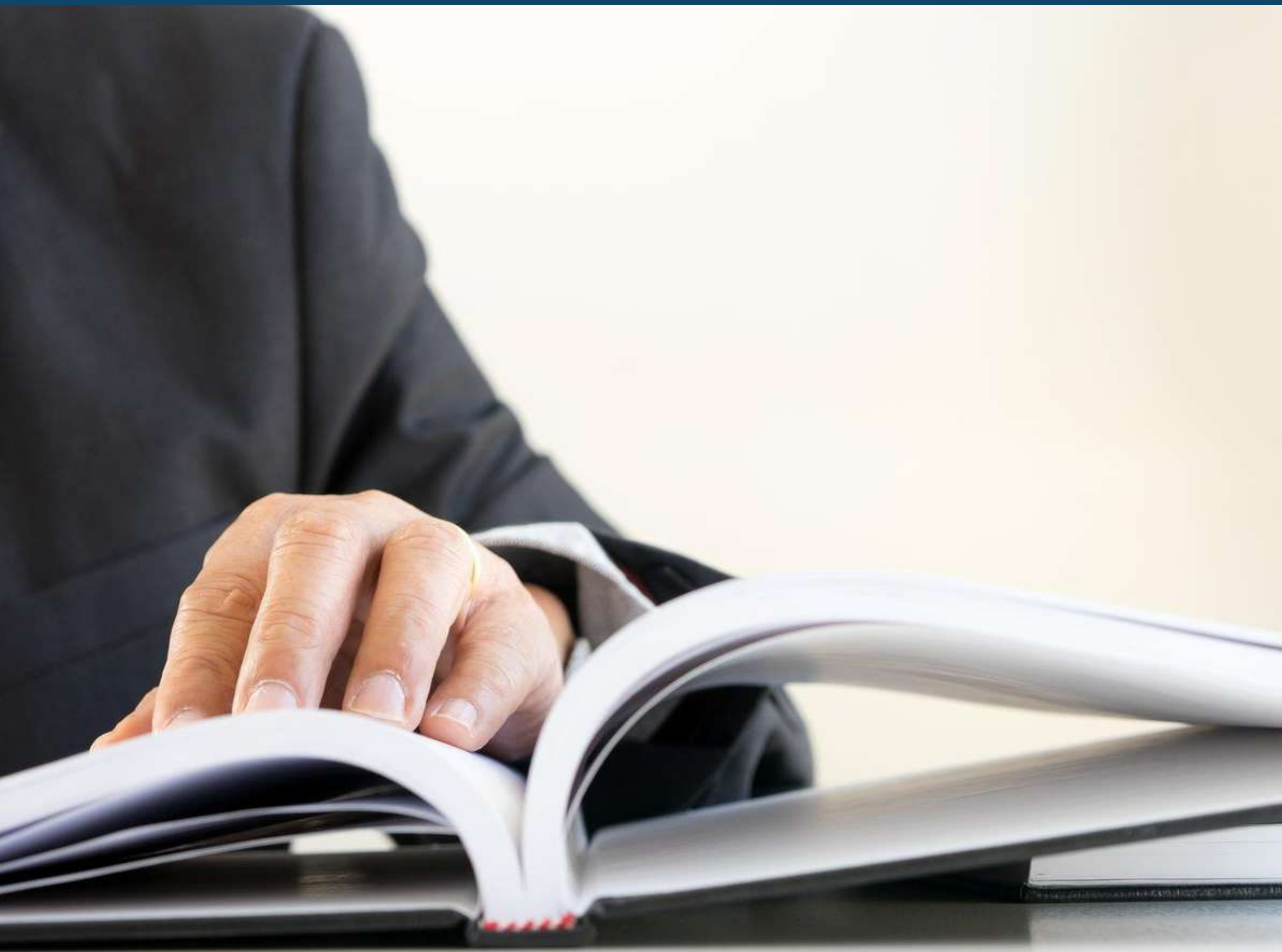




RODRÍGUEZ ANGOBALDO
ABOGADOS

RODRÍGUEZ
HEREDIA
ABANTO
JIMÉNEZ
VARSI



REGULACIÓN DEL LIBRO DE RECLAMACIONES



EL LIBRO DE RECLAMACIONES

- De acuerdo con el **artículo 150 del Código de Protección y Defensa del Consumidor**, *“Los establecimientos comerciales deben contar con un Libro de Reclamaciones, en forma física o virtual”*.
- Esta obligación no solo responde a una exigencia normativa: representa una oportunidad para fortalecer la confianza y la transparencia con los consumidores.
- El Libro de Reclamaciones es, en esencia, un canal formal de comunicación que permite a las empresas **registrar, atender y aprender** de las observaciones de sus clientes, convirtiendo cada reclamo en una posibilidad de mejora.



REQUISITOS MÍNIMOS

El Reglamento precisa que **toda Hoja de Reclamación**, ya sea física o virtual, debe contener como mínimo la información establecida en el **Anexo I**, que incluye:

Identificación del proveedor:
razón social, RUC y dirección
del establecimiento.

Numeración correlativa y
código de identificación.

Datos del consumidor (nombre,
DNI, domicilio, correo y
teléfono).

Identificación del producto o
servicio contratado y su monto.

Detalle del reclamo o queja
y pedido concreto del
consumidor.

Espacio para observaciones y
acciones adoptadas por el
proveedor.

Firma del consumidor (si es
libro físico) y nombre del
destinatario de la hoja.



PLAZO DE ATENCIÓN DE RECLAMOS



- De acuerdo con el **artículo 24.1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor**, los **proveedores están obligados a atender y responder los reclamos presentados por los consumidores en un plazo máximo de quince (15) días hábiles, improrrogables.**
- El cumplimiento de este plazo refleja el **compromiso del proveedor con la atención efectiva y oportuna**, y constituye una de las principales obligaciones asociadas al uso del **Libro de Reclamaciones.**



RODRÍGUEZ ANGOBALDO

ABOGADOS

RODRÍGUEZ
HEREDIA
ABANTO
JIMÉNEZ
VARSI

¿DEBO IMPLEMENTAR UN LIBRO DE RECLAMACIONES VIRTUAL?

- De acuerdo con la **Resolución N° 0226-2022/SPC-INDECOPI**, cuando una **página web** funciona como un **medio de información o canal para entablar una relación de consumo**, el proveedor **debe implementar un Libro de Reclamaciones virtual** y el **aviso correspondiente** en la página de inicio.



- Esta obligación se sustenta en el **artículo 150° del Código de Protección y Defensa del Consumidor** y en el **Reglamento del Libro de Reclamaciones**, que exigen garantizar al consumidor un acceso efectivo al registro de sus reclamos también por medios digitales.



RODRÍGUEZ ANGOBALDO

ABOGADOS

RODRÍGUEZ
HEREDIA
ABANTO
JIMÉNEZ
VARSI

AVISO DEL LIBRO DE RECLAMACIONES VIRTUAL

- Asimismo, la **Resolución N° 0221-2025/SPC-INDECOPI** precisó que los **proveedores deben respetar estrictamente el formato preestablecido en el Anexo III del Reglamento del Libro de Reclamaciones.**
- En este sentido, el aviso —ya sea físico o virtual— debe incluir **la imagen de un libro abierto y la frase “Libro de Reclamaciones”**, conforme a los colores, forma y diseño previstos en dicho anexo.





¿LOS PROVEEDORES DEBEN ASEGURAR LA DISPONIBILIDAD DE SU LIBRO DE RECLAMACIONES VIRTUAL?

- La **Resolución N° 3088-2023/SPC-INDECOPI** precisó que los **proveedores deben garantizar la disponibilidad y operatividad de su Libro de Reclamaciones**, tanto físico como virtual.
- El **libro debe estar accesible de manera inmediata** cuando el consumidor lo solicite y permitir efectivamente el registro del reclamo. La existencia de otros canales de atención o un respaldo físico **no exime al proveedor** de mantener el correcto funcionamiento de su libro virtual ni lo libera de responsabilidad si este presenta fallas.



¿INCLUIR CHECK-BOXES?

- Las **Resoluciones N° 1938-2022/SPC-INDECOPI** y **2858-2025/SPC-INDECOPI** precisaron que los **proveedores no pueden incluir casillas de verificación (“check boxes”)** u otros campos de aceptación obligatoria dentro de las **Hojas de Reclamación**, ya sean físicas o virtuales.
- **El formato debe ajustarse estrictamente a lo establecido en el Anexo I del Reglamento del Libro de Reclamaciones**, sin requerir al consumidor la aceptación de políticas de privacidad, términos o condiciones para registrar su reclamo.
- En este sentido, la Sala Especializada en Protección al Consumidor ha señalado que cualquier condicionamiento adicional **constituye una infracción al artículo 150° del Código** y al **artículo 5° del Reglamento del Libro de Reclamaciones**.





CONCLUSIÓN

- El Libro de Reclamaciones no es únicamente una obligación legal: es una fuente directa de información sobre la experiencia del cliente. Bien gestionado, permite identificar patrones de insatisfacción, corregir procesos internos y fortalecer la relación con los consumidores.
- La normativa —desde el **artículo 150 del Código** y el **Reglamento del Libro de Reclamaciones**, hasta resoluciones recientes del **Indecopi**— exige a los proveedores **garantizar su disponibilidad, respetar el formato oficial y evitar cualquier condicionamiento o modificación del contenido.**
- Cumplir con estas reglas no solo evita sanciones, sino que demuestra compromiso con la transparencia, mejora la calidad del servicio y refuerza la confianza del consumidor en la empresa.





RODRÍGUEZ ANGOBALDO
ABOGADOS

RODRÍGUEZ
HEREDIA
ABANTO
JIMÉNEZ
VARSI

Para mayor información, contactar:



Diego Arce
Asociado Senior



Alejandra Flores
Asociada



Sebastián Carruitero
Asociado

