



**Конференция Организации  
Объединенных Наций  
по торговле и развитию**

Distr.: General  
14 May 2020  
Russian  
Original: Spanish

**Восьмая Конференция Организации  
Объединенных Наций по рассмотрению  
всех аспектов Комплекса, согласованных  
на многосторонней основе справедливых  
принципов и правил для контроля за  
ограничительной деловой практикой**

Женева, 19–23 октября 2020 года

Пункт 14 предварительной повестки дня

**Добровольный экспертный обзор законодательства  
и политики в области защиты прав потребителей в Перу**

**Резюме\***

\* Результаты, толкования и выводы, изложенные в этом документе, получены авторами и не обязательно отражают точку зрения Организации Объединенных Наций, ее должностных лиц или ее государств-членов. Настоящий документ представляет резюме подробного доклада о добровольном экспертном обзоре законодательства и политики в области защиты прав потребителей в Перу.

GE.20-06706 (R) 260520 270520



\* 2 0 0 6 7 0 6 \*

Просьба отправить на вторичную переработку



## Содержание

	<i>Стр.</i>
I. Введение .....	3
II. Политический, экономический и социальный контекст .....	3
III. Нормативно-правовая база .....	4
A. Кодекс защиты прав и интересов потребителей .....	4
B. Другое законодательство в данной области .....	8
IV. Основы государственной политики .....	8
A. Национальная политика защиты прав и интересов потребителей .....	9
B. Национальный план защиты прав потребителей .....	9
C. Электронная торговля .....	10
V. Институциональная структура .....	11
A. Национальный институт защиты конкуренции и охраны интеллектуальной собственности .....	11
B. Другие государственные органы .....	14
VI. Участие ассоциаций потребителей и частного сектора .....	15
A. Ассоциации потребителей .....	15
B. Поставщики .....	15
VII. Выводы и рекомендации .....	17
A. Нормативно-правовая база .....	17
B. Основы государственной политики .....	18
C. Институциональная структура .....	19
D. Участие ассоциаций потребителей и частного сектора .....	20

## I. Введение

1. В своей резолюции 70/186 от 22 декабря 2015 года о защите интересов потребителей Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций подтвердила Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей как ценный комплекс принципов для определения основных аспектов законодательства о защите потребителей, учреждений, отвечающих за их применение, и соответствующей политики. Межправительственная группа экспертов по законодательству и политике в области защиты прав потребителей Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД), учрежденная Генеральной Ассамблеей, уполномочена, в частности, проводить добровольные экспертные обзоры законодательства и политики государств в области защиты прав потребителей<sup>1</sup>. Перу – третье государство – член ЮНКТАД, по которому был проведен такой обзор.

2. Добровольные экспертные обзоры призваны дать независимую внешнюю оценку действенности права на защиту прав потребителей в данной стране; проанализировать законодательство, институциональную систему и государственную политику, а также применение законодательства, чтобы определить возникающие трудности и возможные улучшения в законодательной и институциональной основе; оценить степень осведомленности соответствующих заинтересованных сторон о защите потребителей, а также их вклад в этой области; изложить и рекомендовать соответствующие меры; а также помочь странам в выполнении соответствующих рекомендаций путем разработки программы укрепления потенциала<sup>2</sup>.

## II. Политический, экономический и социальный контекст

3. Перу – южноамериканская страна с населением более 31 млн человек, граничащая с Бразилией, Колумбией, Чили и Эквадором. Перу представляет собой демократическое правовое государство в форме социальной, независимой и суверенной республики, организованной в соответствии с принципом разделения властей. В 2018 году индекс человеческого развития Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) составил в Перу 0,759, и таким образом страна относится к категории «высокого уровня человеческого развития», занимая 82-е место из 189 стран и территорий<sup>3</sup>. В 1990–2018 годах ожидаемая продолжительность жизни при рождении увеличилась в Перу на 10,4 года, средняя продолжительность обучения – на 2,6 года, а ожидаемая продолжительность обучения – на 1,9 года. За тот же период валовой национальный доход Перу на душу населения вырос примерно на 148,3%, а валовой внутренний продукт увеличился до 222 млрд долларов<sup>4</sup>.

4. В 2002–2013 годах крайняя бедность (доля людей, которые живут менее чем на 3,2 долл. США в день) снизилась с 30,9% до 11,4%<sup>5</sup>. Нерешенной задачей является сокращение неравенства: 38% населения относится к низшему классу, а 13% – к высшему классу<sup>6</sup>. Граждане с низкими доходами, в свою очередь, чаще становятся уязвимыми потребителями и/или находятся в неблагоприятном положении и поэтому заслуживают большего внимания и защиты. К этому добавляется гендерный разрыв: доля неграмотных в стране в настоящее время составляет 8,3% среди женщин и 2,3% среди мужчин<sup>7</sup>. Наконец, по-прежнему крайне велик цифровой разрыв между

<sup>1</sup> TD/B/CI/CPLP/9 и Corr.1.

<sup>2</sup> TD/B/CI/CPLP/6.

<sup>3</sup> PNUD, [Informe sobre Desarrollo Humano 2019. Desigualdades del desarrollo humano en el siglo XXI: Nota informativa para los países acerca del Informe: Perú.](#)

<sup>4</sup> Banco Mundial, “Perú: Panorama general”, 2020.

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), [Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor - Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020](#), Lima, 2017, pág. 6.

<sup>7</sup> Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), “Analfabetismo y alfabetismo”, 2020.

городскими и сельскими районами: доступ к Интернету имеют 70,9% жителей Большой Лимы, по сравнению с 13,2% населения в сельской местности<sup>8</sup>.

### III. Нормативно-правовая база

5. Политическая конституция Перу 1993 года прямо говорит о защите потребителей в своей статье 65, которая гласит: «Государство защищает интересы потребителей и пользователей. Для этого оно гарантирует право на информацию о товарах и услугах, которые имеются для них на рынке. Оно также ограждает, в частности, здоровье и безопасность населения». В соответствии с Конституцией Перу удалось создать прочную законодательную и государственную основу защиты прав потребителей.

#### A. Кодекс защиты прав и интересов потребителей

6. Основным нормативным актом, обеспечивающим защиту потребителей, служит Закон № 29571 от 14 августа 2010 года, которым принят Кодекс защиты прав и интересов потребителей (ниже – Кодекс). Решение перуанского законодателя систематизировать законодательство о защите потребителей в Кодексе учитывает его конкретный характер и необходимость обеспечения нацеленности всего соответствующего законодательства на защиту потребителей. Кроме того, кодификация права потребителей на защиту обеспечивает систему и последовательность, необходимую для правовой определенности<sup>9</sup>.

7. Поскольку защита потребителей затрагивает все области деятельности государства, неизбежно, что другие законодательные акты окажут влияние на Кодекс. В этой связи применяются признанные в нем принципы специальности и дополнительности. Иными словами, хотя Кодекс всесторонне регулирует отношения в сфере потребления, его могут дополнять или развивать специальные законы, касающиеся, например, регулируемые услуги общего пользования, медицинские и финансовые услуги.

##### 1. Принципы и цели

8. Принципы, лежащие в основе Кодекса и определяющие толкование всех норм по защите потребителей, содержатся в статье V:

a) *принцип потребительского суверенитета*, который подтверждает самостоятельность, свободу и ответственность воли потребителя;

b) *принцип толкования в пользу потребителя*, гарантирующий толкование, благоприятное для интересов потребителя;

c) *принцип прозрачности*, который соответствует обязанности поставщиков предоставлять необходимую правдивую информацию о товарах или услугах, которые они предлагают;

d) *принцип устранения асимметрии*, который выражает цель защиты потребителей с целью устранения деформаций или недобросовестных действий, вызванных информационной асимметрией или ситуацией неравного соотношения сил между потребителями и поставщиками;

e) *принцип добросовестности*, который должен действовать в отношениях в сфере потребления между потребителями, поставщиками и ассоциациями потребителей;

<sup>8</sup> INEI, «Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares. Enero-marzo 2018», Informe técnico núm. 2, junio de 2018, pág. 9.

<sup>9</sup> ЮНКТАД, «Руководство по защите прав потребителей» (UNCTAD/DITC/CPLP/2017/1).

f) *принцип минимальной защиты*, который позволяет нормам отраслей права установить более высокий уровень защиты;

g) *принцип содействия ассоциациям потребителей*, согласно которому государство несет ответственность за содействие деятельности таких ассоциаций; а также

h) *принцип примата реальности* над формальным элементом правоотношений, позволяющий определить содержание реальных рассматриваемых ситуаций.

9. Кроме того, статья VI Кодекса устанавливает цели политики, которую должно проводить государство и которая соответствует целям Руководства Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей. Помимо защиты здоровья, безопасности и интересов потребителей и обеспечения их права на информацию, а также разработки программ обучения и профессиональной подготовки, государство должно признать уязвимость потребителей, уделяя особое внимание наиболее уязвимым и находящимся в неблагоприятном положении. Другие цели политики – обеспечение механизмов урегулирования споров и возмещения, привлечение граждан и ассоциаций потребителей, продвижение устойчивых моделей потребления, продвижение культуры защиты потребителей, устойчивого потребления и качества в производство товаров и услуг и всеобщего доступ к товарам медицинского назначения. Важно отметить, что цели государственной политики, установленные в Кодексе, обязательны для всех государственных органов, которые обязаны следить за их достижением в рамках своей компетенции.

## 2. Материальное законодательство

10. В разделах I–IV Кодекса содержится основная часть материального законодательства о защите потребителей. Права, признанные за потребителями, соответствуют большинству современных законов. Выделяется не столь часто признаваемое «право на справедливое и равное обращение во всех деловых операциях и на недискриминацию по признаку происхождения, расы, пола, языка, религии, убеждений, материального положения или любого иного характера». Запрещение дискриминации свидетельствует о важности отношений в сфере потребления для реализации основных прав, таких как право не подвергаться дискриминации, также закрепленное в статье 2 Конституции.

11. Кодекс предусматривает право потребителей на здоровье и безопасность, а также право на информацию и действительную защиту от товаров и услуг, которые, помимо их нормальных или предвидимых свойств, могут представлять опасность для здоровья или личной неприкосновенности потребителей. Кодекс и принятые в соответствии с ним подзаконные акты устанавливают право на действительную защиту в отношении продуктов и услуг, которые в нормальных или предвидимых условиях представляют опасность или угрозу для жизни, здоровья или личной неприкосновенности потребителей, а также право на ремонт или замену товара, повторное предоставление услуги и возврат уплаченной суммы, в зависимости от обстоятельств. Они также устанавливают обязанность поставщиков принимать меры по снижению или устранению угрозы с момента обнаружения непредвиденной опасности товара или услуги либо, например, дефекта, а также порядок информирования потребителей, рынка и органы власти.

12. Нормы регулирования договоров являются исчерпывающими и охватывают договоры о присоединении, недобросовестные положения (характер, последствия и неприменение) и общие положения о заключении договоров, которые подлежат предварительному административному утверждению в случае услуг общего пользования или подлежат экономическому регулированию. Кодекс содержит положения, которые регулируют защиту потребителей конкретных товаров или услуг, таких как регулируемые услуги общего пользования; медицинские, образовательные, риэлторские и финансовые продукты или услуги, а также кредитные услуги, предоставляемые компаниями, не контролируемые Управлением банков, страховых компаний и частных пенсионных фондов.

### 3. Ответственность и санкции

13. Раздел V Кодекса устанавливает режим вторичных норм, определяющих ответственность поставщиков и административные санкции, налагаемые национальным органом по защите потребителей – Национальным институтом защиты конкуренции и охраны интеллектуальной собственности (ИНДЕКОПИ). Ответственность поставщиков может быть как гражданской, определяемой Гражданским кодексом, а в случае ущерба – компетентными судебными органами, так и административной, регулируемой Кодексом и относящейся на всей территории страны к преимущественной административной юрисдикции ИНДЕКОПИ.

14. В случае нарушения поставщиком положений Кодекса административное разбирательство возбуждается ИНДЕКОПИ по своей инициативе или по жалобе потерпевшего потребителя или ассоциации потребителей. После возбуждения разбирательства ИНДЕКОПИ может принять обеспечительные меры, которые могут даже повлечь за собой приостановление деятельности ответчика по жалобе. Если ИНДЕКОПИ выявлено нарушение, тот может наложить штраф, максимальная сумма которого составляет от 50 до 450 расчетно-налоговых единиц, что эквивалентно приблизительно 62 000–560 000 долл. США. В исключительных случаях руководители компаний-нарушителей могут быть привлечены к солидарной ответственности, когда они умышленно, или проявляя грубую небрежность, участвуют в совершении нарушения.

15. Характерная черта административного разбирательства, возбужденного по жалобе потребителя, – отсутствие значения того, предпринималась ли до того попытка непосредственного урегулирования с поставщиком. Иными словами, потерпевший потребитель может подать жалобу в ИНДЕКОПИ, даже если он не направлял жалобы или претензии поставщику. Таким образом, административное разбирательство – не последнее, а, очень часто, первое средство восстановления нарушенных прав потребителя. Это, наряду с другими факторами, способствовало подаче потребителями значительного числа административных жалоб.

### 4. Коллективная защита потребителей

16. Раздел VI Кодекса посвящен мерам защиты потребителей в случае нарушения прав неопределенного круга лиц. Такое разбирательство ведется как в центральном аппарате ИНДЕКОПИ, так и в судебной системе. Ассоциации потребителей, «должным образом признанные» ИНДЕКОПИ, имеют право подавать коллективные жалобы в центральный аппарат ИНДЕКОПИ. Кодекс не предусматривает право подачи коллективной жалобы отдельными потребителями – физическими или юридическими лицами.

17. Как это принято в большинстве правовых систем, возмещение ущерба может быть истребовано потребителями только в судебном порядке. ИНДЕКОПИ и ассоциации потребителей имеют право обращения в суд для коллективной защиты потребителей. Однако, для того чтобы ассоциации потребителей могли воспользоваться этим правом, требуется предварительное согласие ИНДЕКОПИ, что, возможно, было одной из причин того, что на сегодняшний день эти ассоциации практически не обращались в суд<sup>10</sup>. Другие возможные причины – отсутствие опыта ведения таких судебных процессов и нехватка людских и финансовых ресурсов. Эти недостатки вызывают институциональные слабости ассоциаций потребителей<sup>11</sup>.

### 5. Единая национальная система защиты потребителей

18. В разделе VII Кодекса предусмотрено создание единой национальной системы защиты потребителей как системы принципов, правил, процедур, методов и инструментов, направленных на обеспечение согласования государственной политики и оптимизацию действий всех заинтересованных государственных органов

<sup>10</sup> По данным ИНДЕКОПИ, они подавали в суд только один раз.

<sup>11</sup> Выводы получены на основе бесед с ассоциациями потребителей, проведенными в Перу в сентябре 2019 года.

(см. диаграмму 1). Система координируется Национальным советом по защите потребителей, органом в структуре аппарата Председателя Совета министров, возглавляемым ИНДЕКОПИ в качестве национального органа по защите потребителей. Таким образом, перуанский законодатель назначил ИНДЕКОПИ координационным центром по защите потребителей и главным учреждением в этой области.

Диаграмма 1

Состав Единой национальной системы защиты потребителей

## ЕДИНАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



19. Функции Национального совета по защите потребителей заключаются в продвижении и согласовании Национальной политики защиты прав и интересов потребителей и Национального плана защиты потребителей, которые являются краеугольными камнями государственной политики Перу в сфере отношений потребления и подробно описаны ниже. Совет также дает рекомендации в отношении приоритетных действий и норм в определенных секторах отношений потребления, принимает заключения, способствует формированию знаний о защите потребителей, содействует развитию систем оповещения в вопросах безопасности товаров и услуг, оценивает эффективность механизмов предотвращения и урегулирования конфликтов, служит каналом связи между государственным и частным сектором и развивает участие граждан.

20. В том же разделе Кодекс регулирует «потребительскую юстицию», которая охватывает как потребительский арбитраж, так и альтернативные механизмы урегулирования споров, а также книгу жалоб. Потребительский арбитраж следует испанской модели, будучи бесплатным и имеющим обязательную силу; для его проведения в стране созданы специальные органы (в системе региональных и местных органов власти, других структур или юридических лиц публичного права и региональных отделений ИНДЕКОПИ) в составе трех сторон: поставщиков, ассоциаций потребителей и государства. Книга жалоб служит механизмом самоконтроля коммерческих предприятий; все они должны предоставлять ее потребителям (в физической или виртуальной форме), чтобы те могли изложить свою жалобу или претензию. Поставщик имеет возможность урегулировать претензию или жалобу немедленно, в противном случае он должен ответить в письменном виде в течение максимум 30 календарных дней. Эта информация должна быть передана ИНДЕКОПИ, если она запрашивается для целей проверки.

21. В рамках Единой национальной системы защиты потребителей также регулируются ассоциации потребителей. Нормы регулирования, предусмотренные в Кодексе, соответствуют Руководящим принципам Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, рекомендуя, чтобы ассоциации были независимыми<sup>12</sup>. Они также согласуются с условиями приема объединений потребителей в Международный союз потребителей<sup>13</sup>: ассоциациям потребителей запрещено ставить цель извлечения прибыли, получать финансирование от поставщиков и иметь связи с политическими партиями. Кодекс устанавливает единственный канал финансирования ассоциаций потребителей – перечисление части суммы штрафов, наложенных ИНДЕКОПИ и отраслевыми органами регулирования по итогам возбужденного такими ассоциациями разбирательства. Такая часть не может превышать 50% суммы штрафа, и только 5% могут быть использованы для покрытия текущих расходов. Эти строгие правила финансирования привели, в частности, к бизнес-модели ассоциаций потребителей, основанной на возбуждении административного разбирательства в ИНДЕКОПИ.

## **В. Другое законодательство в данной области**

22. Принцип преимущественной силы специального закона в полной мере действует в сфере защиты прав потребителей и в силу сквозного характера политики государства в этой области. В Кодексе имеются отсылки к нескольким законам, которые в основном соответствуют секторам, регулируемым разделом IV, но также затрагивают, в частности, частные инвестиции в услуги общего пользования, здравоохранение, недвижимость и финансовые услуги. Помимо законов, упомянутых в Кодексе, в Перу приняты конкретные законы по вопросам, охватываемым Руководящими принципами Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, таким как законодательство о конкуренции, предоставление медицинских услуг, поставка фармацевтических препаратов и энергии, а также защита данных<sup>14</sup>.

23. Одна из областей, которая была определена в качестве приоритетной для добровольного экспертного обзора, – защита данных потребителей, правовой основой которой в Перу служит Закон № 29733 от 3 июля 2011 года о защите личных данных. Закон основывается на принципах согласия владельцев, защищенности банков данных и предоставления средств для того, чтобы владельцы персональных данных могли отстаивать свои права. Национальный орган по защите персональных данных – Министерство юстиции и прав человека в лице его Главного управления прозрачности, доступа к публичной информации и защите персональных данных. Тем не менее положения Кодекса полностью применимы в контексте отношений с потребителями, и ИНДЕКОПИ обладает исключительной компетенцией контролировать его соблюдение.

## **IV. Основы государственной политики**

24. В этой главе основное внимание уделяется наиболее актуальным инструментам государственной политики, а именно Национальной политике защиты прав и интересов потребителей и Национальному плану защиты потребителей<sup>15</sup>. При определении сферы охвата исследования были рассмотрены области, представляющие интерес для Перу, Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей и другие соответствующие

<sup>12</sup> Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, глава I (Цели), пункт 1 e).

<sup>13</sup> Международный союз потребителей – федерация союзов потребителей в разных странах мира (см. [www.consumersinternational.org/](http://www.consumersinternational.org/)).

<sup>14</sup> UNCTAD, Mapa Mundial de Protección del Consumidor. URL: <https://unctadwcpm.org/docs/PER.pdf>.

<sup>15</sup> INDECOPI, *Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor...* (см. сноску 6 выше).

международно-правовые акты, в которых кристаллизован передовой опыт на глобальном уровне. Поэтому в нее также включен специальный раздел об электронной торговле.

#### **A. Национальная политика защиты прав и интересов потребителей**

25. Национальная политика защиты прав и интересов потребителей – государственная политика, осуществляемая на всех уровнях государственного управления и затрагивающая все заинтересованные стороны, включая государственный и частный сектор и ассоциации потребителей. В нынешний период 2017–2020 годов она основана на эмпирических данных (обследования и социальные исследования, проводимые в городских районах) о предпочтениях и навыках, правовой грамотности, опыте потребления и претензиях или жалобах, уязвимости и дискриминации.

26. Национальная политика защиты прав и интересов потребителей строится вокруг четырех стратегических направлений: а) просвещение, информирование и пропаганда; б) защита здоровья и безопасности потребителей; в) механизмы предотвращения и урегулирования конфликтов между поставщиками и потребителями; и д) укрепление Единой национальной системы защиты потребителей. Эти направления действий, в свою очередь, изложены в стратегических руководящих принципах, разработанных в рамках Национального плана защиты потребителей.

#### **B. Национальный план защиты прав потребителей**

27. Национальный план защиты потребителей является оперативным инструментом для реализации Национальной политики защиты прав и интересов потребителей, разработкой которой руководил ИНДЕКОПИ. План был также утвержден Советом директоров ИНДЕКОПИ. Текущий план охватывает период 2017–2020 годов и содержит показатели, фиксирующие степень достижения целей, поставленных в Национальной политике защиты прав и интересов потребителей. Эти направления отражены на диаграмме 2.

Диаграмма 2  
Национальный план защиты прав потребителей



Источник: Направление защиты потребителей ИНДЕКОПИ.

### С. Электронная торговля

28. Область, которая не полностью охвачена ни в Национальной политике защиты прав и интересов потребителей, ни в Национальном плане защиты потребителей, – электронная торговля, хотя она имеет первоочередное значение как для защиты прав потребителей Перу, так и в Руководящих принципах Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей<sup>16</sup>. В Руководящих принципах государствам рекомендуется содействовать укреплению доверия потребителей к электронной торговле путем постоянной разработки прозрачной и действенной политики защиты потребителей, гарантирующей степень защиты, которая не ниже той, которая предоставляется при других формах торговли. Государствам также предлагается пересмотреть нынешнюю политику защиты потребителей, чтобы учесть особенности электронной торговли, с прямой ссылкой к другим международно-правовым актам, особенно рекомендациям Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), таким как Рекомендация о защите потребителей в электронной торговле 2016 года<sup>17</sup> и Рекомендация о трансграничном сотрудничестве в пресечении рассылки нежелательной почты (спама) 2006 года<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, глава V (Руководящие принципы), раздел I, пункты 63–65.

<sup>17</sup> OCDE, *Protección al consumidor en el comercio electrónico: Recomendación de la OCDE*, París, 2016 (Comisión Federal de Comercio, 2018, испанское издание).

<sup>18</sup> OCDE, *Recommendation on Cross-Border Co-operation in the Enforcement of Laws against Spam*, 2006.

29. В этой связи ИНДЕКОПИ в 2018 году представил свою Цифровую повестку дня. Этот документ, имеющий информативное значение, также способствует выполнению Президентского декрета № 066-2011-PCM от 27 июля 2011 года, утвердившего План развития информационного общества в Перу – Перуанскую цифровую повестку дня 2.0<sup>19</sup>, где устанавливаются общие цели и стратегии, призванные открыть перуанскому обществу возможность получения преимуществ, возникающих благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий во всех аспектах.

## V. Институциональная структура

30. Поскольку защита потребителей затрагивает все области деятельности государства, она требует согласования деятельности целого ряда учреждений, как государственных, так и частных. Хотя этот доклад посвящен ИНДЕКОПИ как основному государственному органу по защите прав потребителей, он также затрагивает участие других государственных структур, отвечающих за защиту прав потребителей.

### A. Национальный институт защиты конкуренции и охраны интеллектуальной собственности

31. Кодекс определяет ИНДЕКОПИ в качестве основного государственного органа по защите потребителей, обладающего компетенцией на всей территории страны и имеющего подразделения в Лиме и в 24 регионах Перу. Отраслевые регулирующие органы выполняют функции по защите потребителей в пределах своей компетенции, хотя в большинстве случаев ИНДЕКОПИ сохраняет общую остаточную компетенцию.

32. ИНДЕКОПИ наделен широкими полномочиями, которые охватывают, помимо защиты потребителей, свободу конкуренции, интеллектуальную собственность, бюрократические барьеры, недобросовестную конкуренцию, производство по делам о несостоятельности, демпинг и субсидии. В общем плане деятельность ИНДЕКОПИ регулируется декретом-законом № 25868 от 18 ноября 1992 года, а его деятельность по защите потребителей также регулируется Кодексом. ИНДЕКОПИ наделен правом внесения законопроектов через аппарат Совета министров (правительство). По данным Всемирной карты защиты прав потребителей ЮНКТАД<sup>20</sup>, ежегодный бюджет ИНДЕКОПИ составляет 10,5 млн долл. США. Вопросами защиты потребителей в нем специально занимаются 529 штатных сотрудников. Что касается стратегического планирования, то в ИНДЕКОПИ имеется Институциональный стратегический план, в настоящее время охватывающий период 2018–2022 годов, и Институциональный план работы на 2019 год.

#### 1. Участие в законодательном процессе

33. ИНДЕКОПИ занимает особое положение в перуанском законодательном процессе как орган с первичной компетенцией в области соблюдения законодательства, охватывающей всю страну, и как руководящий орган Единой национальной системы защиты потребителей. Хотя ИНДЕКОПИ имеет самостоятельность и независимость по отношению к исполнительной власти, он уполномочен представлять предложения о внесении поправок в законодательство на рассмотрение Председателя Совета министров. Кроме того, Конгресс Республики непосредственно запрашивает у ИНДЕКОПИ заключения по законопроектам. В частности, в 2018 году ИНДЕКОПИ подготовил заключения по 59 законопроектам по самым разным темам, таким как защита данных, маркировка, финансовая и страховая система и цены на лекарства.

<sup>19</sup> Perú, Presidencia del Consejo de Ministros, Plan de Desarrollo de la Sociedad de la Información en el Perú: [La Agenda Digital 2.0, 2016](#).

<sup>20</sup> UNCTAD, Mapa Mundial de Protección del Consumidor (см. сноску 14 выше).

## 2. Просвещение, информирование и пропаганда

34. В 2018–2019 годах ИНДЕКОПИ через свое Направление по защите прав потребителей осуществило ряд инициатив по просвещению, информированию и пропаганде прав потребителей. В частности, составлена Карта потребителя<sup>21</sup>, интерактивный документ, который в наглядном виде представляет процедуры подачи жалоб и компетентные органы по их рассмотрению в различных секторах перуанского рынка и имеется на испанском, кечуа и аймара, а также на языке жестов и шрифте Брайля; подготовлены цифровые справочники «Проверь свое такси»<sup>22</sup>, «Проверь свою авиакомпанию»<sup>23</sup> и «Проверь свой университет»<sup>24</sup>, которые позволяют сравнивать их цены и условия; а также создан общедоступный портал «Посмотри, у кого покупаешь»<sup>25</sup> с информацией о санкциях, наложенных ИНДЕКОПИ на компании и на поставщиков. ИНДЕКОПИ организовал интернет-форум по защите прав потребителей «Цифровые инноваторы – поддержка потребителей»<sup>26</sup>, на котором перед технологическими новаторами, веб-разработчиками, студентами, изучающими технические дисциплины и информатику, была поставлена задача предложить творческие решения усиления защиты потребителей.

35. В 2018 году ИНДЕКОПИ организовал обучение 3 183 потребителей по вопросам защиты потребителей и 820 поставщиков. Он также подготовил «Интерактивный справочник по защите потребителей для микро- и малых предприятий»<sup>27</sup>, чтобы улучшить понимание ими своих обязательств в области защиты потребителей.

36. Кампания ИНДЕКОПИ «Мы все – потребители» направлена на защиту прав и интересов инвалидов на основе пропаганды их прав. Радиопрограммы ИНДЕКОПИ<sup>28</sup>, такие как «Сила потребителя», призваны разъяснить слушателям их права.

## 3. Защита здоровья и безопасности потребителей

37. Поскольку проблемы здоровья и безопасности потребителей имеют сквозной характер, в Перу имеются отраслевые органы, помимо ИНДЕКОПИ, которые также публикуют предупреждения об опасности потребительских товаров и/или услуг, такие как Главное управление гигиены окружающей среды и безопасности пищевых продуктов<sup>29</sup> (продукты питания), Главное управление фармацевтических препаратов и лекарственного сырья<sup>30</sup> (медикаменты), Национальный орган по безопасности рыбной продукции<sup>31</sup> (безопасность рыбной продукции) и Министерство производства<sup>32</sup> (рыбное хозяйство, аквакультура, микро- и малые предприятия и промышленность).

38. Опыт Перу в области охраны труда и здоровья и ее действия в региональной сфере способствовали сотрудничеству с другими латиноамериканскими странами в создании Сети по безопасности потребителей и охране здоровья Организации американских государств (ОАГ)<sup>33</sup>, членом-учредителем которой является Перу. В этой связи ИНДЕКОПИ внедряет систему оповещений об опасных продуктах и услугах<sup>34</sup>, которая предусматривает создание системы мониторинга несчастных случаев, вызванных потребительскими товарами, на основе сообщений клиник и больниц. Как

<sup>21</sup> См. [www.indecopi.gob.pe/documents/51084/123333/Mapa\\_Consumo\\_Digital.pdf](http://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/123333/Mapa_Consumo_Digital.pdf).

<sup>22</sup> См. <https://indecopi.gob.pe/-/el-indecopi-pone-a-disposicion-de-la-ciudadania-la-guia-interactiva-que-checka-tu-taxi-sobre-las-condiciones-en-las-que-se-brinda-la-intermediacion-del-ser>.

<sup>23</sup> См. [www.indecopi.gob.pe/-/que-checka-tu-aerolinea](http://www.indecopi.gob.pe/-/que-checka-tu-aerolinea).

<sup>24</sup> См. [www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3043340/Que-checka-tu+uni-2019-Indecopi-SUNEDU.pdf/142e304d-ac15-538f-f988-023f233d80ac](http://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3043340/Que-checka-tu+uni-2019-Indecopi-SUNEDU.pdf/142e304d-ac15-538f-f988-023f233d80ac).

<sup>25</sup> См. <https://servicio.indecopi.gob.pe/appCPCBuscador/>.

<sup>26</sup> См. [www.consumidor.gob.pe/hackathonconsumo](http://www.consumidor.gob.pe/hackathonconsumo).

<sup>27</sup> См. <https://enlinea.indecopi.gob.pe/guiaconsumomype/>.

<sup>28</sup> См. [www.indecopi.gob.pe/radio-indecopi](http://www.indecopi.gob.pe/radio-indecopi).

<sup>29</sup> См. [www.digesa.minsa.gob.pe](http://www.digesa.minsa.gob.pe).

<sup>30</sup> См. [www.digemid.minsa.gob.pe](http://www.digemid.minsa.gob.pe).

<sup>31</sup> См. [www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/](http://www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/).

<sup>32</sup> См. [www.gob.pe/produce](http://www.gob.pe/produce).

<sup>33</sup> См. [www.oas.org/es/sla/rcss/sobre\\_rcss.asp](http://www.oas.org/es/sla/rcss/sobre_rcss.asp).

<sup>34</sup> См. [www.alertasdeconsumo.gob.pe/](http://www.alertasdeconsumo.gob.pe/).

показано в таблице, число изъятых из обращения товаров показывает тенденцию роста, однако все еще имеются возможности повышения прозрачности рынка по сравнению, например, с Австралией, где в 2019 году было изъято из обращения 697 товаров<sup>35</sup>.

#### **Число опубликованных оповещений и изъятых из обращения товаров в 2012–2019 годах**

<i>Год</i>	<i>Число опубликованных оповещений</i>	<i>Число изъятых из обращения товаров</i>
2012	5	705
2013	19	24 650
2014	38	183 878
2015	33	49 280
2016	35	66 277
2017	81	1 902 293
2018	92	145 852
2019	66	52 695
<b>Итого</b>	<b>369</b>	<b>2 425 630</b>

*Источник:* Направление защиты потребителей ИНДЕКОПИ.

#### **4. Защита материальных интересов потребителей, урегулирование споров и возмещение**

39. Перу располагает надежной системой защиты материальных интересов потребителей в соответствии с Руководящими принципами Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей. ИНДЕКОПИ выполняет эту функцию с помощью административных санкционных процедур и расследований, а также предотвращает использование методов, которые наносят ущерб интересам потребителей и нарушают положения Кодекса. Кроме того, ИНДЕКОПИ, вместе с другими государственными учреждениями, развивает механизмы разрешения споров, особенно альтернативные или внесудебные, и содействует использованию добровольных механизмов урегулирования споров в рамках компаний. Возмещение ущерба составляет прерогативу судебных и арбитражных органов. Правовая основа осуществления этих полномочий содержится в Кодексе, как указывалось ранее. В соответствующем разделе рассматриваются расследования, административные процедуры рассмотрения жалоб и претензий, разрешение споров и коллективные иски.

#### **5. Международное сотрудничество**

40. В области защиты прав потребителей Перу демонстрирует региональное и международное лидерство, позволившее получить значительные успехи в сфере международного сотрудничества. ИНДЕКОПИ заключены двусторонние соглашения о сотрудничестве с 10 странами<sup>36</sup>. Двустороннее сотрудничество основывается главным образом на обмене информацией и взаимопомощи. С Чили также развивается сотрудничество в альтернативном разрешении споров и урегулировании претензий с международным элементом.

41. ИНДЕКОПИ также поддерживает региональные инициативы по защите прав потребителей, такие как Сеть по безопасности потребителей и охране здоровья ОАГ, Андский круглый стол по защите прав потребителей, Тихоокеанский альянс, Ибероамериканский форум государственных органов по защите потребителей и программа ЮНКТАД КОМПАЛ<sup>37</sup>.

<sup>35</sup> См. [www.productsafety.gov.au/recalls/browse-all-recalls](http://www.productsafety.gov.au/recalls/browse-all-recalls).

<sup>36</sup> Аргентина, Канада, Коста-Рика, Мексика, Многонациональное Государство Боливия, Сальвадор, Соединенные Штаты, Панама, Парагвай и Чили.

<sup>37</sup> См. <http://unctadcompal.org/>.

42. В области многостороннего неофициального сотрудничества ИНДЕКОПИ участвует в работе Международной сети по защите потребителей и правоприменению (МСЗПП), Комитета по защите потребителей ОЭСР и Межправительственной группы экспертов по законодательству и политике в области защиты прав потребителей ЮНКТАД. В частности, в 2018 году Перу внесла вклад в работу Межправительственной группы экспертов, предоставив виртуальный каталог передового опыта в области защиты потребителей и конкуренции<sup>38</sup>.

## В. Другие государственные органы

43. Институциональная основа защиты прав потребителей в Перу хорошо разработана, и несколько государственных учреждений взяли на себя функции по защите потребителей. Кодекс устанавливает принципы и распределение полномочий и дополняется специальными и отраслевыми нормами регулирования. Координация между соответствующими организациями осуществляется через Национальный совет по защите потребителей (см. диаграмму 3). В ежегодном докладе «Состояние защиты потребителей в Перу», подготавливаемом ИНДЕКОПИ, представлена основная работа остальных государственных учреждений в области защиты потребителей<sup>39</sup>.

Диаграмма 3

### Члены Национального совета по защите потребителей



Источник: ИНДЕКОПИ.

<sup>38</sup> TD/B/CI/CPLP/15.

<sup>39</sup> INDECOPI, *Estado de la protección de los consumidores en el Perú*, 2018.

44. Один из приоритетов Национального совета по защите потребителей – усиление участия и потенциала местных и региональных органов власти в вопросах защиты потребителей. В силу Органического закона № 27867 о региональных органах власти от 18 ноября 2002 года и Органического закона № 27972 о местном самоуправлении от 27 мая 2003 года региональные и местные органы власти выполняют разнообразные функции в области защиты потребителей, отвечая за обеспечение всестороннего осуществления прав и равных возможностей их населения, социального развития, укрепления потенциала и справедливости. Однако только 33,3% региональных органов власти и 45,9% местных органов власти провели учебные и информационные мероприятия для потребителей и поставщиков. Важно, чтобы как региональные, так и местные органы власти располагали подготовленным персоналом, занимающимся координацией в области защиты прав потребителей в своей сфере компетенции.

## VI. Участие ассоциаций потребителей и частного сектора

45. Защита потребителей требует участия всех заинтересованных сторон в достижении или поддержании надлежащей защиты населения как потребителей, как это предусмотрено в Руководящих принципах Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей. Это также требует взаимодействия участников рынка, т. е. компаний и потребителей, организованных в группы или ассоциации.

### A. Ассоциации потребителей

46. Роль ассоциаций потребителей в Перу состоит в том, чтобы защищать права и интересы, информировать и представлять потребителей независимым образом согласно рекомендациям Руководящих принципов Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей<sup>40</sup>. Как уже упоминалось выше, Кодекс устанавливает систему финансирования ассоциаций в виде части сумм штрафов и присужденного судом возмещения и судебных издержек на оплату их адвокатов.

47. В Перу ассоциации потребителей не имеют достаточного числа членов, чтобы гарантировать покрывать свои расходы за счет взносов. Чтобы исправить эту ситуацию, ассоциациям потребителей при поддержке государства следует диверсифицировать свои источники финансирования как путем развития своей бизнес-модели, так и путем привлечения конкурсных фондов грантов.

48. Кроме того, в Перу, как и в других странах, ассоциации потребителей во многом опираются на активность людей, приверженных делу улучшения условий жизни своих сограждан<sup>41</sup>. Такую силу потребительских ассоциаций необходимо развивать. Залог этого – неравнодушные люди, но одних их недостаточно для продолжения деятельности в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Поэтому необходимо также содействовать повышению профессионального уровня членов ассоциаций потребителей путем организации изучения ими содержания Кодекса, административных процедур, руководства и управления, общественных связей, мобилизации сбора средств и методов обучения.

### B. Поставщики

49. В современной политике защиты прав потребителей компании рассматриваются как важные участники ее проведения. В ней компании начинают восприниматься не просто как субъекты права, главным образом несущие обязанности по отношению к потребителям, а как носители социальной ответственности, заинтересованные в продвижении политики защиты потребителей. Хотя в Перу система формального предпринимательского сектора крайне динамична во всех этих

<sup>40</sup> Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, глава I (Цели), пункт 1 е).

<sup>41</sup> ЮНКТАД, «Руководство по защите прав потребителей» (см. сноску 9 выше), стр. 38.

аспектах, следует отметить, что доля неформальных предприятий в стране превышает 70% и на них приходится 18% валового внутреннего продукта<sup>42</sup>, что важно учитывать при анализе участия компаний в защите прав потребителей.

50. Компании, разумеется, подчиняются закону, и в этой связи Кодекс устанавливает первичные и вторичные нормы, адресованные компаниям. Согласно данным о нарушениях и санкциях на сайте ИНДЕКОПИ «Посмотри, у кого покупаешь»<sup>43</sup> в 2018 году самый большой штраф, наложенный ИНДЕКОПИ на компанию за нарушение права на защиту потребителей, составил 550 000 долл. США. Согласно этой же базе данных, общая сумма штрафов в 2019 году составила 11 785 796,26 долл. США<sup>44</sup>. Эта общедоступная интерактивная база данных содержит информацию о штрафах, взысканных ИНДЕКОПИ с компаний и поставщиков с 2011 года, и служит как инструментом общей профилактики, так и средством информирования и расширения прав и возможностей потребителей, и было бы целесообразно более активно привлекать к ней внимание в средствах массовой информации.

51. Проблема для защиты прав потребителей в Перу заключается в применении закона в контексте цифровой экономики, особенно экономики совместного использования. Платформы, чьи штаб-квартиры расположены за пределами Перу, могут работать в стране в соответствии с международными соглашениями о свободной торговле. В некоторых случаях это приводило к тому, что эти компании не реагировали на жалобы потребителей и даже отказывались от участия в процедурах наложения административных санкций. Эта ситуация не соответствует закону и должна быть исправлена как можно скорее. Как Кодекс, так и другие законы полностью применимы ко всем поставщикам, которые предоставляют свои услуги в стране, и государственным органам надлежит гарантировать всеобщее и единообразное применение закона. Поэтому следует изучить возможность внесения в законодательство поправок, ориентирующих толкование международных договоров в том направлении, чтобы все поставщики, работающие в Перу, соблюдали законодательство о защите потребителей. Параллельно ИНДЕКОПИ может начать диалог с заинтересованными компаниями, чтобы обеспечить их участие в добровольных механизмах урегулирования споров. Наконец, ИНДЕКОПИ может укрепить свои связи международного сотрудничества в правоохранительной сфере с аналогичными органами других стран, особенно тех, в которых расположена штаб-квартира этих компаний.

52. Что касается надлежащей деловой практики, то важно подчеркнуть, что девять объединений предпринимателей<sup>45</sup>, в которых были проведены беседы при составлении этого доклада, имеют опыт информирования своих партнеров о защите потребителей на основе обучения и консультаций. ИНДЕКОПИ активно пропагандирует передовую предпринимательскую практику в рамках конкурса «Клиент на первом месте»<sup>46</sup>. Чтобы повысить культуру защиты потребителей, ИНДЕКОПИ выпустил «Справочник по передовому опыту складского хранения» и «Интерактивный справочник по защите потребителей для микро- и малых предприятий»<sup>47</sup>, которые могут служить повышению информированности даже в неформальном секторе.

53. Компании, в которых защита потребителей стала неотъемлемой частью их деловой культуры, постоянно прилагают усилия по сведению к минимуму и предотвращению или урегулированию споров с потребителями. В дополнение к

<sup>42</sup> INEI, *Producción y empleo informal en el Perú: Cuenta satélite de la Economía informal 2007-2018*, Lima, 2019.

<sup>43</sup> INDECOPI, “Mira a quién le compras” (см. сноску 25 выше).

<sup>44</sup> *Ibid.*

<sup>45</sup> Автомобильная ассоциация Перу, Ассоциация банков Перу, Ассоциация компаний международных авиаперевозок, Национальная ассоциация рекламодателей Перу, Перуанская ассоциация страховых компаний, Внешнеторговое общество Перу, Национальная палата туризма, Перуанская строительная палата и Национальный совет по саморегулированию в сфере рекламы.

<sup>46</sup> См. [www.indecopi.gob.pe/web/proteccion-al-consumidor/primero-los-clientes](http://www.indecopi.gob.pe/web/proteccion-al-consumidor/primero-los-clientes).

<sup>47</sup> См. сноску 27 выше.

системам обслуживания клиентов компании создали системы рассмотрения жалоб, такие как «Алло, банк?», «Алло, страховая?» и «Алло, машина?» (по отраслям), на базе операторских центров в основных отделениях ИНДЕКОПИ. Кроме того, имеются отраслевые бюро защиты потребителей<sup>48</sup>, созданные и финансируемые компаниями данной отрасли, в которые потребитель, недовольный ответом компании на свою жалобу, может бесплатно подать претензию, которая должна быть урегулирована в течение периода от 30 до 60 дней. Решения бюро обязательны для компаний, но не для потребителей. В 2018 году частными механизмами урегулирования споров рассмотрено около 8 200 жалоб<sup>49</sup>.

54. В Перу имеется опыт саморегулирования поставщиков в области защиты потребителей, особенно в банковском и рекламном секторе<sup>50</sup>. Недавняя инициатива Перу по развитию культуры защиты потребителей предусматривает осуществление программ добровольного выполнения требований законодательства о защите потребителей, в соответствии с которыми компании берут на себя ряд обязательств по предотвращению или сведению к минимуму нарушений такого законодательства в обмен на уменьшение возможных санкций за его несоблюдение<sup>51</sup>.

## VII. Выводы и рекомендации

55. На основании исследования, проведенного для составления доклада, можно сделать вывод, что в Перу имеется мощная система защиты потребителей, которая сумела добиться многочисленных успехов, признанных внутри страны и за рубежом. Законодательство и государственная политика являются всеобъемлющими и сбалансированными и соответствуют практически всем Руководящим принципам Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей и части международного передового опыта. Институциональная основа защиты потребителей также не вызывает нареканий. ИНДЕКОПИ, как главный орган по защите прав потребителей, выполняет свою роль по руководству межведомственной системой координации, обеспечивая также действенное соблюдение законодательства. Кроме того, ИНДЕКОПИ удалось завоевать высокий авторитет как среди государственных органов, ассоциаций потребителей и частного сектора, так и среди потребителей в целом. Остальные государственные учреждения, ставящие задачи защиты потребителей, активно участвуют в такой работе. Частный сектор и ассоциации потребителей динамичны и вносят вклад в повышение культуры защиты потребителей в стране.

56. Результат этого анализа явно положительный. Тем не менее можно определить области для улучшений, которые позволят усилить защиту потребителей в Перу, изложив соответствующие рекомендации. Многие из них касаются ИНДЕКОПИ как главного органа по защите потребителей, хотя другие рекомендации выходят за рамки мандата ИНДЕКОПИ и касаются других учреждений исполнительной, законодательной и судебной ветвей власти, а также ассоциаций потребителей и частного сектора. Эти основные рекомендации изложены в виде более конкретных рекомендаций, содержащихся в полном докладе (UNCTAD/DITC/CPLP/2020/1).

### A. Нормативно-правовая база

57. Аппарат Председателя Совета министров, который наделен правом законодательной инициативы, мог бы содействовать доступу потребителей к средствам правовой защиты, не влекущим за собой издержек или задержек и не

<sup>48</sup> Постановление президиума руководящего совета ИНДЕКОПИ № 216-2016-INDECOPI/COD.

<sup>49</sup> INDECOPI, *Estado de la protección de los consumidores en el Perú* (см. сноску 39 выше), pág. 301.

<sup>50</sup> См., например, *Кодекс рекламной этики, подготовленный Национальным советом по саморегулированию в сфере рекламы*.

<sup>51</sup> Президентский декрет № 185-2019-PCM об утверждении положения о поощрении и регулировании добровольного осуществления программ выполнения требований законодательства в области защиты прав потребителей и коммерческой рекламы.

вызывающих чрезмерных или неоправданных затрат для общества и предприятий, на основе унификации и совершенствования административного разбирательства и содействия подаче коллективных исков в суд. Для этого могла бы быть введена единая процедура обращения потребителей с жалобами в любые компетентные государственные органы, включая создание единого портала для подачи таких жалоб и учреждение единоличных органов принятия решений или новых форм разрешения жалоб по сокращенной процедуре. Также может быть предусмотрено требование предварительного контакта между потребителями и компаниями до подачи административной жалобы, а ИНДЕКОПИ может быть предоставлено право по своему усмотрению возбуждать или не возбуждать административное разбирательство по просьбе одной из сторон. Наконец, ассоциации потребителей и специально уполномоченные потребители могли бы получить право прямой подачи коллективного иска в суд без предварительного разрешения ИНДЕКОПИ.

58. Аппарат Председателя Совета министров мог бы пересмотреть ныне действующее законодательство, чтобы учесть особенности электронной торговли и обеспечить, чтобы потребители и компании были информированы и знали о своих правах и обязанностях на цифровом рынке, опираясь на передовой опыт, в частности на Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей и Рекомендации ОЭСР. Могли бы также быть приняты меры для обеспечения того, чтобы компании, работающие на перуанском рынке, особенно те, которые не имеют представительства в стране, выполняли обязательства по защите прав потребителей. Наконец, в целях защиты потребителей следует разрешить электронное уведомление поставщиков.

## **В. Основы государственной политики**

59. Аппарату Председателя Совета министров, ИНДЕКОПИ и остальным участникам Единой национальной системы защиты потребителей следует усилить реализацию Национальной политики защиты прав и интересов потребителей и Национального плана защиты потребителей в отношении уязвимых или находящихся в неблагоприятном положении потребителей, особенно малообеспеченного и сельского населения, определив это направление деятельности в качестве одного из центральных. В этой связи им следует расширить освещение в публикации «Профиль потребителя» сельской тематики.

60. Этим же учреждениям следует укреплять центральное место электронной торговли в Политике и Планах, считая это направление деятельности одним из центральных. В этой связи им следует шире освещать в публикации «Профиль потребителя» вопросы потребления цифровых товаров и услуг. Они также могли бы включить защиту потребителей в общегосударственную политику, такую как «Двухсотлетний план» цифрового управления.

61. ИНДЕКОПИ и остальным участникам Единой национальной системы защиты потребителей следует содействовать миролюбивому урегулированию споров и созданию таких механизмов частным сектором на основе полной реализации существующих средств разрешения споров, как примирение, посредничество и потребительский арбитраж. В то же время следует поощрять создание компаниями своих механизмов урегулирования споров.

62. Аппарату Председателя Совета министров следует укреплять взаимодействие участников Единой национальной системы защиты потребителей, особенно в отношении участия региональных и местных органов власти в защите потребителей. Этого можно достичь, выделив координатора по вопросам защиты потребителей в региональных и местных органах власти. ИНДЕКОПИ и Министерству образования следует активизировать работу по просвещению, информированию и пропаганде в рамках школьных программ, готовя педагогические кадры. ИНДЕКОПИ следует содействовать расширению инициатив по информированию потребителей, осуществляемых участниками Единой национальной системы защиты потребителей,

таких как «Запись в школу» Министерства образования или «Выбор качества» Национального института качества.

### **С. Институциональная структура**

63. ИНДЕКОПИ и другие участники Единой национальной системы защиты потребителей могли бы способствовать деятельности учреждений, отвечающих за защиту потребителей, которая направлена на защиту уязвимых и находящихся в неблагоприятном положении потребителей, особенно бедного и сельского населения. Это может включать расширение возможностей региональных отделений ИНДЕКОПИ; усиление образовательных кампаний для бедного и сельского населения; развитие многоязычных инициатив; а также развитие взаимодействия со структурами, активно работающими в местах с высоким числом уязвимых и малоимущих потребителей, особенно из числа бедного и сельского населения, таких как Министерство образования, Национальная комиссия по борьбе с дискриминацией и местные органы власти.

64. В целях усиления защиты потребителей в области электронной торговли ИНДЕКОПИ следует разработать план действий в конкретных аспектах цифровой экономики, таких как реклама, механизмы оплаты и урегулирование споров в Интернете. В этой связи ему следует и далее участвовать в процессах регулирования, развивая механизмы просвещения и информирования потребителей и поставщиков, укреплять регулирование электронной торговли и распространять информацию о разрешении споров в Интернете.

65. ИНДЕКОПИ, Главному управлению гигиены окружающей среды и безопасности пищевых продуктов и Главному управлению фармацевтических препаратов и лекарственного сырья следует укрепить систему безопасности потребительских товаров. Для этого им следует внедрить систему оповещений, установить официальные каналы связи между организациями, отвечающими за изъятие товаров из обращения, и расширить подготовку и информирование потребителей и компаний. Они также могли бы расширить использование лабораторных испытаний и координировать распространение предупреждений среди населения.

66. В целях укрепления межучрежденческого сотрудничества в области защиты прав потребителей финансовых услуг ИНДЕКОПИ и Управлению банков, страховых компаний и частных пенсионных фондов следует обеспечить взаимную помощь при выполнении ими своих полномочий в соответствии с принципами распределения полномочий и разграничения компетенции.

67. В целях укрепления межучрежденческого сотрудничества в области защиты неприкосновенности частной жизни и данных о потребителях ИНДЕКОПИ и Министерству юстиции следует определить способы распределения полномочий по рассмотрению жалоб.

68. ИНДЕКОПИ следует совершенствовать внутренние процессы, чтобы повысить отдачу своей работы с помощью подачи коллективных исков в судебные органы, обучения по этим вопросам своих сотрудников и ассоциаций потребителей, а также определения приоритетного характера действий по борьбе с дискриминацией потребителей, а также других инициатив.

69. ИНДЕКОПИ следует углублять связи международного и трансграничного сотрудничества в области защиты прав потребителей, особенно в том, что касается сотрудничества в правоохранительной сфере и в урегулировании трансграничных споров. Аналогичным образом, ИНДЕКОПИ следует продолжить свое региональное и международное лидерство на таких форумах, как Иberoамериканский форум государственных органов по защите потребителей, МСЗПП, ОЭСР, ОАГ и ЮНКТАД.

**D. Участие ассоциаций потребителей и частного сектора**

70. Чтобы укрепить ассоциации потребителей, ИНДЕКОПИ может изучить новые формы их финансирования, такие как гранты конкурсных фондов. Аналогичным образом, ИНДЕКОПИ следует активизировать образовательные кампании ассоциаций потребителей и в то же время обучать своих сотрудников по таким вопросам, как общественные связи, управление и мобилизация средств. Наконец, ИНДЕКОПИ мог бы созвать национальный конгресс потребителей в качестве форума, объединяющего всю систему ассоциаций потребителей, поставщиков и государственных организаций.

71. Чтобы поощрять участие частного сектора, ИНДЕКОПИ, поставщикам и остальным участникам Единой национальной системы защиты потребителей следует и далее развивать отраслевые бюро защиты потребителей и урегулирования споров, поощрять инициативы по саморегулированию и совместному регулированию, а также разрабатывать и контролировать систему добровольного выполнения требований законодательства по защите потребителей. В частности, следует рассмотреть возможность конкретных мероприятий, нацеленных на формирование культуры защиты потребителей в неформальном предпринимательском секторе.

---