CÁMARA DE DIPUTADOS
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
RECIBIDO
PROPOSICIÓN LEGISLATIVA
00954-2026-2031-CD
RU 77106-CD
26 NOVIEMBRE 2026 04:39 p. m.
FIRMADO DIGITALMENTE: ASABARIAN

# PROPOSICIÓN LEGISLATIVA QUE MODIFICA LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, PARA GARANTIZAR EL DERECHO A LA INFORMACIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD EN LAS BOLSAS DE PLÁSTICO COMERCIALIZADAS

Los diputados integrantes del Grupo Parlamentario **FUERZA POPULAR**, a iniciativa de la diputada **MARÍA LUISA SILUPU INGA**, en ejercicio de la atribución que les confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y conforme a los artículos 98 y 107 del Reglamento de la Cámara de Diputados, presentan la siguiente proposición legislativa:

## FÓRMULA LEGAL

## LEY QUE MODIFICA LA LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, PARA GARANTIZAR EL DERECHO A LA INFORMACIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD EN LAS BOLSAS DE PLÁSTICO COMERCIALIZADAS

**<u>Artículo único.</u> Incorporación del numeral 2.5 al artículo 2 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor**

Se incorpora el numeral 2.5 al artículo 2 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

> *«Artículo 2.- Información relevante*
>
> *[…]*
>
> ***2.5 En la comercialización de bolsas destinadas al transporte de productos adquiridos en establecimientos comerciales, el consumidor tiene derecho a conocer, antes de su adquisición, el precio y las características de la bolsa, incluida la presencia de publicidad comercial. La información puede brindarse mediante la exhibición del producto o los medios de información habitualmente utilizados por el proveedor, conforme a las disposiciones del presente Código.»***

# EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA PÚBLICO

### 1.1. La bolsa es hoy un producto que el consumidor compra

Desde la vigencia de la Ley 30884, Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables, la bolsa dejó de ser un obsequio. El numeral 2.2 de su artículo 2 obliga a los establecimientos a cobrar por cada bolsa que entregan, como mínimo, una suma equivalente a su precio de mercado, e informar de ello en forma explícita al consumidor. A ese precio se suma el impuesto al consumo de las bolsas de plástico (ICBPER), cuyo contribuyente es la persona que adquiere la bolsa y que asciende a S/ 0,50 por unidad desde el año 2023, conforme al artículo 12 de la misma ley.

En consecuencia, la bolsa que se entrega en caja es un producto que el consumidor adquiere en una operación accesoria a su compra principal, y le son aplicables las reglas de información del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

### 1.2. La bolsa que se compra lleva, por lo general, la publicidad del establecimiento

En supermercados, autoservicios y cadenas comerciales, la mayoría de bolsas que se venden lleva impreso el logotipo, la marca o el nombre comercial del propio establecimiento. Ninguna norma lo exige: la Ley 30884 obliga a cobrar la bolsa, pero no a identificarla con la marca de quien la vende, y el Reglamento Técnico sobre Bolsas de Plástico Biodegradables, aprobado por Decreto Supremo 025-2021-PRODUCE, exige un etiquetado con información técnica y la identificación del fabricante, no la del establecimiento. La impresión de publicidad es, por tanto, una decisión comercial.

Antes de la Ley 30884, la publicidad impresa en la bolsa era un costo del establecimiento que la regalaba. Hoy el consumidor paga el precio y el impuesto de un producto que, además, funciona como soporte publicitario de quien se lo vende. La presencia de publicidad es, así, una característica del producto adquirido, sobre la cual el consumidor tiene interés legítimo en estar informado antes de pagar.

### 1.3. Alcance del problema

Esta iniciativa no parte de la existencia de una práctica extendida de ocultamiento de la publicidad en las bolsas, que no ha sido documentada. El problema que atiende es de certeza jurídica: el Código no precisa si la presencia de publicidad comercial en una bolsa vendida forma parte de la información que el proveedor debe poner a disposición del consumidor antes de su adquisición, de modo que su exigibilidad depende de la evaluación caso por caso que prevé el numeral 2.3 de su artículo 2. La propuesta despeja esa duda con una precisión acotada, sin imponer al proveedor nuevas obligaciones de oferta ni avisos adicionales.

## II. EVIDENCIA QUE SUSTENTA EL PROBLEMA

La venta de bolsas es una operación masiva. Según el Ministerio del Ambiente, entre 2019 y 2024 se dejaron de usar en el país alrededor de quinientos millones de bolsas de plástico de un solo uso como efecto de la Ley 30884; las bolsas que se siguen entregando se cobran al consumidor en cada operación, junto con el ICBPER.

El siguiente cuadro resume lo que las normas vigentes ya establecen sobre la materia y lo que no:

| Norma | Lo que ya establece | Lo que no establece |
|---|---|---|
| Ley 30884, artículo 2, numeral 2.2 | Obligación de cobrar cada bolsa, como mínimo, a precio de mercado, e informar explícitamente al consumidor. | No regula la información sobre las características de la bolsa vendida. Su finalidad es ambiental. |
| Ley 30884, artículo 12 | ICBPER de S/ 0,50 por bolsa; el contribuyente es quien la adquiere. | No se modifica. |
| Ley 29571, artículo 1, numeral 1.1, literal b) | Derecho del consumidor a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión de consumo. | Es un derecho general; no se refiere a la bolsa. |
| Ley 29571, artículo 2 | Deber del proveedor de ofrecer la información relevante (2.1), con características de calidad (2.2); la relevancia se evalúa caso por caso (2.3) y se advierte el riesgo de la información excesiva (2.4). | No precisa si la presencia de publicidad en una bolsa vendida es información que debe conocerse antes de adquirirla. |
| Ley 29571, artículo 3 | Prohíbe la información o la omisión de información que induzca a error sobre las características de los productos. | Sanciona el engaño, pero no establece qué información mínima corresponde a la bolsa. |
| Ley 29571, artículo 4 | Información sobre la integridad del precio. | Se refiere al precio, no a las características de la bolsa. |
| D.S. 025-2021-PRODUCE, Reglamento Técnico sobre Bolsas de Plástico Biodegradables | Etiquetado obligatorio con información técnica e identificación del fabricante. | No exige el logotipo del establecimiento. |

*Fuente: Elaboración propia.*

Como se advierte, existe una superposición material entre la propuesta y los artículos 2, 3 y 4 del Código: el deber general de información ya alcanza a la bolsa vendida. El valor de esta iniciativa es aclaratorio, y así se reconoce expresamente en esta exposición de motivos.

## III. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

### 3.1. Objetivo general

Precisar en el Código de Protección y Defensa del Consumidor que, en la comercialización de bolsas para el transporte de productos, el consumidor tiene derecho a conocer, antes de adquirirlas, su precio y sus características, incluida la presencia de publicidad comercial.

### 3.2. Objetivos específicos

a) Dar certeza jurídica a consumidores, proveedores y a la autoridad de consumo sobre la información que corresponde a la bolsa vendida.

b) Ubicar la regla en su sede normativa pertinente, el Código de Protección y Defensa del Consumidor, sin alterar la finalidad ambiental de la Ley 30884.

c) Permitir que el proveedor cumpla mediante la exhibición del producto o sus medios de información habituales, sin avisos nuevos obligatorios ni cambios en su oferta.

## IV. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

### 4.1. Fundamento constitucional

El artículo 65 de la Constitución Política del Perú dispone que el Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios y, para tal efecto, garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. La propuesta concreta ese mandato respecto de un bien que el consumidor adquiere en cada compra.

Esa protección se pondera con la libertad de empresa reconocida en el artículo 59 de la Constitución. La fórmula no obliga a ofrecer bolsas sin publicidad, ni a modificar el inventario, el precio o el diseño de las bolsas: solo precisa qué información debe estar al alcance del consumidor, y deja al proveedor la elección del medio. Es, por ello, una medida proporcional y la menos restrictiva posible.

### 4.2. Sede normativa: por qué el Código y no la Ley 30884

La Ley 30884 tiene una finalidad esencialmente ambiental: reducir el impacto del plástico de un solo uso. La presencia de un logotipo no determina el impacto ambiental de la bolsa, por lo que una regla de información comercial no guarda relación directa con su objeto. El Código de Protección y Defensa del Consumidor, en cambio, regula la información relevante, las características y el precio de los productos, y es la sede pertinente para esta precisión.

### 4.3. Superposición normativa y valor aclaratorio

Los artículos 2, 3 y 4 del Código ya establecen el deber de brindar información relevante, la prohibición de omisiones que induzcan a error y la información sobre el precio. Sin embargo, la relevancia de la información se determina caso por caso, conforme al numeral 2.3 del artículo 2, y el numeral 2.4 advierte sobre los problemas de confusión que genera el suministro de información excesiva. La propuesta no añade información nueva al momento del pago: establece que el precio y las características de la bolsa, incluida la publicidad, deben poder conocerse antes de adquirirla, y que basta para ello la exhibición del producto. Así se evita tanto la incertidumbre como la sobrecarga informativa.

Su aporte consiste en fijar un criterio uniforme para un producto que se vende en todos los establecimientos sujetos a la Ley 30884, lo que facilita el cumplimiento por los proveedores y la actuación de la autoridad de consumo.

### 4.4. Fiscalización

La propuesta no crea un régimen sancionador propio ni procedimientos adicionales. Al incorporarse al Código, su cumplimiento se rige por el sistema de supervisión, fiscalización y sanción que este ya prevé, a cargo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

### 4.5. Vinculación con las Políticas de Estado del Acuerdo Nacional

La iniciativa se vincula con la Política de Estado 17, «Afirmación de la economía social de mercado», en cuanto fortalece la protección del consumidor y la transparencia en el mercado; y con la Política de Estado 19, «Desarrollo sostenible y gestión ambiental», en cuanto deja intactos los instrumentos de la Ley 30884 para reducir el uso de bolsas.

## V. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

En el portal de proyectos de ley del Congreso de la República no se registran, en los periodos parlamentarios 2021-2026 y 2026-2031, proyectos sobre la información de la publicidad en las bolsas comercializadas. Se han presentado, en cambio, iniciativas que modifican la Ley 30884 en otros aspectos, como los Proyectos de Ley 12221/2025-CR, 12464/2025-CR, 12578/2025-CR y 12620/2025-CR, ninguno de los cuales aborda la materia de esta propuesta.

## VI. IDENTIFICACIÓN DE LOS SECTORES COMPRENDIDOS Y BENEFICIARIOS

La propuesta comprende el ámbito de la protección del consumidor, a cargo del INDECOPI, entidad adscrita a la Presidencia del Consejo de Ministros. Son beneficiarios:

a) Los consumidores que adquieren bolsas en establecimientos comerciales, que podrán conocer antes de pagar el precio y las características de la bolsa, incluida la publicidad que lleva.

b) Los proveedores, que contarán con un criterio claro sobre la información que corresponde a la bolsa y sobre la forma de brindarla.

## VII. EFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La iniciativa incorpora el numeral 2.5 al artículo 2 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. No deroga ni modifica ninguna otra norma con rango de ley y deja intactos el cobro mínimo de la bolsa previsto en el numeral 2.2 del artículo 2 de la Ley 30884 y el ICBPER regulado en su artículo 12. El siguiente cuadro compara el texto vigente con el propuesto:

| **Texto vigente de la Ley 29571** | **Texto propuesto** |
|---|---|
| Artículo 2.- Información relevante<br>2.1 El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.<br>2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.<br>2.3 Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.<br>2.4 Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado. | Artículo 2.- Información relevante<br>2.1 […]<br>2.2 […]<br>2.3 […]<br>2.4 […]<br>2.5 En la comercialización de bolsas destinadas al transporte de productos adquiridos en establecimientos comerciales, el consumidor tiene derecho a conocer, antes de su adquisición, el precio y las características de la bolsa, incluida la presencia de publicidad comercial. La información puede brindarse mediante la exhibición del producto o los medios de información habitualmente utilizados por el proveedor, conforme a las disposiciones del presente Código. |

*Fuente: Ley 29571, texto vigente según el SPIJ, consultado el 19 de noviembre de 2026.*

## VIII. ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

### 8.1. Actores y grupos de interés

| Actor | Efecto |
|---|---|
| Consumidores | Pueden conocer, antes de pagar, el precio y las características de la bolsa, incluida su publicidad. Beneficio informativo acotado, no cuantificado. |
| Establecimientos comerciales | Cumplen con la exhibición del producto o sus medios de información habituales. No se les exige ofrecer bolsas sin publicidad, ni avisos nuevos, ni cambios de inventario, precio o diseño. |
| Fabricantes de bolsas | Sin efecto obligatorio; pueden atender la demanda que el mercado decida. |
| INDECOPI | Aplica la regla con su régimen y sus recursos vigentes, con un criterio uniforme que reduce la evaluación caso por caso. |

*Fuente: elaboración propia.*

### 8.2. Efectos monetarios y no monetarios

La propuesta no genera costos monetarios relevantes para los proveedores, que pueden cumplir con la exhibición de las bolsas que ya ofrecen. Entre sus efectos no monetarios, refuerza el derecho a la información y a la libre elección del consumidor y da certeza jurídica a los agentes del mercado.

### 8.3. Impacto económico

No interviene en precios, márgenes ni en la oferta de los establecimientos, ni altera el cobro mínimo de la bolsa o el ICBPER, por lo que su impacto económico es neutro.

### 8.4. Impacto presupuestal

La presente iniciativa no irroga gasto público ni contiene propuestas de creación o aumento de gasto, en observancia del artículo 79 de la Constitución Política del Perú. No crea entidades, órganos, plazas ni programas, no dispone reglamentación ni asigna nuevas tareas al Poder Ejecutivo, y no modifica tributos. Su aplicación se efectúa con las competencias y recursos vigentes del INDECOPI.

## IX. IMPACTO AMBIENTAL

La propuesta no tiene impacto ambiental, pues no altera las medidas de reducción, sustitución y cobro de bolsas de la Ley 30884 ni el ICBPER, que se mantienen como desincentivo a su uso.

Lima, 19 de noviembre de 2026.

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: SILUPU INGA Maria Luisa FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 19/11/2026 12:15:33-0500

**MARÍA LUISA SILUPU INGA**
Diputada de la República

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: ALEGRIA GARCIA Luis Arturo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 19/11/2026 18:05:47-0500

*Certificación del vocero del grupo parlamentario*

*Firmas de respaldo de no menos de cinco miembros del grupo parlamentario*

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: MEZA RIVERA Flor De Jesus FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 23/11/2026 16:56:05-0500

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: RAMOS ROSALES Maria Candelaria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 23/11/2026 17:17:23-0500

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: GAMARRA PITA Luzmila Maria Del Carmen FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/11/2026 10:17:48-0500

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: REVILLA VILLANUEVA Cesar Manuel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/11/2026 14:38:12-0500

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: PINASCO MONTENEGRO Nary Benvinda FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/11/2026 15:39:11-0500