



(DPC)

**Dirección de la Autoridad Nacional de Protección
del Consumidor**

El Indecopi prepara una propuesta normativa para el comercio electrónico con el fin de fortalecer la protección del consumidor digital

- ✓ *Planteamientos se enfocan en asegurar la inocuidad de los productos y recordar las obligaciones de las plataformas digitales frente a sus usuarios.*
- ✓ *También se propone la figura del “arrepentimiento” que actualmente existe solo en el mercado de seguros.*

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, viene trabajando una propuesta normativa orientada a fortalecer la protección de los consumidores que realizan transacciones *on line* de bienes y servicios, las cuales han crecido exponencialmente a partir de la pandemia ocasionada por la COVID-19.

Esta propuesta plantea aclaraciones a vacíos normativos y ajustes en temas clave tales como: seguridad de los productos, papel de las plataformas de intermediación de cara a su responsabilidad para con sus usuarios; y el derecho a arrepentirse de las compras realizadas vía internet.

“En el contexto de esta nueva normalidad, desde el Indecopi somos conscientes que muy buena parte de las relaciones de consumo han migrado de un comercio presencial a un comercio electrónico, por lo cual, es imperativo impulsar medidas específicas que promuevan en los mercados digitales, la confianza y el bienestar de los consumidores que compran en línea”, indicó Hania Pérez de Cuéllar, presidenta del Consejo Directivo del Indecopi.

Seguridad ante todo

En esa línea, la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección al Consumidor (DPC) plantea, por ejemplo, un énfasis en la seguridad de productos. Dado el gran alcance del comercio en línea actualmente se pueden conectar consumidores y proveedores de diferentes partes del país y del mundo. Sin embargo, este avance, no significa que, en todos los casos, los productos que se comercializan sean inocuos.

Por ello, la propuesta normativa del Indecopi busca contar con herramientas que permitan intervenir, inmovilizando aquellos productos que podrían representar un riesgo para la seguridad y la salud de los consumidores, tales como, por ejemplo, productos que entre sus componentes tengan cantidades de plomo no permitidas por los estándares de otras agencias de consumo de países más desarrollados.

Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016

Síguenos: Indecopi



Radió
Indecopi
www.indecopi.gob.pe/radio



(DPC)

**Dirección de la Autoridad Nacional de Protección
del Consumidor**

Cabe resaltar que, en el diseño de esta propuesta normativa, se considera la participación de otros actores de la administración pública que intervienen dentro de la cadena de ingresos de productos al país y, en específico, al mercado peruano.

Plataformas de intermediación como proveedores

Otra propuesta abordada es reconocer a las plataformas de intermediación como proveedores, por lo cual, tienen responsabilidades frente a los consumidores y usuarios.

De acuerdo con el análisis de la DPC, es importante proteger a los consumidores que contraten a través de plataformas de intermediación, ello en tanto la realidad ha demostrado que los consumidores no solo se encuentran expuestos a las prácticas comerciales que estas realizan, sino que también optan por adquirir un producto o contratar un servicio en función a la publicidad recibida por parte de estas, sometiéndose así a sus condiciones.

Derecho al “arrepentimiento”

Finalmente, la propuesta normativa aborda la necesidad de establecer que los consumidores tienen derecho a arrepentirse de la compra realizada. Esto surge como consecuencia de reconocer que la contratación a través de medios digitales no le permite al consumidor tener un contacto directo con el producto, por el contrario, supone para el consumidor, confiar en la información que el proveedor pone a su disposición.

Cabe resaltar que la figura del “arrepentimiento” existe actualmente en el mercado de seguros y en este se le otorga al consumidor un plazo de 15 días calendario para ejercer dicho derecho.

Estos planteamientos se trabajan en coherencia con lo advertido en el “Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor del Perú” (*Peer Review*), el cual hace unos días, sugirió examinar la legislación peruana a fin de regular aspectos relacionados al comercio electrónico, teniendo como referencia las recomendaciones realizadas por organismos internacionales como la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en materia de protección del consumidor y cooperación transfronteriza, no solo en materia de protección del consumidor digital, sino también en seguridad de productos de consumo.

Lima, 29 de octubre de 2020

Enlaces de interés

<https://bit.ly/2HAuVTD>

Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016

