



**COLMENARES
& ASOCIADOS**
IP SINCE 1904
LIMA - PERÚ



COMENTARIO AL

Decreto Legislativo N.º 1729 - Regulación de los proveedores no domiciliados y los “black patterns”



**ESCRITO POR:
DIANA MEZA**



Actualmente las decisiones de compra ya no se toman únicamente frente a un vendedor sino a través de interfaces digitales que, en casi todos los casos, están diseñadas para influir en la experiencia del usuario. En ese contexto, el **Decreto Legislativo N.º 1729** introduce modificaciones relevantes al Código de Protección y Defensa del Consumidor, con el objetivo de la mejora en la **atención de reclamos y quejas de los consumidores sobre proveedores no domiciliados**, así como sancionar prácticas comerciales coercitivas en el ámbito del comercio electrónico, incluyendo los denominados **“dark patterns”**.

DECRETO LEGISLATIVO N° 1729

DECRETO LEGISLATIVO QUE MODIFICA LA LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, PARA FORTALECER LA ATENCIÓN DE RECLAMOS Y PREVENIR Y SANCIONAR LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS COMERCIALES COERCITIVAS EN EL ÁMBITO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Artículo 2.- Incorporación de los numerales 24.4 y 24.5 al artículo 24 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

Se incorporan los numerales 24.4 y 24.5 en el artículo 24 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

“Artículo 24.- Atención de reclamos

(...)

24.4. Los proveedores que ofrezcan bienes o servicios a través de plataformas, aplicaciones u otros canales digitales de comercio electrónico deben contar con mecanismos accesibles, eficaces y permanentemente operativos para la atención de reclamos y resolución de controversias derivadas de dichas transacciones, que permitan al consumidor formular sus reclamos de manera directa y sin incurrir en costos o cargas innecesarios.

24.5. Los proveedores no domiciliados en el país que ofrezcan bienes o servicios a través de plataformas, aplicaciones u otros canales digitales de comercio electrónico dirigidos al mercado peruano que no cuenten con mecanismos para la atención de reclamos, implementan y mantienen operativa, como mínimo, una dirección de correo electrónico, que permita a los consumidores

formular preguntas, reclamos, sugerencias y realizar cambios o devoluciones, según corresponda.”

Artículo 3.- Incorporación del literal h) al numeral 56.1 del artículo 56 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor

Se incorpora el literal h) al numeral 56.1 del artículo 56 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes términos:

“Artículo 56.- Métodos comerciales coercitivos

56.1 De manera enunciativa y no limitativa, el derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales coercitivos implica que los proveedores no pueden:

(...)

h) Emplear prácticas comerciales o estrategias, particularmente mediante plataformas, aplicaciones u otros canales digitales de comercio electrónico, que, a través del diseño, configuración o funcionamiento de interfaces de usuario en línea, limiten, distorsionen o manipulen la autonomía de la voluntad o la libertad de elección del consumidor, induciéndolo u obligándolo a tomar decisiones de consumo





Finalidad del Decreto Legislativo N.º 1729

- *Implementación obligatoria de un canal de atención al consumidor para proveedores extranjeros*

La norma dispone que aquellos proveedores extranjeros que comercialicen bienes o servicios mediante plataformas, aplicaciones u otros mecanismos de comercio electrónico y que no cuenten con sistemas formales de atención de



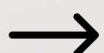
reclamos, deben implementar y mantener operativa, por lo menos, una dirección de correo electrónico.

Este canal debe permitir a los consumidores formular consultas, presentar reclamos, enviar sugerencias y gestionar cambios o

- *Reconocimiento expreso de los “dark patterns” como prácticas comerciales coercitivas en el comercio*

Asimismo, se hace un reconocimiento expreso a las prácticas comerciales coercitivas en el comercio electrónico. Estas pueden manifestarse a través de los llamados dark patterns o patrones oscuros -por su traducción al español-, estos son entendidos como estrategias de diseño que manipulan o condicionan las decisiones del usuario en beneficio del proveedor.

Estas prácticas no necesariamente implican información falsa, pero sí afectan la autonomía del consumidor al dificultar decisiones libres e informadas, por lo que, con esta modificatoria la norma permite que tales conductas sean calificadas de manera expresa como infracciones.



Para comprender el alcance de la modificatoria, resulta útil identificar algunos ejemplos frecuentes de dark patterns:

Casillas preseleccionadas para servicios

- 1 Durante la compra, el sistema incluye automáticamente la contratación de seguros o servicios complementarios, trasladando al consumidor la carga de desmarcar la opción.

Obstáculos para cancelar suscripciones

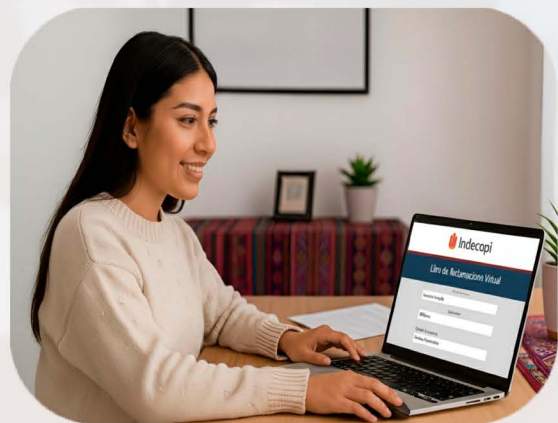
- 2 Algunas plataformas permiten suscribirse con un solo clic, pero exigen múltiples pasos complejos para cancelar el servicio

Falsa urgencia o escasez

- 3 Mensajes como “solo queda 1 unidad” u “oferta válida por 5 minutos”, sin que exista realmente tal limitación, generan presión psicológica para acelerar la decisión de compra.

Comentarios finales y alertas para los proveedores:

Respecto de la modificatoria al artículo 24.5, se busca evitar escenarios de desprotección al consumidor frente a proveedores extranjeros no domiciliados, brindando un mecanismo de comunicación con el proveedor. La exigencia, aunque mínima en apariencia, supone para las empresas extranjeras la necesidad de establecer procedimientos internos que aseguren una atención oportuna y trazable.





En relación con la incorporación del literal h) al numeral 56, debe precisarse que los métodos comerciales coercitivos no constituyen una categoría nueva dentro del régimen de protección al consumidor. Con anterioridad a la modificación introducida, ya se contemplaba la prohibición de prácticas que afectaban la libertad de elección del consumidor. No obstante, al incorporar expresamente las prácticas desarrolladas en el ámbito del comercio electrónico que limiten o manipulen la autonomía de la voluntad, el legislador deja claramente establecido que los denominados patrones oscuros pueden constituir, por sí mismos, una infracción.

En este contexto, **resulta recomendable que las empresas que operan o proyectan operar en el comercio electrónico en Perú consideren realizar una revisión de cumplimiento regulatorio de sus plataformas y prácticas comerciales,** a fin de asegurar que sus mecanismos de interacción con los consumidores se alineen con las exigencias introducidas por la reciente modificatoria normativa.

Una revisión preventiva de estos elementos puede permitir identificar eventuales riesgos regulatorios y adoptar los ajustes necesarios para adecuarse al marco de protección al consumidor vigente en el país.

