

Indecopi prepara norma para regular el comercio electrónico

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), está trabajando una norma orientada a fortalecer la protección de los consumidores que realizan transacciones *online* de bienes y servicios.

Cabe resaltar que el comercio electrónico ha crecido exponencialmente a partir de la pandemia ocasionada por la COVID-19.

En ese sentido, Indecopi explicó que 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.

- ▶ China: líder en e-commerce transfronterizo
- ▶ Henri Le Bienvenu: “El e-commerce es un arma poderosa para las ventas y el marketing”

“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 uno

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, poner énfasis en la seguridad de productos.

Dado al 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 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 productos que entre sus componentes tengan cantidades de plomo no permitidas por los estándares de otras agencias de consumo de países más desarrollados.

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, pues 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 del **Indecopi** 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.