



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI



Firmado digitalmente por GARCIA  
RODRIGUEZ Ever Miro FAU  
20133840533 hard  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 14.02.2024 10:16:24 -05:00

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las  
heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

San Borja, 14 de Febrero del 2024

**OFICIO N° 000068-2024-GEG/INDECOPI**

Señor

**WILSON SOTO PALACIOS**

Presidente de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores del  
Congreso de la República

Presente. -

ASUNTO : Propuestas de modificación de los proyectos de ley sobre  
comercio electrónico y sanción al fraude informático.

REFERENCIA : Oficio N° 61-2023-2024/CODECO-CR

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y, a la vez, brindar  
atención al documento de la referencia, a través del cual su Despacho solicita emitir un  
informe sobre Propuestas de modificación de los proyectos de ley sobre comercio  
electrónico y sanción al fraude informático, en el marco de la reunión técnica efectuada  
sobre dicho tema.

Al respecto, a fin de cumplir con lo solicitado, remito adjunto el Informe N° 000249-  
DPC/INDECOPI, elaborado por la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del  
Consumidor.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresarle mi especial  
consideración.

Atentamente,

*firmado digitalmente por:*  
**EVER MIRO GARCÍA RODRÍGUEZ**  
Gerente General

Adj.: Informe N° 000249-DPC/INDECOPI.

**Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual**

Calle De la Prosa 104 - San Borja, Lima.Perú/ Central:(511) 224-7800

[www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)



**BICENTENARIO  
DEL PERÚ**

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Instituto Nacional de Defensa de  
la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-  
2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad  
pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://enlinea.indecopi.gob.pe/verificador/> e  
ingresando el siguiente código de verificación: **UDFGWLQ**



*"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"  
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"*

San Borja, 07 de Noviembre del 2023

## INFORME N° 000249-2023-DPC/INDECOPI

A : **KARIN CÁCERES DURANGO**  
Presidenta Ejecutiva

DE : **YVETTE SANGUINETI CAMPOS**  
Directora (e)  
Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

ASUNTO : Propuestas de modificación de los proyectos de ley sobre comercio electrónico y sanción al fraude informático, en el marco de la reunión técnica del 27 de setiembre de 2023

REFERENCIA : a) Oficio N° 61-2023-2024/CODECO-CR  
b) Hoja de Trámite N° 003778-2023-PRE/INDECOPI

### I. ANTECEDENTES

1. Mediante documento a) de la referencia la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos del Congreso de la República (en adelante, la CODECO) solicitó al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi, emitir un informe sobre las propuestas de modificación contenidas en el Documento de Trabajo presentado en la reunión técnica de fecha 27 de setiembre de 2023 (en adelante, el Documento de Trabajo), vinculado a las modificaciones de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, contenidas en el Texto Sustitutorio de los proyectos de Ley N° 398/2021-CR y 415/2021-CR, ambos recaídos en el Dictamen de fecha 20 de diciembre del 2021 (en adelante, el Dictamen).
2. Posteriormente, por documento b) de la referencia, la Presidencia Ejecutiva del Indecopi solicitó a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (en adelante, la DPC), la emisión de un informe con el fin de dar atención a lo solicitado por la CODECO.

### II. ANÁLISIS

#### a) De las facultades asignadas a la DPC

3. El Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi establece en el literal o) del artículo 101 que la DPC se encuentra facultada para emitir opinión técnica sobre aquellos proyectos normativos que pretendan regular aspectos vinculados a nuestra competencia.
4. En ese contexto, corresponde señalar que, en el marco de la protección de los consumidores, el Indecopi vigila que la información en los mercados sea correcta, asegurando la idoneidad de los bienes y servicios en función de la información brindada y evitando la discriminación en las relaciones de consumo<sup>1</sup>. En ese sentido, esta institución

<sup>1</sup> Decreto Legislativo N° 1033, Decreto Legislativo que aprueba la ley de organización y funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI  
Artículo 2.- Funciones del INDECOPI. –  
2.1 El INDECOPI es el organismo autónomo encargado de:  
(...)  
d) Proteger los derechos de los consumidores, vigilando que la información en los mercados sea correcta, 0asegurando la idoneidad de los bienes y servicios en función de la información brindada y evitando la discriminación en las relaciones de consumo;  
(...).

cuenta con competencia primaria<sup>2</sup> y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones establecidas en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código), así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en la citada norma, razón por la cual, cualquier modificación que se realice al Código va a repercutir en las facultades asignadas esta institución.

5. En consecuencia, dado que el Documento de Trabajo tiene como base las propuestas contenidas en el Dictamen, mediante el cual se busca regular las relaciones de consumo surgidas dentro del ámbito del comercio electrónico, para lo cual el legislador tomó como fuente principal el documento de trabajo institucional denominado “Propuestas para la protección del consumidor en el comercio electrónico y la seguridad de productos” que el Indecopi, mediante Resolución de Presidencia N° 000039-2021-PRE/INDECOPI de fecha 06 de abril de 2021, publicó para comentarios, corresponde emitir opinión en tanto nos encontramos frente a un tema vinculado con nuestras competencias.

**b) Modificaciones propuestas en el Documento de Trabajo**

6. A continuación, se detallan las propuestas contenidas en el Documento de Trabajo presentado el 27 de setiembre de 2023 y las sugerencias que proponemos a manera de mejora, para su respectiva evaluación:

Documento de Trabajo	Sugerencias de modificación
Sobre la modificación de disposiciones previstas en el Código:	
<p><b>Artículo IV.- Definiciones</b> (...) <b>2. Proveedores.-</b> Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.</p> <p><b>Asimismo, son proveedores las personas naturales o jurídicas que ofrecen productos o servicios a través de canales digitales estableciendo los términos y condiciones en la relación de consumo, que fijen el precio del producto o servicio ofrecido, o que atribuyan cualidades o características a los productos o servicios ofrecidos.</b></p> <p>En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:</p> <p>[...]</p> <p><b>3. Producto.-</b> Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no. <b>Estos pueden ser ofrecidos de forma directa por el proveedor o a través de intermediarios.</b></p>	<p><b>Artículo IV.- Definiciones</b> (...) <b>2. Proveedores.-</b> Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.</p> <p><b>Asimismo, son considerados proveedores las personas naturales o jurídicas que ofrecen productos y servicios a través de canales digitales estableciendo los términos y condiciones en la relación de consumo, que fijen el precio del producto o servicio ofrecido, o que atribuyan cualidades o características a los productos o servicios ofrecidos.</b></p> <p>En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:</p> <p>[...]</p> <p><b>3. Producto.-</b> <i>Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.</i></p>

<sup>2</sup> Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor  
**Artículo 105.- Autoridad competente.**  
 El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el presente Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el presente capítulo, conforme al Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi. Dicha competencia solo puede ser negada cuando ella haya sido asignada o se asigne a favor de otro organismo por norma expresa con rango de ley.

<p><b>4. Servicio.-</b> Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, estas pueden ser de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia. <b>Estos pueden ser ofrecidos de forma directa por el proveedor o a través de intermediarios.</b></p> <p><b>8. Habitualidad.-</b> Se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado, <b>inclusive las que se realizan a través de canales digitales.</b> Este concepto no está ligado a un número predeterminado de transacciones que deban realizarse. Las actividades de venta de productos o contratación de servicios que se realicen en locales abiertos son consideradas habituales por ese simple hecho.</p>	<p><b>4. Servicio.-</b> Es <u>el resultado de</u> cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, <b>de manera enunciativa y no limitativa,</b> estas pueden ser de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.</p> <p><b>8. Habitualidad.-</b> Se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado, <b>incluso las que se realizan a través de canales digitales.</b> Este concepto no está ligado a un número predeterminado de transacciones que deban realizarse. Las actividades de venta de productos o contratación de servicios que se realicen en locales abiertos son consideradas habituales por ese simple hecho.</p>
<p><b>Artículo 45.- Contrato de consumo</b> El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica.</p> <p>Las disposiciones del presente capítulo son aplicables a todos los contratos de consumo, sean celebrados por cualquier modalidad o forma, según la naturaleza y alcances correspondientes. <b>Las relaciones comerciales concertadas a través del intercambio de mensajes de datos entre consumidor y proveedor y los contratos de adhesión celebrados a través de canales digitales se entenderán como contratos de consumo de comercio electrónico, siempre y cuando de ellos se desprenda la voluntad de ambas partes de acordar la adquisición de un producto o servicio.</b></p> <p><b>En el contrato de consumo celebrado a través de canal digital, tratándose de un producto no relacionado con las necesidades ordinarias, el proveedor debe tomar las medidas necesarias a fin de verificar la edad de la persona encargada de recibir el producto o servicio contratado.</b></p> <p>En todo lo no previsto por el presente Código o en las leyes especiales, son de aplicación las normas del Código Civil en cuanto resulten compatibles con la naturaleza de estos contratos.</p>	<p><b>Artículo 45.- Contrato de consumo</b> <i>El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica.</i></p> <p><i>Las disposiciones del presente capítulo son aplicables a todos los contratos de consumo, sean celebrados por cualquier modalidad o forma, según la naturaleza y alcances correspondientes. <b>Las relaciones comerciales concertadas a través del intercambio de mensajes de datos entre consumidor y proveedor y los contratos de adhesión celebrados a través de canales digitales se entenderán como contratos de consumo de comercio electrónico, siempre y cuando de ellos se desprenda la voluntad de ambas partes de acordar la adquisición de un producto o servicio.</b></i></p> <p><b>En los contratos de consumo de comercio electrónico, los proveedores deben resguardar la información relacionada con la entrega de los productos o servicios y la verificación de la identidad de la persona que los recibió, de tal forma que sea posible su verificación por parte de la autoridad competente.</b></p> <p><i>En todo lo no previsto por el presente Código o en las leyes especiales, son de aplicación las normas del Código Civil en cuanto resulten compatibles con la naturaleza de estos contratos.</i></p>
<p><b>Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas.</b> (...) Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes: (...) 3. En los procedimientos de oficio promovidos por denuncia de parte, cuando el proveedor reconoce</p>	<p><i>Sugerimos retirar este extremo de la propuesta dado que no guarda relación con el comercio electrónico.</i></p> <p><i>El artículo 112 no guarda relación con aspectos sustantivos de la norma.</i></p>

<p>las imputaciones o se allana a las pretensiones del consumidor al ser notificado con la resolución que inicia el procedimiento, se da por concluido el procedimiento con la resolución de determinación de responsabilidad del proveedor y la imposición de la medida correctiva correspondiente. Podrá imponerse como sanción una amonestación si el proveedor <b>y se exonera de los costos al proveedor si realiza el allanamiento o reconocimiento con la presentación de los descargos y, siempre y cuando, haya atendido los reclamos o mecanismos alternativos de solución de conflictos; caso contrario la sanción a imponerse será pecuniaria y deberá asumir los costos del procedimiento.</b> En aquellos casos en que el allanamiento o reconocimiento verse sobre controversias referidas a actos de discriminación, actos contrarios a la vida y a la salud y sustancias peligrosas, se considera como un atenuante pero la sanción a imponer será pecuniaria. <b>En ningún supuesto se exonera al denunciado del pago de costas."</b></p>	
<p>Sobre la incorporación de nuevas disposiciones:</p>	
<p><b>Artículo IV.- Definiciones</b> Para los efectos del presente Código, se entiende por: (...)</p> <p><b>9. Comercio Electrónico.-</b> Es aquella transacción realizada a través de redes informáticas mediante métodos diseñados específicamente para recibir o realizar pedidos.</p> <p><b>10. Mensaje de Datos.-</b> Es la información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares. En caso se trate de información personalizada, deberá encontrarse contenido en un soporte duradero.</p> <p><b>11. Canales digitales.-</b> Aplicativos, tiendas, plataformas digitales u otros similares que son utilizados para realizar publicidad y recibir o realizar pedidos.</p> <p><b>12. Soporte Duradero.-</b> Es todo instrumento que permita al consumidor y proveedor almacenar la información comercial que se le haya dirigido personalmente, y esta debe poder ser consultada durante un período de tiempo mínimo de dos (02) años. Esta información debe estar acorde con los fines de la transacción y permitir su fiel reproducción.</p>	<p><b>Artículo IV.- Definiciones</b> <i>Para los efectos del presente Código, se entiende por: (...)</i></p> <p><b>9. Comercio Electrónico.-</b> <i>Son todas aquellas compras o ventas de productos y/o servicios, que se realizan a través de redes informáticas mediante métodos diseñados específicamente para recibir o realizar pedidos.</i></p> <p><i>No se sugieren cambios respecto a esta propuesta.</i></p> <p><b>11. Canales digitales.-</b> <i>Aplicativos, tiendas, plataformas digitales u otros similares que son utilizados para realizar publicidad y transacciones comerciales. No se considerará como canal digital a los sitios de internet o plataformas de servicios de pago online; aquellos en que los consumidores no pueden adquirir los productos o contratar los servicios ofrecidos, con independencia de si el pago se realiza o no través del sitio de internet o plataforma; ni aquellos en los que únicamente se exhiba publicidad.</i></p> <p><b>12. Soporte Duradero.-</b> <i>Es todo instrumento que permite almacenar la información comercial dirigida personalmente a los consumidores. Esta información debe estar acorde con los fines de la transacción y permitir su fiel reproducción. La información contenida en ella debe poder ser consultada en un periodo mínimo de dos (02) años desde</i></p>

	<p>que el consumidor recibió el producto o servicio contratado.</p>
<p><b>Artículo 2-A.- información relevante en productos y servicios ofrecidos por canales digitales</b></p> <p>Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 2, el proveedor de productos y servicios pone a disposición de los consumidores, en los diversos canales digitales utilizados para comercializar, su identidad especificando su nombre comercial, razón social, asimismo, para la atención de reclamos deberá informar su domicilio fiscal, teléfono, correo electrónico y otros canales de atención.</p> <p>Adicionalmente, considerando la naturaleza de los productos y servicios ofrecidos, el proveedor debe especificar el modo de uso, las especificaciones técnicas, la condición del producto, la funcionalidad, y de corresponder, la interoperabilidad relevante, el periodo de vigencia del contrato y la forma de prestación del servicio.</p>	<p><b>Artículo 2-A.- Información en los contratos de consumo de comercio electrónico</b></p> <p><i>Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 2, el proveedor de productos y/o servicios a través de canales digitales pone a disposición de los consumidores, su identidad especificando su nombre comercial y/o razón social; asimismo, deberá informar su domicilio, o de corresponder su domicilio fiscal, teléfono, correo electrónico y otros canales de contacto implementados para la atención de reclamos.</i></p> <p><i>El proveedor de productos y servicios a través de canales digitales debe informar al consumidor de manera clara y completa acerca de los términos y condiciones del contrato de consumo de comercio electrónico.</i></p> <p><i>Considerando la naturaleza de los productos o servicios, la información que deben incluir los proveedores como mínimo es:</i></p>
<p><b>Artículo 2-B.- Información sobre la contratación a través de canales digitales</b></p> <p>El proveedor de productos y servicios a través de canales digitales debe informar al consumidor de manera clara y completa acerca de los términos y condiciones del contrato.</p> <p>La información debe incluir como mínimo:</p> <p>a) Las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer su derecho de arrepentimiento; así como el procedimiento y plazos de devolución del monto pagado.</p> <p>b) Establecer claramente las garantías y las condiciones para hacerlas valer, de lo contrario se aplicará lo dispuesto en el artículo 20 del Código.</p> <p>c) Cuando proceda, la existencia de servicios posventa al consumidor.</p> <p>d) La duración del contrato y, cuando proceda, el plazo mínimo de duración del mismo. Si el contrato es de duración indeterminada o si se prorroga de forma automática, se deberán especificar las condiciones para su resolución. En caso se trate de un contrato de prórroga, el proveedor debe informar claramente las vías puestas a disposición de los consumidores para poner fin a la prórroga, entre las cuales deben figurar la misma vía por la que se contrató el servicio.</p> <p>e) Cuando proceda, el plazo para la entrega del producto o inicio de la prestación del servicio y/o el periodo de vigencia del servicio.</p> <p>g) En caso de venta de productos o servicios que involucren entrega de algún bien, destacar de manera clara y visible si el flete o costo de envío será asumido por el proveedor o consumidor. En caso de ser este último, especificar de manera inequívoca el importe a pagar y la forma de pago.</p>	<p>a) <i>Las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer su derecho de arrepentimiento; así como el procedimiento y plazos de devolución del monto pagado.</i></p> <p>b) <i>Establecer claramente las garantías y las condiciones para hacerlas valer, de lo contrario se aplicará lo dispuesto en el artículo 20.</i></p> <p>c) <i>Cuando proceda, la existencia de servicios post venta al consumidor.</i></p> <p>d) <i>La duración del contrato y, cuando proceda, el plazo mínimo de duración del mismo. Si el contrato es de duración indeterminada o si se prorroga de forma automática, se deberán especificar las condiciones para su resolución. En caso se trate de un contrato de prórroga, el proveedor debe informar claramente las vías puestas a disposición de los consumidores para poner fin a la prórroga, entre las cuales deben figurar la misma vía por la que se contrató el servicio.</i></p> <p>e) <i>Cuando proceda, el plazo para la entrega del producto o inicio de la prestación del servicio y/o el periodo de vigencia del servicio.</i></p> <p>f) <i>En caso de venta de productos o servicios que involucren entrega de algún producto, destacar de manera clara y visible el stock disponible y si el costo de envío será asumido por el proveedor o consumidor. En caso de ser este último, especificar de manera inequívoca el importe a pagar y la forma de pago.</i></p> <p><i>Cuando el proveedor ofrezca los productos o servicios a través de canales digitales operados por terceros, deberá</i></p>

	<p><i>proporcionarles a estos la información mencionada en los párrafos precedentes o, si la plataforma lo permite, publicar directamente esta información a fin de que esta pueda ser replicada y puesta en conocimiento del consumidor de forma oportuna.</i></p> <p><i>En caso el operador del canal digital sea quien asuma las comunicaciones con los consumidores, no será necesario que el proveedor proporcione al operador, para publicación, la información precisada en este artículo.</i></p>
<p><b>Artículo 48-A.- Opciones preseleccionadas</b> El proveedor de productos y servicios, a través de canales digitales, está prohibido de preseleccionar aquellas prestaciones accesorias que se integran al contrato, la contratación automática de prestaciones sucesivas o recurrentes, así como las referidas al tratamiento de datos personales del consumidor las cuales se rigen por su normativa y son conocidas por la autoridad sectorial competente. El consumidor puede seleccionar libremente y de manera inequívoca las prestaciones accesorias opcionales, las prestaciones sucesivas y las referidas al tratamiento de sus datos personales que desee incorporar al contrato.</p>	<p><i>Artículo 48-A.- Opciones preseleccionadas</i> <i>Está prohibido preseleccionar aquellas prestaciones accesorias que se integran al contrato de consumo de comercio electrónico, la contratación automática de prestaciones sucesivas o recurrentes, cargos adicionales diferentes a las tasas o impuestos legales, así como las referidas al tratamiento de datos personales del consumidor las cuales se rigen por su normativa y son conocidas por la autoridad sectorial competente.</i></p>
<p><b>Artículo 48-B.- Proceso de confirmación de compras por canales digitales</b> El proveedor de productos y servicios a través de canales digitales debe garantizar que el consumidor reconozca de manera previa, suficiente, clara e inequívoca el momento en el que se le requiera la confirmación de la transacción, así como los pasos necesarios para completarla. Durante este proceso de confirmación, se muestra un resumen de los productos y/o servicios contratados, el tiempo de entrega, el precio, los eventuales costos adicionales de la transacción, costos de envío de corresponder y el monto total de la operación, así como cualquier otro elemento relevante que integre la transacción, a fin de que el consumidor pueda verificar la información, modificar su contenido y corregir errores, así como decidir acerca de si continúa o desiste de la transacción.</p> <p>El proveedor no debe procesar una transacción sin que conste de manera inequívoca que el consumidor ha consentido todos los términos de forma expresa.</p>	<p><i>No se sugieren cambios respecto a esta propuesta.</i></p>
<p><b>Artículo 48-C.- Perfeccionamiento del contrato celebrado a través de canales digitales</b> Los contratos celebrados por canales digitales se perfeccionan cuando el proveedor recibe la aceptación del consumidor de las condiciones propuestas. Dicho perfeccionamiento se materializa con la recepción de la confirmación</p>	<p><i>Artículo 48-C.- Perfeccionamiento del contrato de consumo de comercio electrónico</i> <i>Los contratos de consumo de comercio electrónico se perfeccionan cuando el proveedor recibe la aceptación del consumidor de las condiciones propuestas. Dicho perfeccionamiento se materializa con</i></p>

<p>de la compra en línea o la conformidad de la ejecución del servicio, las cuales deben estar a disposición de las partes en soporte duradero. La simple visita al sitio de Internet o plataforma virtual en el cual se ofrecen determinados servicios o productos, no impone al consumidor obligación alguna. Las condiciones pactadas en el contrato son respetadas por ambas partes.</p> <p>Existe consentimiento del consumidor cuando concurren los siguientes supuestos:</p> <p>a) Ha tenido previamente acceso a las condiciones generales del contrato, las cuales deben estar expresadas en términos claros, comprensibles e inequívocos;</p> <p>b) Ha contado con la posibilidad de leerlas completamente, almacenarlas digitalmente y/o imprimirlas; y,</p> <p>c) Ha manifestado su voluntad de forma expresa e inequívoca a través de los canales digitales puestos a disposición por el proveedor.</p>	<p><b>la recepción de la confirmación de la compra en línea o la conformidad de la ejecución del servicio, las cuales deben estar a disposición de las partes en un soporte duradero.</b></p> <p><b>La simple visita al sitio de Internet o plataforma virtual en el cual se ofrecen determinados servicios o productos no impone al consumidor obligación alguna para la contratación.</b></p> <p><b>Es válido el contrato de consumo de comercio electrónico cuando concurren los siguientes supuestos:</b></p> <p><b>a) El consumidor ha tenido previamente acceso a las condiciones generales del contrato, las cuales deben estar expresadas en términos claros, comprensibles e inequívocos;</b></p> <p><b>b) El consumidor ha contado con la posibilidad de leerlas completamente, almacenarlas digitalmente y/o imprimirlas; y,</b></p> <p><b>c) El consumidor ha manifestado su voluntad de forma expresa e inequívoca a través de los canales digitales puestos a disposición por el proveedor.</b></p> <p><b>d) El proveedor ha confirmado la compra a través de un mensaje de datos.</b></p>
<p><b>Artículo 48-D.- Comprobante por transacción efectuada por canales digitales</b> La forma, plazos, condiciones, requisitos, características y demás aspectos que debe contener el comprobante de pago emitido en las transacciones efectuadas por canales digitales, son definidos por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT, conforme el Decreto Ley 25632, por el que se establece la obligación de emitir comprobantes de pago en las transferencias de bienes, en propiedad o en uso, o en prestaciones de servicios de cualquier naturaleza.</p>	<p><b>Artículo 48-D.- Constancia de transacción efectuada por canales digitales</b> <b>Una vez perfeccionado el contrato de consumo de comercio electrónico, el proveedor está obligado a remitir al consumidor una constancia en el que se precisen el producto o servicio contratado, el número de operación, el plazo de entrega y, de ser el caso, costos adicionales y el periodo de vigencia los cuales deben coincidir con la información puesta a disposición del consumidor de manera previa.</b></p> <p><b>La constancia es remitida por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación acordado previamente entre las partes en formato descargable y almacenable en soporte duradero.</b></p> <p><b>La constancia de transacción no reemplaza al comprobante de pago por el importe íntegro de la transacción que los proveedores se encuentran obligados a emitir en la forma y oportunidad establecida en la legislación sectorial correspondiente.</b></p>
<p><b>Artículo 48-E.- Derecho de arrepentimiento</b> 48-E.1 El derecho de arrepentimiento es la facultad del consumidor de dejar sin efecto el contrato celebrado a través de canales digitales, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase. Son nulas de pleno derecho las cláusulas que impongan al</p>	<p><b>Artículo 48-E.- Derecho de arrepentimiento</b> <b>El derecho de arrepentimiento es la facultad del consumidor de dejar sin efecto el contrato de consumo de comercio electrónico, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase. Son nulas de pleno derecho las cláusulas que impongan al</b></p>

consumidor una penalización por el ejercicio de su derecho de arrepentimiento.

48-E.2 El consumidor puede poner término unilateralmente al contrato celebrado a través de canales digitales **desde que se celebró el contrato hasta en un plazo máximo de 5 días útiles contados** desde que recibió el producto. Esto comprende a los contratos en los que se acepte una oferta realizada a través de catálogos virtuales, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia que admita registrar el pedido. **Asimismo, cuando así se le reconozca en la oferta, publicidad o en el propio contrato.**

48-E.3 En el caso de los servicios públicos regulados, servicios educativos y servicios de intermediación financiera, el derecho de arrepentimiento se ejerce conforme a las normas especiales de la materia.

48-E.4 Este derecho es irrenunciable, y genera al proveedor la obligación de devolver la contraprestación recibida en pago. El proveedor está obligado a informar al consumidor sobre el ejercicio de este derecho **a través de medio escrito digital o impreso.**

48-E.5 Tratándose de productos, el consumidor debe comunicar su decisión de ejercer este derecho al proveedor y devolver el producto en las mismas condiciones en que lo recibió. Tratándose de servicios, el derecho de arrepentimiento es ejercido mediante la cesación inmediata del contrato de provisión del servicio, la cual debe ser comunicada por el consumidor a través de los mismos canales utilizados para la contratación como mínimo.

**48-E.6 Los gastos relacionados con la devolución del producto o servicio son asumidos por el consumidor. Es obligación del proveedor establecer un procedimiento simple para el ejercicio de este derecho y dejar constancia de la devolución realizada por el consumidor, así como gestionar la devolución del monto pagado inmediatamente, entregándole copia del documento de recepción en ese momento.**

48-E.7 Salvo pacto en contrario, no son materia de derecho de arrepentimiento las relaciones de consumo que se refieren a:

- a) Contratos de servicios una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado o cuando la ejecución haya comenzado. Para el segundo caso, el consumidor debe haber brindado su consentimiento expreso de conocer dicha condición. No están comprendidos en este supuesto los contratos de servicios regulados, financieros y de seguros que se rigen por su propia normativa;
- b) El suministro de bienes o la prestación de servicios cuyo precio dependa de fluctuaciones del mercado financiero que

**consumidor una penalización por el ejercicio de su derecho de arrepentimiento.**

***El consumidor puede poner término unilateralmente al contrato desde su celebración hasta en un plazo máximo de cinco (05) días calendario contados desde que recibió el producto o desde la contratación del servicio independientemente de que esta haya empezado o no a ejecutarse. Esto también comprende a los contratos en los que se acepte una oferta realizada a través de catálogos virtuales, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia que admita registrar el pedido salvo que los productos y servicios se encuentren comprendidos en las excepciones establecidas en esta norma.***

***Asimismo, en el caso de los servicios públicos regulados o supervisados, servicios educativos y otros que cuenten con regulación específica, el derecho de arrepentimiento se ejerce conforme a dichas normas sectoriales.***

***Este derecho genera al proveedor la obligación de devolver la contraprestación recibida en pago. El proveedor está obligado a informar al consumidor sobre la forma en que podrá ejercer este derecho a través de medio escrito digital o impreso.***

***Tratándose de productos, el consumidor debe comunicar su decisión de ejercer este derecho al proveedor y devolver el producto en las mismas condiciones en que lo recibió. Tratándose de servicios, el derecho de arrepentimiento es ejercido mediante la cesación inmediata del contrato de prestación del servicio, la cual debe ser comunicada por el consumidor a través de los mismos canales utilizados para la contratación como mínimo.***

***Los gastos relacionados con la devolución del producto o servicio son asumidos por el consumidor. Es obligación del proveedor establecer un procedimiento simple para el ejercicio de este derecho y dejar constancia de la devolución realizada por el consumidor, así como gestionar la devolución del monto pagado inmediatamente, entregándole copia del documento de recepción en ese momento.***

***Salvo pacto en contrario, no son materia de derecho de arrepentimiento las relaciones de consumo que se refieren a:***

- a) Contratos de servicios una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado antes del vencimiento del plazo para ejercer el derecho de arrepentimiento.***
- b) La compra de productos o la prestación de servicios cuya variación de precios dependa de fluctuaciones del mercado en los cuales el proveedor no pueda***

<p>el comerciante no pueda controlar y que puedan producirse durante el período de arrepentimiento;</p> <p>c) El suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados;</p> <p>d) El suministro de bienes perecibles;</p> <p>e) El suministro de bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega;</p> <p>f) El suministro de bienes que después de su entrega, y teniendo en cuenta su naturaleza, se hayan mezclado de forma indisoluble con otros bienes;</p> <p>g) La suscripción a medios de comunicación, salvo que el proveedor incurra en incumplimiento de las condiciones pactadas;</p> <p>h) El suministro de servicios de alojamiento para fines distintos a vivienda, transporte de bienes, alquiler de vehículos, comida o servicios relacionados con actividades de esparcimiento, si los contratos prevén una fecha o un período de ejecución específicos;</p> <p>i) El suministro de contenido digital que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el previo consentimiento expreso del consumidor y con el conocimiento por su parte de que en consecuencia pierde su derecho de desistimiento.</p> <p>j) Otras, cuya naturaleza impidan que dicho producto o servicio puedan ser brindados posteriormente a otros consumidores.</p>	<p><i>controlar y que puedan producirse durante el período de arrepentimiento;</i></p> <p><i>c) Productos personalizados o servicios que se estén ejecutando conforme a las especificaciones del consumidor;</i></p> <p><i>d) Productos perecibles;</i></p> <p><i>e) Productos precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega;</i></p> <p><i>f) Servicios de alojamiento para fines distintos a vivienda, transporte de productos, alquiler de vehículos, aquellos relacionados con actividades de esparcimiento o preparación de alimentos a pedido, si los contratos prevén una fecha o un período de ejecución específicos;</i></p> <p><i>g) El suministro de contenido digital, de medios de comunicación u otros que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el previo consentimiento expreso del consumidor y su renuncia expresa a ejercer el derecho de arrepentimiento.</i></p> <p><i>h) Otras, cuya naturaleza impidan que dicho producto o servicio puedan ser brindados posteriormente a otros consumidores.</i></p> <p><i>Las disposiciones de este artículo no alcanzan al ejercicio de los derechos del consumidor establecidos en el artículo 97 del Código relacionados al derecho a la reparación, reposición, nueva ejecución o devolución de la contraprestación pagada por disconformidades con el producto o servicio.</i></p>
<p><b>Artículo 150- A.- Libro de reclamaciones para proveedores de productos y servicios a través de canales digitales</b></p> <p>El proveedor de productos y/o servicios a través de canales digitales en el país, debe contar con un libro de reclamaciones virtual. Tratándose de microempresas estos pueden habilitar un medio alternativo que permita el ingreso y registro de quejas y reclamos a distancia, el cual debe cumplir con las disposiciones que regulan el Libro de Reclamaciones establecidas en el presente Código y su Reglamento. En caso de no tener implementado este mecanismo, además de las responsabilidades administrativas en las que pueda incurrir, el consumidor se encuentra facultado a ejercer su derecho a reclamar por las vías que tenga disponible el proveedor o las que se hayan utilizado para la adquisición del producto o contratación del servicio.</p>	<p><b>Artículo 150- A.- Libro de reclamaciones para proveedores de productos y servicios a través de canales digitales</b></p> <p><i>El proveedor de productos y/o servicios a través de canales digitales en el país, debe contar con un libro de reclamaciones virtual. Tratándose de microempresas estos pueden habilitar un medio alternativo que permita el ingreso y registro de quejas y reclamos a distancia, el cual debe cumplir con las disposiciones que regulan el Libro de Reclamaciones establecidas en el presente Código y su Reglamento. En caso de no tener implementado este mecanismo, además de las responsabilidades administrativas en las que pueda incurrir el proveedor de productos y servicios, el consumidor se encuentra facultado a ejercer su derecho a reclamar por las vías que tenga disponible el proveedor o las que se hayan utilizado para la adquisición del producto o contratación del servicio.</i></p>
<p><b>DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES</b></p> <p><b>PRIMERA.- Adecuación Normativa</b></p>	<p><i>No se sugieren cambios respecto a estas propuestas.</i></p>

<p>El Poder Ejecutivo en un plazo máximo de sesenta días calendario, contados a partir de la entrada en vigor de la presente ley, adecúa la normativa correspondiente a efectos de su cumplimiento.</p> <p><b>SEGUNDA.- Plazo de Implementación</b> Los proveedores se adecuarán a las modificaciones establecidas en la presente ley en un plazo no mayor de noventa días calendario contados a partir de la entrada en vigor de la presente ley.</p>	
--	--

**c) Comentarios adicionales sobre los cambios sugeridos**

*Sobre las definiciones*

7. Consideramos necesario tomar la definición reconocida actualmente por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para el comercio electrónico, la misma que es amplia y abarca no solo a la posibilidad de realizar transacciones económicas en una plataforma sino también a la de realizar pedidos, pudiéndose efectuar el pago a través de diversos mecanismos.
8. Asimismo, la importancia de incluir las definiciones “Mensaje de Datos”, “Canales Digitales” y “Soporte Duradero” radica en diferenciar algunos aspectos propios del comercio electrónico en comparación con los comercios tradicionales como los canales bajo los cuales van a interactuar las partes y los medios en los cuales deben poder almacenar la información.

*Sobre la información relevante en las ofertas a través de canales digitales (artículo 2-A)*

9. Al respecto, cabe señalar que la OCDE recomienda que las empresas que realicen transacciones de comercio electrónico con los consumidores deben proporcionar de manera precisa, clara y fácilmente accesible, información suficiente sobre ellas mismas a fin de facilitar su identificación, una comunicación rápida, fácil y eficaz, de corresponder la ubicación del domicilio de la empresa, y canales adicionales que permitirán que los consumidores puedan ejercer libremente su derecho al reclamo como correos electrónicos, números telefónicos, entre otros<sup>3</sup>. Asimismo, en la experiencia comparada países como México y Chile, establecen disposiciones legales en este sentido.
10. Ello es necesario para generar confianza en los consumidores en tanto estos, al poder acceder a la información que les permitirá identificar a los proveedores, tendrán la seguridad de que la contratación que están realizando es con un proveedor formal<sup>4</sup>, ante quien podrán acudir en caso existan controversias o cuando necesiten ejercer otros derechos que devienen de la relación de consumo tales como la reparación, el cambio o el derecho de arrepentimiento.
11. Asimismo, es importante que, el proveedor informe sobre las características del producto y/o servicio ofertado, así como las especificaciones, funcionalidad e interoperabilidad, en tanto, el comercio electrónico se ejerce de forma no directa o física, por lo que el consumidor no tiene la oportunidad de probar el producto o acceder a una explicación por

<sup>3</sup> <https://www.OCDE.org/digital/consumer/proteccion-al-consumidor-en-el-comercio-electronico.pdf>

<sup>4</sup> **Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor**  
(...)

**2. Proveedores.-** Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

2. Productores o fabricantes.- Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.

4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

parte del proveedor, siendo importante la información que este publica, para que el consumidor decida optar por aceptar su oferta.

12. Adicionalmente, para los fines de establecer la información mínima que se debe poner a disposición de los consumidores ha sido necesario diferenciar estas en función a las etapas que, en la realidad, suelen concurrir durante la contratación electrónica, así consideramos necesario que se informen algunos aspectos como:

- Las condiciones, el plazo y los procedimientos para ejercer su derecho de arrepentimiento; así como el procedimiento y plazos de devolución del monto pagado.
- Establecer claramente las garantías y las condiciones para hacerlas valer, de lo contrario se aplicará lo dispuesto en el artículo 20 del Código.
- Cuando proceda, la existencia de servicios posventa al consumidor.
- La duración del contrato y, cuando proceda, el plazo mínimo de duración del mismo. Si el contrato es de duración indeterminada o si se prorroga de forma automática, se deberán especificar las condiciones para su resolución. En caso se trate de un contrato de prórroga, el proveedor debe informar claramente las vías puestas a disposición de los consumidores para poner fin a la prórroga, entre las cuales deben figurar la misma vía por la que se contrató el servicio.
- Cuando proceda, el plazo para la entrega del producto y/o el periodo de vigencia del servicio.
- Destacar el precio de manera clara y visible el stock, el costo de envío y quien se encargará de asumirlo.

*Sobre la modificación al artículo 45 referido a los contratos de consumo*

13. La modificación del artículo 45 del Código busca reconocer las nuevas formas de contratación existentes, las cuales se celebran a través de intercambio de mensajes de datos y mediante contratos de adhesión celebrados a través de medios digitales, los cuales serán considerados válidos cuando se evidencie la voluntad de las partes de contratar.

14. La consideración de la voluntad de ambas partes debe ser un elemento cierto y claro. En ese sentido, la perfección del contrato se da con la confirmación del consumidor, con ello se busca que este contrato solo sea exigible luego de que el consumidor brindó su consentimiento, el cual proviene de una decisión meditada sobre la base de la información recibida. De hecho, los términos y condiciones del contrato deben ser conocidos previamente por el consumidor, por ello la importancia de considerar el artículo 2-A en los términos propuestos, información que se debe extender también a los contratos de adhesión celebrados a través de canales digitales.

15. Asimismo, se señala que la información vinculada con la ejecución del contrato de comercio electrónico como las constancias de entrega del mismo deberán resguardarse por un plazo de dos (02) años (propuesta que puede advertirse en la inclusión de la definición de "Soporte duradero"), ello en tanto ese es el plazo que establece el Código para que los consumidores puedan solicitar el inicio de un procedimiento administrativo sancionador.

16. Cabe señalar que no consideramos viable el establecer como obligación de los proveedores el tomar las medidas para verificar la edad de los consumidores que contratan en su plataforma, ello en tanto estas medidas incrementarán el costo del acceso a productos y servicios, a su vez que representaría el traslado de una responsabilidad ya establecida legalmente como lo es, la custodia de la información financiera por parte del consumidor.

*De las opciones preseleccionadas (artículo 48-A)*

17. Esta propuesta tiene su origen en la necesidad de salvaguardar el derecho a elegir que tiene todo consumidor, en tanto si bien los consumidores usualmente pueden elegir el producto o servicio sin ningún inconveniente, hay prestaciones o cargos adicionales que

suelen encontrarse preseleccionadas por el mismo proveedor de la plataforma o aplicación como, por ejemplo, las propinas.

*Proceso de confirmación de compras por medios electrónicos y perfeccionamiento del contrato celebrado a través de canales digitales (artículos 48-B y 48-C)*

18. Tratándose formas de contratación no tradicionales, los proveedores deben asegurarse de que, en sus plataformas, aplicaciones, portales o similares, el consumidor tenga la posibilidad de reconocer cuándo se encuentra en una etapa previa a la contratación y cuál es el proceso que debe seguir para culminar la operación. Asimismo, deben asegurarse de que el consumidor tenga la posibilidad de observar cuales son los productos o servicios que finalmente está adquiriendo y los costos que estos representan, ello con la finalidad de que, en caso el consumidor verifique que ha marcado una opción de forma errónea, pueda corregirlo antes de registrar su decisión.
19. La confirmación de la compra y la diferenciación de las etapas previas permitirá que el consumidor reconozca si se llegó a efectuar la transacción y si esta se llevó a cabo realmente. Por otra parte, respecto al perfeccionamiento del contrato, este se cumple con la aceptación del consumidor, la cual es registrada a través del mismo medio empleado, es decir, del aplicativo, portal u otro similar y para ello, adicionalmente a la información publicada, el consumidor debió poder acceder a las condiciones del contrato y leerlas o almacenarlas.

*Constancia de por transacción efectuada por canales digitales (artículo 48-D)*

20. Más allá de las implicancias tributarias que acarrea la emisión de un comprobante de pago, en el ámbito de la protección del consumidor este documento cumple un rol crucial en tanto este documento ha servido, en la práctica para acreditar la relación consumo existente entre un proveedor y un consumidor, ya que en ella se consigna información mínima pero relevante respecto al producto o servicio contratado. Sin embargo, entendemos que la mayoría de plataformas ya entregan constancias en el que se señala y precisan los productos y servicios adquiridos es que consideramos que deben ser documentos diferentes, así el proveedor cumple con la normativa tributaria al entregar el comprobante de pago y adicionalmente, cumple con brindar información oportuna y relevante como la constancia o resumen de la compra, siendo este el principal motivo por el que se propone su inclusión en el Código.
21. Asimismo, no se establece una formalidad en la constancia porque se busca que todos los proveedores cumplan mínimamente con entregar dicha información, ya sea a través de mensajes al correo electrónico, plataformas de mensajería instantánea u otro medio que permita que esta información sea almacenada o descargada por el consumidor, así cada proveedor adoptará la medida que se ajuste más a su negocio y brindará la seguridad al consumidor de que son establecimientos formales que les entregan documentación que acreditan las relaciones de consumo celebradas.
22. Esta medida busca garantizar que los proveedores que participan en este tipo de negocio no solo sean formales, sino que adicionalmente, están a disposición del consumidor para mantener un contacto posterior a la transacción. Asimismo, tal y como lo ha señalado el Indecopi en reiteradas resoluciones, la entrega del comprobante de pago y constancias de transacción no solo acredita el pago efectuado por el consumidor y sino también la relación de consumo existente entre el consumidor y el proveedor<sup>5</sup>.
23. Finalmente, es preciso mencionar que en lo referido a la emisión del comprobante de pago como parte de la constancia por la transacción efectuada se rige por lo establecido en la normativa tributaria correspondiente, específicamente el Reglamento de Comprobantes de Pago.

*El Derecho de arrepentimiento (artículo 48-E)*

---

<sup>5</sup> Resolución N.° 2916-2017/SPC-INDECOP, Resolución N.° 2943-2017/SPC-INDECOP y Resolución N.° 2906-2018/SPC-INDECOP.

24. La naturaleza de las operaciones que se realizan en el comercio electrónico nos lleva a prestar especial atención en las contingencias que podrían presentarse con el pasar del tiempo y, si bien la contratación no presencial tiene consecuencias positivas, como la dinámica que este nuevo mercado inyecta a la economía, además de expandir y representar una ventana para el emprendimiento, también cabe la posibilidad de que no todos los consumidores terminen conformes con la elección realizada.
25. En efecto, si bien los consumidores que contratan a través de medios electrónicos lo hacen sabiendo de antemano que no tendrán la posibilidad de manipular, probar o ver directamente el producto, ello no implica que renuncien a adquirir un producto idóneo<sup>6</sup>, que cumpla con sus expectativas, cobrando, por ello, especial relevancia la publicidad o las descripciones realizadas por el proveedor. No obstante, existen situaciones en las que el producto o servicio distan mucho de la oferta, situación que no solo afecta al consumidor sino al modelo de negocio.
26. Así pues, en términos generales, el derecho de arrepentimiento implica que el consumidor, cuenta con un plazo determinado para devolver el producto o servicio contratado por medios electrónicos y solicitarle al proveedor la restitución del precio pagado, ello considerando que la contratación a través de dichos medios acentúa la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo en tanto la capacidad del consumidor de tomar una decisión completamente informada se ve limitada puesto la información que del producto o servicio se pone a disposición a través de dichos medios no es del todo basta si la comparamos con aquella que puede obtener el consumidor mediante la compra directa en el mismo establecimiento.
27. Teniendo en cuenta lo indicado es que se ha considerado conveniente introducir el derecho de arrepentimiento el cual es aplicable en determinados casos en función a criterios como la naturaleza del producto o servicio adquirido y las fluctuaciones del mercado<sup>7</sup>. Como antecedente en la legislación nacional, tenemos la Ley N° 29946, Ley de Contrato de Seguro, la misma se reconoce la potestad de los consumidores de retractarse de la contratación efectuada mediante el ejercicio del citado derecho en virtud del cual el consumidor, sin expresión de causa, puede renunciar a un contrato celebrado, comunicando su decisión por escrito dentro de los quince (15) días posteriores a la fecha en que recibió la póliza o una nota de cobertura provisional<sup>8</sup>. En el caso de la legislación internacional los plazos establecidos por países como España son catorce (14) días naturales, México y Colombia consideran cinco (05) días.
28. En atención a lo establecido por la legislación de otros países de la región consideramos que el plazo consideramos como un plazo óptimo el de cinco (05) días calendarios. Asimismo, teniendo en cuenta que el derecho al arrepentimiento se ejerce de manera unilateral por parte del consumidor buscamos equilibrar el escenario y evitar aquellos casos de ejercicio abusivo del derecho y aquellas prácticas que podrían resultar lesivas

---

<sup>6</sup> **Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor**  
**Artículo 18.- Idoneidad**

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

La idoneidad es evaluada en función a la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

Las autorizaciones por parte de los organismos del Estado para la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, en los casos que sea necesario, no eximen de responsabilidad al proveedor frente al consumidor.

<sup>7</sup> Sobre el particular, cabe precisar que el artículo 16 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, establece excepciones al derecho de desistimiento en los siguientes contratos (i) los contratos de servicios una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado; (ii) el suministro de bienes o la prestación de servicios cuyo precio dependa de fluctuaciones del mercado financiero que el comerciante no pueda controlar; (iii) el suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados; (iv) el suministro de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez; (v) el suministro de bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega, entre otros.

<sup>8</sup> **Ley N° 29946, Ley del Contrato de Seguro**  
**Artículo 41. Prácticas abusivas y derecho de arrepentimiento**

En la oferta de seguros efectuada fuera de los locales comerciales de las empresas de seguros, o de quienes se encuentren autorizados a operar como corredores, o la oferta realizada a través de promotores de venta, se deberá entregar al potencial tomador información por escrito, suficientemente clara y con caracteres destacados, sobre su derecho de arrepentimiento. El tomador podrá resolver el contrato de seguro, sin expresión de causa, dentro de los quince (15) días siguientes a la fecha en que el tomador recibe la póliza o una nota de cobertura provisional. Si el tomador resuelve el contrato el asegurador le deberá devolver la prima recibida.

(...)

para los mismos proveedores motivo también se contemplan excepciones en este derecho.

29. En esa misma línea, se ha considerado que los costos relacionados con la devolución del producto como traslado o encomienda serán asumidos por el consumidor, y los proveedores deberán facilitar el ejercicio de este derecho. Asimismo, se hace necesario diferenciar este derecho de los derechos de devolución, cambio o reparación en los que su ejercicio se fundamenta en una disconformidad con el producto.

*Libro de reclamaciones para proveedores en comercio electrónico (artículo 150-A)*

30. La plataformas y aplicaciones regularmente cuentan con canales de atención de reclamos, no obstante, estos no necesariamente cumplen con las especificaciones establecidas en el Código y el reglamento del Libro de Reclamaciones, en razón a ello, y comprendiendo la situación actual en la que muchos emprendimientos intentan ingresar al mercado digital, es que queremos evitar que ello se convierta en una barrera de acceso al mercado comercial y proponemos simplificar la implementación del Libro de Reclamaciones, por tal motivo el proveedor debe poner a disposición canales que garanticen el cumplimiento de los requisitos. Cabe precisar que esta prerrogativa únicamente alcanzaría a las microempresas

### **III. CONCLUSIÓN**

En atención a las consideraciones expuestas, sugerimos que la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores del Congreso de la República evalúe los cambios indicados en el presente informe, respecto a las disposiciones que se buscan modificar o incorporar en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, en materia de comercio electrónico, sobre la base de la propuesta contenida en el Texto Sustitutorio de los proyectos de Ley N° 398/2021-CR y 415/2021-CR recaídos en el Dictamen de fecha 20 de diciembre del 2021.

Atentamente,

**Yvette Sanguinetti Campos**  
Directora (e)  
Dirección de la Autoridad Nacional  
de Protección del Consumidor

YSC/mvv/jsz

**Oficio N° 61-2023-2024/CODECO-CR**

Lima, 27 de setiembre de 2023

Señora

**KARIN CÁCERES DURANGO**

Presidenta Ejecutiva del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la  
Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

Presente. –

Ref.: Oficio Circular N° 2-2023-2024/CODECO-CR

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarla cordialmente y agradecer la  
participación de su representante en la reunión técnica de trabajo realizada hoy  
miércoles 27 de setiembre de 2023.

En dicha reunión se expuso los artículos que se pretenden modificar de la Ley 29571,  
Código de Protección y Defensa del Consumidor, mediante los Proyectos de Ley  
398/2021-CR y 415/2021-CR que proponen modificar la Ley 29571, Código de  
Protección y Defensa del Consumidor, regulando el comercio electrónico y sancionando  
el fraude informático.

Por ello, tengo a bien solicitarle nos remita un informe sobre las propuestas de  
modificación contenidas en el documento de trabajo, cuya copia se adjunta.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para expresarle los sentimientos de mi  
especial consideración y estima personal.

Atentamente,

**WILSON SOTO PALACIOS**  
Presidente  
Comisión de Defensa del Consumidor  
Organismos Reguladores de los Servicios



Firmado digitalmente por:  
SOTO PALACIOS Wilson FAU  
20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 27/09/2023 17:39:04-0500

WSP/st