



PL 10281/2024

Ley que establece la protección y defensa del Consumidor Digital

**Autora: Congressista María
Acuña Peralta**

Contenido de la Propuesta

La propuesta consta de cuatro artículos y una disposición complementaria final

Objeto y finalidad de la Ley

Este proyecto de ley busca modificar el Código de Protección y Defensa del Consumidor para proteger al consumidor digital en el Perú; en tal sentido, incorpora las categorías particulares de consumidor y proveedor digital; y a su vez, desarrolla sus derechos y obligaciones.

La finalidad de la propuesta es garantizar la seguridad y protección en las transacciones digitales, fortaleciendo la confianza ciudadana en el comercio electrónico y los servicios digitales



Para lo cual se propone: En el Artículo 3

Modificar los incisos 1 y 2 del *artículo IV, del Título Preliminar* de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, referido a las definiciones de los actores relacionados a una operación de consumo, señalando que:

1.4 Si la adquisición, utilización o disfrute se realiza a través de un medio digital, el consumidor tiene la característica particular de Consumidor Digital.

2.3 Si la persona natural o jurídica proveedora ofrece sus bienes o servicios a través de plataformas digitales, el proveedor tiene la característica particular de Proveedor Digital.

También se propone: En el Artículo 4

Incorporar el inciso 9 al artículo IV del Título Preliminar, el literal (m) al numeral 1.1 del artículo 1 y el artículo 98-A, a la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, definiendo que es una plataforma digital , cuales serían los derechos ADICIONALES de los consumidores digitales y la obligaciones de los proveedores digitales frente a los consumidores digitales.

La plataforma digital se define como:

Los sitios web, aplicaciones móviles y otros medios electrónicos utilizados para la compra y venta de bienes y servicios.”

En cuanto a los consumidores digitales se propone:

m. Adicionalmente a los derechos mencionados en este artículo, los Consumidores Digitales tienen derecho a:

- ***Derecho a la Protección de Datos Personales, mediante el establecimiento de normas estrictas y consentimiento explícito para la recolección, almacenamiento y uso de datos personales.***
- ***Derecho a la Seguridad en las Transacciones, mediante la implementación de medidas de seguridad adecuadas para proteger las transacciones en línea contra fraudes y ciberataques.***
- ***Derecho a la Privacidad, mediante el establecimiento de medidas adecuadas para garantizar que los consumidores puedan navegar y realizar compras sin ser sometidos a prácticas intrusivas de seguimiento y publicidad no deseada.***
- ***Derecho al Olvido, mediante el establecimiento de procedimientos que permitan a los consumidores solicitar la eliminación de sus datos personales de las bases de datos de los proveedores digitales.***

En cuanto a los proveedores digitales se propone:

“Artículo 98-A.- Obligaciones de los Proveedores Digitales frente a los Consumidores Digitales

Los Proveedores Digitales tienen la obligación de ofertar sus Bienes o Servicios a los Consumidores Digitales en plataformas digitales en las que se asegure:

- a) ***La Transparencia y La Veracidad, mediante la obligación de los proveedores digitales de presentar información clara, verdadera y no engañosa sobre sus bienes y servicios. Dicha información está descrita en lenguaje entendible para el promedio de los consumidores digitales. La discrepancia por la calidad del lenguaje es resuelta mediante la técnica de “Focus Group” realizada por el Indecopi.***
- b) ***La Protección contra Fraudes, mediante el desarrollo y la incorporación de sistemas de verificación de identidad y métodos de pago seguros.***
- c) ***El Soporte y Atención al Cliente, mediante el desarrollo y la incorporación de canales accesibles que garanticen que los consumidores tengan acceso a un servicio de atención al cliente eficaz para resolver consultas y reclamaciones. La discrepancia por la facilidad de acceder al canal de acceso y la claridad de la metodología propuesta en la plataforma digital es resuelta mediante la técnica de “Focus Group” realizada por el Indecopi.***
- d) ***Las Devoluciones y los Reembolsos, mediante el establecimiento de políticas claras y justas para la devolución de productos y reembolso del dinero, cuando corresponda. Asimismo, la plataforma debe de contar con los adecuados canales de acceso a las solicitudes de los consumidores digitales. La discrepancia por la facilidad de acceder al canal de acceso y la claridad de la metodología propuesta en la plataforma digital es resuelta mediante la técnica de “Focus Group” realizada por el Indecopi”***

Motivos y Justificación



Cuantos de nosotros no están afectados ahora por la publicidad engañosa que ve en el celular, el acoso de miles de llamadas o ha sido engañado en una transacción digital, pues el resultado no fue el que se esperaba; sucede todos los días y no pasa nada.

Esto se da, porque el mundo de los últimos cinco años cambió y nuestras normas no se han actualizado; nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor, es del año 2010 y las formas de interactuar de las nuevas generaciones ha cambiado.

La tecnología generó un nuevo mundo, basado en la Inteligencia Artificial, cibernética, redes sociales, teletrabajo e interacciones comerciales impersonales.

Por eso estamos obligados a cambiar para preparar el espacio normativo en el que las nuevas generaciones puedan transitar con seguridad, no solo debe cambiar el Código de Protección y Defensa del Consumidor, sino también el Código Civil, Penal, normas laborales, comerciales, etc.

No olvidemos que los vacíos legales siempre son aprovechados por personas inescrupulosas, que buscan sorprender a los demás



Un punto importante que cabe mencionar.

Cuando presenté el proyecto, INMEDIATAMENTE en algún medio salió un comentario, mencionando que ya existía La ley de Protección de Datos personales y que no debíamos desarrollar el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Yo no comparto esa idea, de repente es bueno aclarar que son dos temas absolutamente diferentes:

El Código de Protección y Defensa del Consumidor - Ley 29571, regula los derechos de los consumidores en general, proporcionando disposiciones sobre la información que debe ser brindada al consumidor o la protección contra prácticas comerciales desleales.

Mientras que la Ley de Protección de Datos Personales - Ley 29733, regula el tratamiento de los datos personales. Establece las condiciones bajo las cuales se pueden recolectar, almacenar y utilizar datos personales, incluyendo el consentimiento informado y el derecho de los individuos a acceder, rectificar y eliminar sus datos.

Qué tipos de Comercio Electrónico hay que normar



B2C (Empresa a Consumidor)

Transacciones entre una empresa y un consumidor final. Es la práctica más común en el comercio electrónico actual.

B2B (Empresa a Empresa)

Transacciones comerciales entre dos empresas. Este modelo es fundamental para la cadena de suministro y la colaboración empresarial.

C2C (Consumidor a Consumidor)

Transacciones comerciales entre consumidores, facilitadas por plataformas web que conectan a los usuarios para compra y venta.

Cada modelo tiene sus propias características y dinámicas, adaptándose a diferentes necesidades y contextos comerciales.

El Comercio Electrónico crece en el Perú



2023

2021

2033

70%

Aumento de usuarios de comercio electrónico en Perú en los últimos tres años

20 Millones

Es el número de usuarios de comercio electrónico en Perú

27 mil millones de Dólares

Ventas en línea previstas para 2025 en Perú.



Los problemas del Comercio Electrónico en Perú



Desconfianza en transacciones digitales

39% de los peruanos temen no recibir los productos comprados online.



Temor a fraudes

55% de los peruanos temen dar información de tarjetas de crédito por posibles fraudes.



Preferencia por la compra física

40% de los peruanos prefieren ver, tocar y probar el producto antes de comprarlo.

Problemas Durante la Compra observados

1

No entrega de productos
47% de las quejas.

2

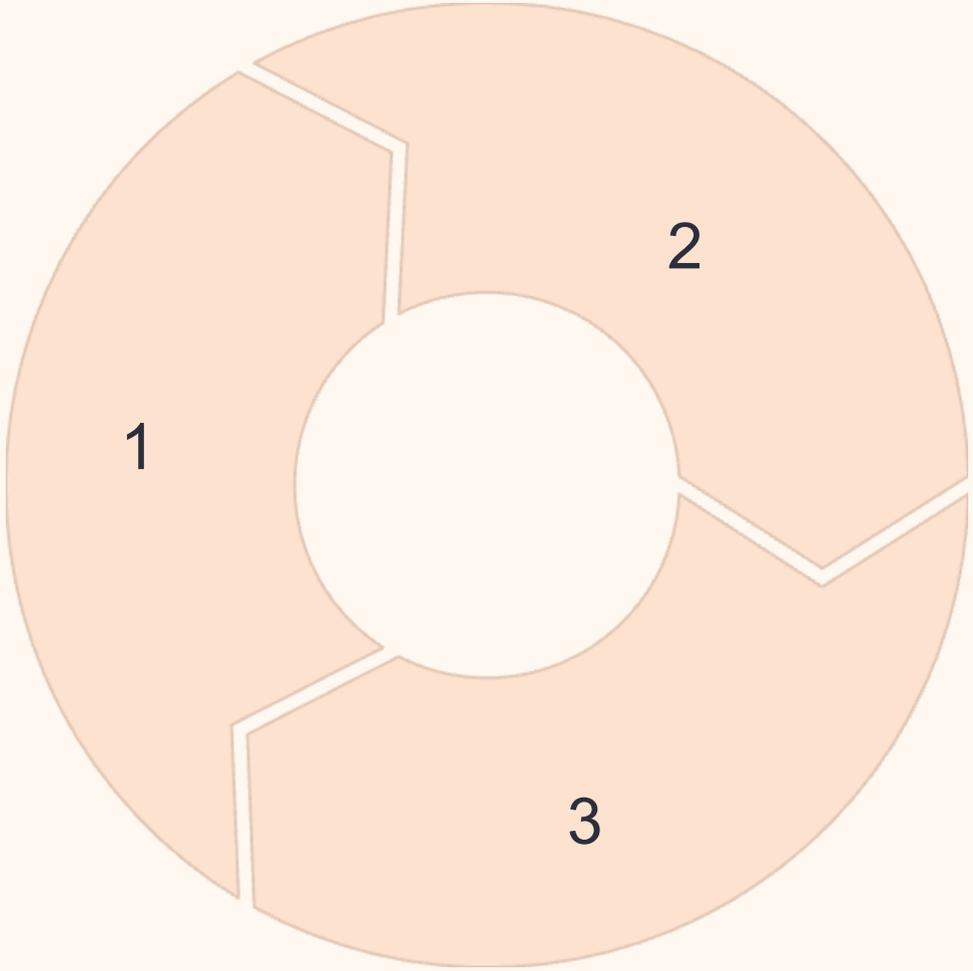
Anulación de compra
31% de las quejas.

3

Falta de stock
52% de las anulaciones.

Problemas Después de la Compra observados

No reembolso del dinero
46% de las quejas.



Falta del producto
28% de las quejas.

Falta de respuesta
95% no obtienen respuesta del proveedor.

Conclusiones y Necesidades

Es fundamental que la normatividad evolucione e incorpore a consumidores y proveedores digitales. Se deben replantear temas como la digitalización de pagos, las cuestiones legales y éticas, y la protección de datos para construir la confianza del consumidor.



Vinculación con el Acuerdo Nacional



Competitividad

Objetivo III: Competitividad en el País.



Desarrollo

Política XX: Desarrollo de la ciencia y la tecnología.



Sociedad

Consolidación de una mejor sociedad.

Este proyecto está alineado con la agenda legislativa nacional y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Busca la competitividad, el desarrollo de la ciencia y la tecnología, y la consolidación de una mejor sociedad en Perú.





**ALIANZA PARA
EL PROGRESO**

MUCHAS GRACIAS



MARY ACUÑA
CONGRESISTA POR LAMBAYEQUE