Lo único que la norma exige es que el proveedor no condicione el precio al medio con el que el consumidor decide pagar, de modo que el costo de operar con determinados medios no se traslade al consumidor mediante un recargo.

Esta solución encuentra respaldo tanto en la doctrina como en la jurisprudencia constitucional. Al analizar el alcance de la protección constitucional al consumidor, el Exp. N.° 07339-2006-PA/TC señala que:

> "20. El consumidor -o usuario- es el fin de toda actividad económica; es decir, es quien cierra el círculo económico satisfaciendo sus necesidades y acrecentando su bienestar a través de la utilización de una gama de productos y servicios. En puridad, se trata de una persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta determinados productos (como consumidor) o servicios (como usuario) que previamente han sido ofrecidos al mercado". (Subrayado agregado)

La jurisprudencia del Tribunal Constitucional es especialmente relevante porque evidencia que la actividad económica reconocida por la Constitución Política no constituye un fin en sí mismo, sino que debe orientarse al bienestar de quienes participan en el mercado como destinatarios finales de bienes y servicios.

Los costos asociados a la aceptación de medios de pago son conocidos por el proveedor, quien decide libremente contratarlos, incorporarlos a su organización empresarial y beneficiarse de las ventajas comerciales que generan; por el contrario, el consumidor no participa en esa decisión ni tiene capacidad para influir sobre las condiciones económicas pactadas entre el establecimiento y la entidad procesadora de pagos, es por ello que asignar dicho costo al proveedor resulta más eficiente que trasladarlo al adquirente final mediante un cobro diferenciado.

En el Exp. 0008-2003-AI/TC se ha reconocido que la protección de los consumidores constituye un mandato dirigido al Estado y, al mismo tiempo, un derecho de quienes participan en el mercado:

> "30. La Constitución prescribe en su artículo 65° la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, a través de un derrotero jurídico binario; vale decir, establece un principio rector para la actuación del Estado y, simultáneamente, consagra un derecho subjetivo. En lo primero, el artículo tiene la dimensión de una pauta básica o postulado destinado a orientar y fundamentar la actuación del Estado respecto a cualquier actividad económica. Así, el juicio estimativo y el juicio lógico derivado de la conducta del Estado sobre la materia, tienen como horizonte tuitivo la defensa de los intereses de los consumidores y los usuarios. En lo segundo, la Constitución reconoce la facultad de acción defensiva de los consumidores y usuarios en los casos de transgresión o desconocimiento de sus legítimos intereses; es decir, apareja el atributo de exigir al Estado una actuación determinada cuando se produzca alguna forma de amenaza o afectación efectiva de los derechos de consumidor o usuario, incluyendo la capacidad de acción contra el propio proveedor".

Sobre esa base, resulta legítimo que el legislador adopte medidas destinadas a corregir prácticas que trasladan al consumidor costos ajenos a su esfera de decisión; en tal sentido, impedir el cobro de recargos según el medio de pago utilizado constituye una manifestación del deber estatal de protección previsto

en la Constitución Política, en cuanto busca que el precio ofrecido coincida con el precio efectivamente exigido y evita que determinados costos operativos sean asumidos por quien se encuentra en la posición más débil de la relación de consumo.

La prohibición propuesta responde a la idea de que los gastos derivados del procesamiento de pagos forman parte de la estructura ordinaria del negocio y deben ser recuperados a través del precio general de los bienes o servicios, del mismo modo que ocurre con el alquiler del establecimiento, el consumo de energía eléctrica, los servicios de seguridad o cualquier otro costo inherente a la actividad empresarial. El consumidor no mantiene una relación jurídica con la empresa que procesa el pago ni obtiene un servicio distinto por utilizar un determinado medio de pago; por ello, no existe una razón suficiente para exigirle un monto adicional por una decisión organizativa que corresponde exclusivamente al proveedor.

Si bien los proveedores son de distinto tamaño, incluidos los comercios unipersonales y las micro y pequeñas empresas, la comisión por el uso de medios de pago constituye un costo propio de la actividad empresarial que el proveedor decide asumir al aceptarlos y que le reporta beneficios en ventas, seguridad y menor manejo de efectivo. El consumidor es ajeno a esa relación y no puede negociar ni conocer dichas comisiones. La medida no obliga a aceptar determinado medio de pago, y el proveedor conserva la facultad de incorporar el costo en el precio general o de ofrecer descuentos por otros medios. Establecer excepciones según el tamaño del proveedor generaría precios distintos para un mismo bien según el establecimiento, lo que contradice el objetivo de que el precio exhibido sea el precio final.

La incorporación de la expresión “aun cuando se informe previamente” responde a la misma lógica. La regulación vigente permite el cobro siempre que exista información adecuada, de modo que la sola transparencia no corrige el problema identificado. Si la prohibición dependiera únicamente de la ausencia de información, bastaría la colocación de un aviso para mantener una práctica que precisamente se busca evitar. La finalidad de la norma no consiste en exigir que el consumidor conozca el recargo, sino en impedir que dicho recargo exista.

La regla se formula de manera general, sin distinguir entre medios electrónicos y físicos, porque el fundamento de la medida no es solo el costo de procesamiento de determinado instrumento, sino la protección del derecho del consumidor a pagar el precio que se le exhibió. Una regla única es, además, más clara para el proveedor y para la autoridad de consumo, que puede determinar sin dificultad cuándo existe una infracción.

La modificación busca garantizar que el precio puesto a disposición del consumidor coincida con el precio exigido al momento de la transacción, con independencia del medio de pago empleado; por eso, se prohíbe trasladar al

consumidor sumas adicionales vinculadas al medio de pago empleado, sea electrónico o físico. La finalidad no es restringir las estrategias comerciales de los proveedores, sino impedir que la elección de un medio de pago genere un incremento del precio inicialmente ofrecido.

Esta regla no alcanza a los descuentos, promociones o beneficios económicos que reduzcan el monto a pagar, tales mecanismos favorecen al consumidor y continúan rigiéndose por las disposiciones vigentes, toda vez que no implican la imposición de cargos adicionales ni alteran la finalidad de la modificación propuesta.

Asimismo, quedan fuera del ámbito de esta iniciativa los intereses aplicables a operaciones financiadas o pagadas en cuotas, que no corresponden a un recargo impuesto por el proveedor debido al medio de pago utilizado, sino a una relación financiera entre el usuario y la entidad emisora del instrumento de pago, así como los cobros por servicios distintos, como el envío a domicilio.

La modificación planteada desarrolla el mandato de protección contenido en el artículo 65 de la Constitución sin afectar la libertad de empresa ni la libertad contractual, corrige una práctica que permite trasladar al consumidor costos propios de la actividad empresarial y contribuye a que el precio exhibido sea efectivamente el precio que el consumidor termina pagando.

V. Antecedentes legislativos, investigaciones y fuentes utilizadas

a) Antecedentes legislativos

— Proyectos de Ley 3428 y 3739, que proponen eliminar el cobro de comisiones por transferencias bancarias y por el pago de tarjetas de crédito. Según el Congreso, el Pleno aprobó en diciembre de 2024 la eliminación de esas comisiones, vinculada con la Ley 31143. Una reconsideración de voto detuvo el envío de la autógrafa al Ejecutivo. Estas iniciativas regulan la relación del usuario con las entidades financieras y no el recargo del proveedor.

b) Investigaciones

— Quinteros, A. (s. f.). La protección del consumidor a través de la Constitución Política del Perú y la jurisprudencia del tribunal Constitucional . (2023). *Athina*, 015, 280-299. https://doi.org/10.26439/athina2023.n015.6498

c) Fuentes utilizadas

— Constitución Política del Perú, artículos 58, 59, 65, 79, 103, 107 y 109.

— Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, artículo 7.

— Sentencias del Tribunal Constitucional, Expedientes 07339-2006-PA/TC y 0008-2003-AI/TC.

— Banco Central de Reserva del Perú. (2026). Reporte del Sistema Nacional de Pagos y del Sector Fintech en Perú (Setiembre 2026).

— "Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual". (2021). "Estudio de Mercado de los Servicios de Pagos con Tarjetas en Perú". Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

VI. Sectores comprendidos

Sector o grupo	Razón por la que está comprendido
Consumidores y usuarios	Son los destinatarios principales de la norma. Se garantiza su derecho a pagar exactamente el precio exhibido por los bienes o servicios adquiridos, sin asumir sumas o recargos adicionales por el uso de tarjetas de crédito, de débito u otros medios de pago análogos, aun cuando el proveedor los informe previamente.
Proveedores de bienes y servicios (micro, mediana y gran empresa)	Comprende a todos los establecimientos comerciales (físicos o virtuales) que aceptan tarjetas de pago. Quedan prohibidos de trasladar al consumidor los costos operativos o comisiones de procesamiento mediante recargos sobre el precio exhibido. Asimismo, deben informar de manera visible y destacada si ofrecen descuentos o precios diferenciados por el uso de otros medios de pago distintos a las tarjetas, así como las condiciones aplicables a ofertas o promociones.
Estado (Indecopi)	En su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, le corresponde fiscalizar el cumplimiento de la prohibición de recargo, sancionar las infracciones conforme al régimen vigente y adecuar sus disposiciones, formatos y material de orientación según lo establecido en la ley.
Entidades emisoras, adquirentes, facilitadores y procesadores de pago	Participan indirectamente como agentes que proveen la infraestructura y los servicios financieros y tecnológicos para las transacciones con tarjetas. Si bien la norma no regula directamente sus tarifas ni sus contratos privados, la eliminación del recargo al consumidor final fomenta un mayor uso de los medios de pago electrónicos en los comercios afiliados.

VII. Normas que se modifican o derogan

— La presente proposición legislativa modifica el artículo 7 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. No deroga ninguna disposición legal vigente.

El cambio propuesto es el siguiente:

Ley 29571 — Texto vigente	Ley 29571 — Texto modificado
"Artículo 7.- Medio de pago 7.1 En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros, dicha información deber ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares. En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio. 7.2 En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago, salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago."	"Artículo 7. Medios de pago 7.1 ***Se prohíbe que el proveedor cobre al consumidor suma o recargo adicional al precio exhibido por el uso de tarjetas de crédito o de débito, billeteras digitales, pagos mediante código QR, transferencias electrónicas u otros instrumentos de pago bancarizados, aun cuando se informe previamente.*** En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, ***distinto de las tarjetas de crédito, de débito, billeteras digitales, pagos mediante código QR, transferencias electrónicas u otros instrumentos de pago bancarizados,*** dicha información **debe** ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares. En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio. ***7.2*** En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago, salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago."

VIII. Análisis costo-beneficio

a) Actores

Actor	Beneficios	Costos
Consumidores que pagan con tarjeta	Pagan el precio exhibido, sin adicional por el medio de pago, aunque el proveedor lo informe; pueden usar tarjeta sin penalización.	Ninguno directo.
Consumidores que pagan en efectivo u otros medios	Ninguno directo: sus condiciones no cambian.	Eventual aumento del precio de lista, si el proveedor traslada a todos sus clientes el costo de aceptar tarjetas.
Proveedores que aceptan tarjetas (micro, mediana y gran empresa)	Seguridad jurídica: una regla única y expresa (no cobrar) reemplaza la obligación de informar el recargo, cuyo incumplimiento se sanciona con amonestación o multa de hasta 450 UIT. Igualdad de competencia: ningún proveedor queda en desventaja por no cobrar el recargo. Menos conflictos con los clientes al pagar y menos reclamos y denuncias por este motivo. Eventual aumento del uso de tarjetas en sus ventas, al desaparecer el desincentivo para el cliente, con menor manejo de efectivo.	Dejan de percibir el recargo, asumen el costo de aceptar tarjetas y deben adecuar cajas, POS y avisos.
Entidades emisoras y aceptadores de pagos	Eventual mayor uso de tarjetas.	Ninguno directo: la ley no los regula.
Estado (Indecopi)	Regla expresa que facilita la fiscalización y reduce la discusión interpretativa sobre el artículo 7.	Fiscalización y sanción con sus competencias y recursos vigentes.

b) Efectos no monetarios

Actor	Efecto no monetario
Consumidores que pagan con tarjeta	El precio exhibido coincide con el precio pagado; mayor transparencia; dejan de ser tratados de modo distinto por su medio de pago.
Consumidores que pagan en efectivo u otros medios	Sin cambio en su situación.
Proveedores que aceptan tarjetas (micro, mediana y gran empresa)	Pierden la posibilidad de diferenciar el precio por tarjeta. Ganan certeza sobre qué está permitido, menor litigiosidad y mejor relación con el consumidor.
Entidades emisoras y aceptadores de pagos	Sin cambio en su régimen regulatorio.
Estado (Indecopi)	Aplica una prohibición expresa mediante el procedimiento sancionador existente; los procedimientos en trámite continúan según la norma anterior.

c) Efectos monetarios

Actor	Efecto monetario
Consumidores que pagan con tarjeta	Se evita el pago de un monto adicional por usar tarjeta.
Consumidores que pagan en efectivo u otros medios	Podrían asumir parte del costo si el proveedor lo incorpora al precio de lista.
Proveedores que aceptan tarjetas (micro, mediana y gran empresa)	Se evita el costo de cumplir la obligación de informar el recargo por tarjeta y el riesgo de multa por no informarlo. Se genera la pérdida del ingreso por recargo y los gastos de adecuación de cajas, POS y avisos. Se transfiere a su estructura de costos el costo de aceptar tarjetas. Eventualmente se generan mayores ventas con tarjeta.
Entidades emisoras y aceptadores de pagos	Ninguno directo.
Estado (Indecopi)	Ninguno adicional: se financia con su presupuesto institucional vigente.

d) Impacto económico y presupuestal

Tipo	Impacto
Económico	Quien paga con tarjeta deja de asumir un monto adicional y los proveedores compiten en igualdad de condiciones.

Tipo	Impacto
Presupuestal	Ninguno.

IX. Impacto ambiental

No corresponde, dado que la naturaleza de la propuesta no genera efectos sobre el ambiente.

X. Relación con la agenda legislativa y las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional

En el Acuerdo Nacional, entre las Políticas de Estado que concuerdan con la finalidad de esta ley, encontramos las siguientes:

— Política de Estado 17. "Afirmación de la economía social de mercado".
— Política de Estado 18. "Búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica".

Asimismo, la presente iniciativa guarda relación con la Agenda Legislativa de la Cámara de Diputados para el Período Anual de Sesiones 2026-2027, aprobada mediante la Resolución Legislativa de la Cámara de Diputados 001-2026-2027-CD, específicamente con el objetivo III, "Competitividad en el país", y con los temas 53, "Promoción de la economía social de mercado y la competitividad del país", y 54, "Medidas referidas a los consumidores y los usuarios de servicios públicos", conforme a los mandatos contenidos en los artículos 58, 59 y 65 de la Constitución Política del Perú.

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: DE PAZ LANCHO Leo Miguel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/11/2026 12:03:58-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ARANDA VASQUEZ Christian FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 24/11/2026 16:33:16-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ROCHA GALLEGOS Roxana Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 24/11/2026 21:01:45-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: YONZ NUÑEZ Mady Veronica FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/11/2026 12:14:28-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ROCHA GALLEGOS Roxana Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 24/11/2026 21:06:37-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: YALTA SOTELO Carlos Alberto FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/11/2026 12:36:32-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: MARTINEZ PAITAN Paola Isabel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/11/2026 13:02:53-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: BRAVO QUISPE Aldo Antonio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/11/2026 13:22:00-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: BAELLA MALCA Jose Isidro FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/11/2026 13:33:27-0500