

REVISTA INDUSTRIALLEGAL



En esta edición entrevistamos a **Alejandro Cavero** y **Adriana Tudela**, congresistas electos para el periodo 2021-2026, sobre su experiencia como políticos jóvenes en el marco de la coyuntura política peruana.

La especialista en marketing legal y comunicación digital para abogados **Lorena Borgo** escribe sobre la responsabilidad de los directorios legales que realizan rankings de abogados.

Sergio Amiel (Perú), **Carolina Duque** (Colombia), **Carlos Silva** (Chile) y **Giancarlo Schievenini** (México), expertos en infraestructura y project finance, hablan sobre los principales retos que, ante la actual coyuntura política y económica regional, enfrentan inversionistas y financiadores para el desarrollo de proyectos de infraestructura.



COMPETENCIA Y ANTI-TRUST

Predictibilidad en descuento de multa por contar con un *compliance* de consumo/publicidad.

En el año 2008, entró en vigencia el D.L. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, sin determinarse algún criterio atenuante de las sanciones previstas en dicha norma.

En el año 2010, entró en vigencia la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, estableciendo como criterio atenuante de las sanciones previstas en dicha norma, que el proveedor cuente con un *compliance* en consumo que cumpla determinados requisitos. Sin embargo, no se determinó el porcentaje de disminución de la multa.

En el año 2019, entró en vigencia el D.S. N° 185-2019-PCM, Reglamento que promueve y regula la implementación voluntaria de programas de cumplimiento normativo en materia de protección al consumidor y publicidad comercial, en el cual se desarrollaron los requisitos que deben de cumplir los *compliance* en materia de consumo y publicidad, sin establecerse el porcentaje de reducción de multas que estos representarían a los proveedores.

Finalmente, el año 2021, entró en vigencia el D.S. N° 032-2021-PCM, que aprueba la graduación, metodología y factores para la determinación de las multas que impongan los órganos resolutivos del INDECOPI respecto de las infracciones sancionables en el ámbito de su competencia, mediante el cual se estableció que se puede obtener un descuento del 30% de la sanción si el proveedor acredita contar con un *compliance* en la materia (consumo/publicidad). De este modo, por primera vez se brinda predictibilidad en el descuento de las multas a ser impuestas en materia de consumo y publicidad.



Marianna Vallvé Gamarra

mvg@prcp.com.pe

Pese a lo anterior, todo indicaría que a la fecha los proveedores no han podido acceder al descuento establecido. Ello se ha debido básicamente a que los *compliance* presentados no han cumplido con todos los requisitos exigidos por ley. Así, resulta relevante tener presente cada uno de estos: (i) el involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa; (ii) que el programa cuente con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de la normativa; (iii) que existan mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal; (iv) que el programa cuente con mecanismos de monitoreo, auditorías y para el reporte de eventuales incumplimientos; (v) que cuente con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos a la normativa; y, (vi) que los eventuales incumplimientos sean aislados.

