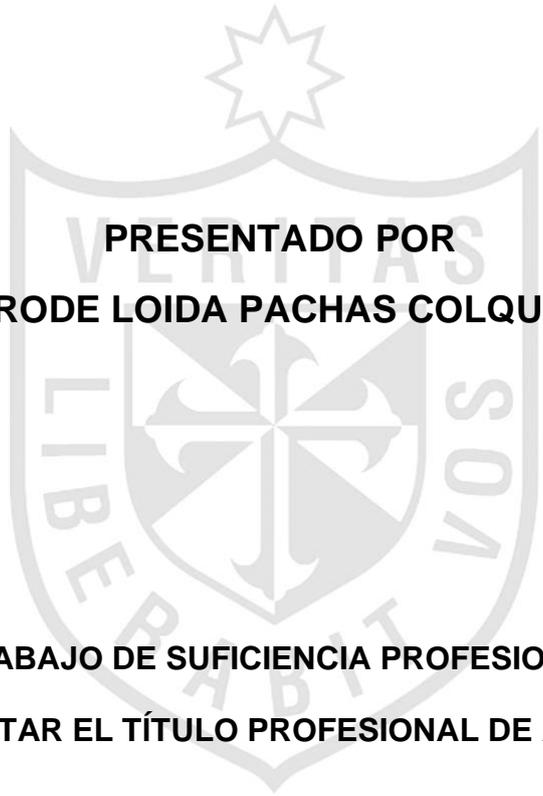




FACULTAD DE DERECHO

**INFORME JURÍDICO DE EXPEDIENTE
ADMINISTRATIVO N° 2003-2016/PS3**



**PRESENTADO POR
RODE LOIDA PACHAS COLQUE**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADA**

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
DERECHO

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Abogada**

Informe Jurídico sobre Expediente N° 2003-2016/PS3

Materia : PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Entidad : INDECOPI

Bachiller : PACHAS COLQUE, RODE LOIDA

Código 2010106551

LIMA – PERÚ

2021

En el presente informe se analiza un procedimiento administrativo sancionador de Protección al Consumidor seguido ante la Comisión de Protección al Consumidor de INDECOPI. La denuncia fue interpuesta por el denunciante contra Tiendas por Departamento RIPLEY S.A., por presunta infracción al artículo 2 y 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor. El denunciante manifestó que adquirió por la página web de dicha tienda, un televisor marca "SHARP" con características SMART TV FHD 70" SQ17U". Sin embargo, después de haberse realizado el pago del producto, dicha tienda le informó por correo electrónico que su compra no ha procedido por falta de stock del producto, y que la devolución de su dinero se realizará en 14 días. Lo cual no sucedió de esa manera, dado que dicha devolución se realizó con mayor tiempo de retraso. Posteriormente, RIPLEY presenta sus descargos, negando los hechos señalados por el denunciante, pero reconociendo que la devolución del dinero se realizó recién en 25 días hábiles, y en virtud de ese extremo de la denuncia se allana a la pretensión. Finalmente, la Comisión de Protección al Consumidor emitió resolución decidiendo revocar la resolución emitida en primera instancia, la misma que desfavorecía al denunciante, declarando FUNDADA la denuncia contra RIPLEY, y ordenó en calidad de medida correctiva que la misma cumpla con entregar al denunciante el televisor cuestionado; y que el proveedor modifique y corrija su sistema para que al realizarse una compra mediante la página web se efectúe primero la validación del stock y posteriormente se realice el cobro al consumidor, así como sancionar con 0,50 UIT por infracción al artículo 19° del Código de Protección al Consumidor y el pago de costas y costos del procedimiento. La comisión sustentó su decisión en los siguientes argumentos: i) en los artículos 1373° y 1374° del Código Civil, se establece que el contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente, siendo que, en el caso de la contratación entre ausentes efectuada a través de medios electrónicos, se presume la recepción de las declaraciones contractuales cuando el remitente recibe el acuse de recibo; ii) Que si bien no obra en el expediente correo sobre la confirmación del pedido, el hecho de que Ripley haya realizado el débito de la compra en la tarjeta del denunciante es motivo suficiente para concluir que dicha etapa se llevó a cabo, asimismo de acuerdo con el ordenamiento jurídico nacional, los proveedores de bienes y servicios no se encuentran facultados a resolver o suspender unilateralmente los contratos de consumo que celebra; iii) Bajo dichos fundamentos, manifestó que la supuesta falta de stock no podría invalidar la compra que se efectuó en tanto es responsabilidad del proveedor, además se concretó una transacción entre las partes.

INDICE

I. RELACION DE LOS HECHOS PRINCIPALES EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO	4
1.1. Denuncia	4
1.2. Inicio de procedimiento administrativo	5
2. Descargos	5
3. Resolución Final	6
4. Recurso de Apelación	7
5. Resolución final de segunda instancia	8
6. Solicitud de aclaración e integración.....	9
7. Resolución sobre el pedido de aclaración e integración	9
8. Suspensión de los efectos de la medida correctiva referente al cambio de sistema de compra.....	9
II. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURIDICOS DEL EXPEDIENTE	10
2.1. ¿Se ha generado infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?	10
2.2. ¿Se ha generado infracción al artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?	10
2.3. ¿La medida correctiva impuesta por la Comisión referente al cambio del sistema de compra por página web estuvo debidamente fundamentada?	11
2.4. ¿Correspondía declarar fundado el recurso de aclaración e integración formulado por Ripley?.....	11
III. POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS Y LOS PROBLEMAS JURIDICOS IDENTIFICADOS	11
3.1. Sobre los problemas jurídicos identificados.....	11
3.1.1. ¿Se ha generado infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?	11
3.1.2. ¿Se ha generado infracción al artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?	16
3.1.3. ¿La medida correctiva impuesta por la Comisión referente al cambio del sistema de compra por página web estuvo debidamente fundamentada?	20
3.1.4. ¿Correspondía declarar fundado el recurso de aclaración e integración formulado por Ripley?.....	23

3.2. Sobre las resoluciones emitidas	25
3.2.1. Resolución emitida por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor	25
3.2.2. Resolución emitida por la Comisión de Protección al Consumidor	26
IV. CONCLUSIONES.....	27
V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	29
VI. ANEXOS	30

I. RELACIÓN DE LOS HECHOS PRINCIPALES EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO

1.1. Denuncia

Con fecha 13 de diciembre de 2016, el denunciante interpuso una denuncia contra Tiendas por Departamento Ripley S.A (en adelante Ripley) solicitando la entrega de un televisor Sharp Smart FHD 70” o de similares características y que se reconozca el pago de costos y costas del procedimiento en base a los siguientes argumentos:

- El denunciante manifestó que el día 19 de octubre de 2016, observó a través de una publicación de la página web de Ripley, la oferta de un Televisor Marca "SHARP" SMARTTV FHD 70" 3D SQ1x7U al precio de S/. 3,499.00 (Tres mil cuatrocientos noventa y nueve soles), indicándose que el método de envío disponible era “sólo para recoger en tienda”, por lo que procedió a verificar cómo funcionaba dicho método.
- El denunciante también señaló que uno de los puntos que especificaba la compra del producto era que debía tener el mismo servicio de entrega y estar disponible en la misma tienda, por lo que procedió a ir a la tienda San Isidro – Begonia, ya que, de acuerdo con la promoción, era en dicha tienda o en la tienda ubicada en San Borja.
- También manifestó que al llegar a la tienda el encargado le señaló que no tenían en stock el producto que buscaba, por lo que le indicó a dicho encargado que la publicación decía lo contrario. Al final, ante la negativa, se retiró sin realizar ninguna compra. Posterior a ello, manifestó que ingresó nuevamente al portal virtual de Ripley, encontró aún vigente la publicación, y a fin de aprovechar la promoción accedió a realizar el pago conforme se señalaba en la publicación, seleccionando el recojo del producto en la tienda de San Borja - Primavera para el día 19 de octubre de 2016. Por ello, luego recibió un correo con la solicitud de compra, en la cual señalaba lo siguiente: *“Espera el correo de retiro, tu producto aún no se encuentra listo para ser retirado”*
- Así también, expresó que dicho correo también señalaba que recibiría dos correos, uno referido a señalarle sobre su solicitud de compra y otro haciendo efectivo el retiro, pero el segundo no llegó, y al contrario le anularon la compra no indicando el motivo. Luego de llamar a la tienda, le manifestaron que ninguna de las dos tiendas tenía el stock, indicándole que la devolución del dinero se haría efectivo en 14 días, siendo que la publicación aún estaba vigente.
- Por último, señaló que el 19 de octubre, y aún vigente la publicación, procedió a presentar su reclamo. Asimismo, ingresó su reclamo ante Indecopi y el día 08 de noviembre lo citaron a conciliación. Posterior a ello, recibió un correo en el cual le señalaban que su compra no pasó el proceso de validación, sin explicar dicho proceso, se procedió luego a la devolución del dinero cuando el reclamo expresaba la entrega del producto.

Medios probatorios presentados por el denunciante:

- Términos y condiciones para adquirir el producto
- Copia del pago por el producto
- Correo emitido por Ripley sobre solicitud de compra
- Correo emitido por Ripley indicando la falla en el proceso de validación
- Grabación
- Copia de la publicación vigente a la fecha
- Reclamo vía Email
- Reclamo a través de INDECOPI
- Copia de la devolución del dinero.

1.2. Inicio de procedimiento administrativo

Con fecha 16 de febrero de 2017, el Órgano Resolutivo de Procedimiento Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3 emitió Resolución N° 01 en la que resuelve lo siguiente:

- Declarar el archivo parcial de la denuncia, toda vez que mediante requerimiento N° 1 se solicitó al denunciante que señale si se encontraba denunciando algún hecho relacionado al libro de reclamaciones, obteniendo como respuesta que “no se encontraba denunciando en dicho extremo”, por lo que se procede a archivar parcialmente la denuncia presentada.
- Iniciar el procedimiento administrativo sancionador a Ripley por presunta infracción al artículo 19 y artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante CPDC), por no cumplir con la entrega del producto, por no cumplir con retirar la publicación, por modificar los términos y condiciones, por no hacer efectivo oportunamente la devolución del dinero y por no entregar oportunamente los términos y condiciones.
- Notificar al denunciado para que presente sus descargos y los medios probatorios que lo sustentan, en un plazo no mayor a siete días hábiles, contados a partir del día siguiente de notificada la resolución.

2. Descargos

Con fecha 08 de marzo de 2017, Ripley contesta la denuncia presentada en su contra, solicitando que la misma sea declarada infundada en base a los siguientes fundamentos:

- Manifestó que, en el día de la compra la tienda ya no contaba con el stock requerido, por lo que se informó al denunciante sobre la anulación del pedido vía correo electrónico y que como estaba expresado en los términos y condiciones de la web de Tiendas Ripley: *“Las compras realizadas en www.ripley.com.pe están sujetas a disponibilidad de stock”*, y debido a ello, al agotarse el stock mínimo se procedió a informar al cliente sobre la anulación de la compra y proceder a la devolución del dinero, informándole oportunamente al denunciante no vulnerando el artículo 19 del CPDC.

- Manifestó que en cuanto al no retiro de la publicación de la oferta, luego del aviso pertinente procedió inmediatamente a retirar el mismo, siendo el empleado de Tiendas Ripley quien contestó que inmediatamente enviaría el reporte necesario para que se iniciara el proceso de eliminación de dicha publicación. Si bien el denunciante procedió a tomar la captura de la publicación durante el proceso de eliminación; sin embargo, sí se procedió a la eliminación de la publicación.
- En cuanto a los términos y condiciones, señaló que en las plataformas virtuales las personas que desean acceder a un producto deben sujetarse a los términos y condiciones de los titulares o host que son previamente informadas, así la persona debe leer si lo desea, y aceptar dichos términos y condiciones, previo a su inscripción con usuario.
- Sin perjuicio de lo anterior, señaló que los términos y condiciones siempre se han encontrado en la misma página de Ripley. Para ello, presentó una imagen en la que se consignan los términos y condiciones.
- También manifestó que, en cuanto a la modificación de los términos y condiciones, estos se realizaron luego de la compra del denunciante, por lo que no guarda relación con los hechos materia de denuncia, ya que ocurrieron en tiempos distintos, no afectando de ninguna manera al denunciante ni a sus intereses con respecto del presente proceso, siendo de esta manera irrelevantes para el mismo.
- Así mismo, detalló que Ripley tiene plena libertad para modificar sus términos y condiciones haciendo efectivo su derecho constitucionalmente tutelado, esto es la libertad de empresa.
- Respecto a la devolución del importe, manifestó que el mismo se realizó en 25 días hábiles, reconociendo el retraso por causas ajenas, pero en virtud a este extremo de la denuncia se allanan a la pretensión.

3. Resolución final

Con fecha 31 de mayo de 2017, el Órgano Resolutivo de Procedimiento Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3 emitió Resolución Final, en la que resuelve archivar el presente procedimiento administrativo sancionador iniciado contra Tiendas por Departamento Ripley SA, por presunto incumplimiento de lo establecido en el artículo 2° del Código de Protección y Defensa del Consumidor; así como archivar el presente procedimiento administrativo sancionador iniciado contra Tiendas por Departamento Ripley S.A., por presunto incumplimiento de lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor; también sancionar a Tiendas por Departamento Ripley S.A. con una amonestación por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que no cumplió con efectuar la devolución oportuna del monto cancelado y ordenar el pago de costas del procedimiento, en base a los siguientes fundamentos:

Fundamentos de la decisión:

- Manifestó que tal como señala el proveedor, en la página web de la empresa existe una opción para poder conocer cuáles son los términos y condiciones con los que se desarrollan las ventas a través del canal virtual, y es responsabilidad de los consumidores evaluar dicho documento antes de efectuar sus compras.
- Así mismo, señaló que de la revisión de la página web, se aprecia que se puede establecer que, desde el momento del registro del usuario, el proveedor condiciona la suscripción a la aceptación de las condiciones de la página web.
- Argumentó que de la revisión de los términos y condiciones, se aprecia que si bien se le envió un correo al denunciante en el que se describía el producto adquirido, según el artículo 17 vigente de los términos y condiciones al momento de la compra, no significaba la aceptación y finalización completa del proceso de compra, pues, existía la posibilidad de no aprobarse el proceso de validación interno de la compra, y Ripley comunicó que la solicitud de compra del televisor no concluyó satisfactoriamente, tan solo 25 minutos después del envío del primer correo.
- Así también, especificó que considera que Ripley no se encontraba en la obligación de entregar el televisor al denunciante, ya que no se terminó de confirmar la solicitud de compra.
- Referente al retiro de la promoción señaló que, de la revisión de la grabación presentada, luego del proceso de verificación a cargo del empleado de la denunciada, se le informó que se procedería al retiro del mismo a través de un reporte. Manifestó que el denunciante presentó capturas de la promoción una hora y media después de la llamada, lo que no es suficiente para establecer responsabilidad de Ripley, ya que no se ha acreditado que la empresa no haya retirado la oferta.
- En cuanto a la modificación de los términos y condiciones, señaló que el proveedor tiene la facultad y autonomía privada para el manejo de estos siempre que no afecten a los consumidores, a través de cláusulas abusivas, siendo para el caso que no se ha generado alguna afectación al denunciante.
- Referente a la devolución del dinero en el tiempo oportuno, se evidencia que se hizo efectiva dicha devolución con más de un mes de demora, por lo que corresponde amonestar al denunciado en base a su allanamiento.

4. Recurso de apelación

Con fecha 05 de julio de 2017, el denunciante en virtud de la resolución emitida por la primera instancia, interpone recurso de apelación a fin de que la misma sea revocada por el órgano de segunda instancia, en base a los siguientes fundamentos:

- Manifestó que, de la revisión del número 17 de los términos y condiciones, se aprecia que al momento de finalizar el proceso de compra se recibirá un email con los productos solicitados en la compra, y es así que como finaliza el proceso, por lo que convalida la confirmación de la compra realizada. Asimismo, el Código Civil, en los artículos 1373 y 1374, señala que el contrato queda perfeccionado en el momento que la aceptación es conocida por el ofertante.

- En cuanto al proceso de validación, señaló que el mismo corresponde a la responsabilidad del proveedor y no al consumidor, puesto que se cumplió con el pago por el producto.
- Señaló que la primera instancia al expresar el correo emitido no significaba “finalización completa”, adiciona este supuesto a los términos y condiciones contradiciendo los mismos.
- De igual forma, manifestó que se vulnera el principio de primacía de la realidad, ya que no puede desconocerse que hubo un concurso de voluntades que tenía como fin último la adquisición de un determinado producto. Así mismo, señaló que pese al proceso de validación interna, la aceptación del pago por el producto, convalida la confirmación de la compra.
- Manifestó que el Órgano Resolutivo no ha considerado en su análisis el Artículo 20 de los términos y condiciones, siendo el que señala los detalles y todos los precios del producto recibido por mailing y del remitente Ripley, en este caso, la compra del televisor contaba con un stock mínimo disponible de 3 unidades, de acuerdo a lo establecido anteriormente.
- Argumentó que, dadas las características de la publicación en la que se sustentan las mencionadas alegaciones no se ha visualizado o informado sobre algún otro correo relacionado a la validación del stock post venta, por lo que no debería trasladarse al consumidor la omisión de información ya que por asimetría informativa el proveedor suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios.

5. Resolución final de segunda instancia

Con fecha 07 de mayo de 2018, la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 emite resolución final, mediante la cual resuelve revocar la resolución emitida por la primera instancia y ordenó, en calidad de medida correctiva, cumpla con entregar al denunciante el televisor cuestionado; que el proveedor modifique y corrija su sistema para que al realizarse una compra mediante la página web se efectúe primero la validación del stock y posteriormente se realice el cobro al consumidor; así como sancionar con 0,50 UIT por infracción al artículo 19° del Código de Protección al Consumidor; y el pago de costas y costos del procedimiento, en base a los siguientes fundamentos:

Fundamentos de la resolución:

- Manifestó que de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 1373° y 1374° del Código Civil, se establece que el contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente, siendo que, en el caso de la contratación entre ausentes efectuada a través de medios electrónicos, se presume la recepción de las declaraciones contractuales cuando el remitente recibe el acuse de recibo.
- Manifestó que, si bien no obra en el expediente, el correo sobre la confirmación del pedido, el hecho de que Ripley haya realizado el débito de la compra en la tarjeta del denunciante es motivo suficiente para concluir que dicha etapa se llevó a cabo. Y de acuerdo con el ordenamiento jurídico nacional, los

proveedores de bienes y servicios no se encuentran facultados a resolver o suspender unilateralmente los contratos de consumo que celebra.

- Bajo dichos fundamentos, manifestó que la supuesta falta de stock no podría invalidar la compra que se efectuó, en tanto es responsabilidad del proveedor, concretándose una transacción entre las partes.

6. Solicitud de aclaración e integración

Con fecha 29 de mayo de 2018, Tiendas por departamento Ripley solicita aclaración e integración sobre la resolución emitida en segunda instancia, precisando lo siguiente:

- Señaló que, en atención a la medida correctiva impuesta, procedió a ofrecer al denunciante un Tv con similares características, obteniendo como respuesta la negativa de éste, quien solicitaba la entrega de un producto con un valor de S/. 12, 999.00 soles, valor que supera en precio al producto objeto de denuncia.
- En base al fundamento anterior, manifestó que se encuentra imposibilitada de cumplir con la medida correctiva correspondiente, y estiman que acceder al pedido del denunciante podría significar un mensaje inadecuado para los consumidores que buscan aprovechar las decisiones del INDECOPI, y en virtud a ello solicitan que aclaren el contenido de la medida correctiva.
- Asimismo, señaló que la Comisión ha expresado que el proceso de compra del producto no presentó inconveniente alguno; sin embargo, a pesar de dicho razonamiento ordenó en calidad de medida correctiva complementaria, que la empresa cumpla con corregir su sistema, para que al realizarse una compra mediante su página web, efectúe primero la validación del stock; y, posteriormente, realice el cobro al consumidor. En ese sentido, se ha omitido pronunciarse sobre la motivación o el razonamiento de la medida correctiva solicitando que integre a la resolución dicha motivación.

7. Resolución sobre el pedido de aclaración e integración

Con fecha 26 de junio del 2018 la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 emitió resolución sobre el pedido formulado por la denunciada precisando lo siguiente:

- Manifestó que, según la normativa vigente, la denunciada tenía 3 días hábiles para presentar el recurso de aclaración e integración según corresponde, sin embargo, presento fuera del plazo establecido, por lo tanto, corresponde denegar su solicitud por extemporánea y agotando la vía administrativa corresponde cuestionar la falta de justificación de la medida correctiva en el proceso contencioso administrativo.

8. Suspensión de los efectos de la medida correctiva referente al cambio de sistema de compra

Con fecha 10 de diciembre de 2018, el Segundo Juzgado Contencioso Administrativo con subespecialidad en temas de mercado de la Corte Superior

emitió Resolución de fecha 22 de noviembre de 2018, a través de la cual concedió la medida cautelar de no innovar requerida por Ripley, correspondiendo suspender los efectos de la resolución emitida por la Comisión, respecto de que Ripley cumpla con corregir su sistema para que al realizarse una compra mediante su página web se efectúe primero la validación del stock y posteriormente realice el cobro al consumidor.

II. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE

Se ha realizado una revisión y análisis de los hechos del expediente y se han identificado aspectos relevantes en los cuales reside la controversia. Dichos aspectos constituyen puntos relevantes para determinar si la denuncia debió ser considerada fundada o infundada en todos sus extremos, al igual como determinar la idoneidad y legalidad de las medidas correctivas impuestas. En base a lo señalado, se han podido identificar los siguientes principales problemas de relevancia jurídica, los cuales serán determinados en los siguientes puntos a través de una posición fundamentada:

2.1. ¿Se ha generado infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?

Como primer problema jurídico relevante, se ha considerado determinar si se ha cometido infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, esto es determinar si se ha constituido infracción al deber de idoneidad. En el presente caso, la parte denunciante alega que no se habría hecho entrega del producto que se estaba ofertando, debido a que la empresa denunciada habría mostrado su negativa en base a la anulación de compra. En este punto se genera una controversia, toda vez que Ripley alega que la compra no paso la validación de compra debido al agotamiento de stock.

Bajo estos fundamentos, resulta imperante si se ha cumplido o no con el deber impuesto a los proveedores, además que el incumplimiento de este deber constituye el fundamento principal del denunciante y es rebatido por el denunciado.

2.2. ¿Se ha generado infracción al artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?

Como segundo problema jurídico de vital importancia, se ha precisado determinar si se ha generado infracción al artículo 2 del Código en mención, es decir si se configura infracción a la información que debe brindar el proveedor al consumidor antes de la adquisición de un producto o servicio en una relación de consumo.

De la revisión del expediente, se puede apreciar que el denunciante alega que Ripley no le habría puesto en conocimiento sobre los términos y condiciones,

expresando solamente que la compra se efectúa de acuerdo a dichos términos, generando como respuesta de Ripley que ante la adquisición de todo producto o servicio en la página web, el consumidor acepta los términos y condiciones previos a seguir con el proceso de compra, además de que los mismos estaban en la página de Ripley.

En este punto se genera una controversia, en cuanto a determinar si habría puesto o no en conocimiento al denunciante sobre los términos y condiciones, dotando de relevancia jurídica a dicho problema.

2.3. ¿La medida correctiva impuesta por la Comisión referente al cambio del sistema de compra por página web estuvo debidamente fundamentada?

Con tercer problema jurídico de relevancia, se ha considerado determinar si la medida correctiva impuesta por la Comisión resulta motivada y fundamentada, ello referente al extremo señalado de corregir o modificar el sistema de compra a través de la página web, para que primero se valide la compra y luego se proceda al pago.

Este punto ha sido cuestionado por la denunciada, toda vez que argumenta que la Comisión ya había señalado que el proceso de compra a través de la página de Ripley se había llevado a cabo de manera conforme, y por ello se había concretado el contrato y debida entregar el producto; no obstante, como medida correctiva ordena modificar dicho proceso, generando una contradicción y falta de motivación sobre tal medida.

En base a ello, resulta importante establecer si tal medida resulta idónea, y si se ajustaba al derecho, y más importante, si estaba debidamente fundamentada o si se ha expresado el razonamiento que llevo a imponer dicha medida.

2.4. ¿Correspondía declarar fundado el recurso de aclaración e integración formulado por Ripley?

Finalmente se ha considerado como problema relevante determinar si el recurso de aclaración e integración debía ser declarado fundado o infundado, según corresponde, tomando en consideración la resolución emitida por la Comisión referente y los argumentos dados por la empresa Ripley.

III. POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS Y LOS PROBLEMAS JURÍDICOS IDENTIFICADOS

3.1 Sobre los problemas jurídicos identificados

3.1.1. ¿Se ha generado infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor?

Primero, debemos señalar lo que establece dicho artículo, siendo lo siguiente:

“Artículo 19.- Obligación de los proveedores El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y éstos, así como por el contenido y la vida útil del producto indicado en el envase, en lo que corresponda”.

En este punto corresponde determinar la existencia de la infracción alegada por el denunciante, y para tal efecto corresponde realizar un análisis doctrinario sobre la figura del deber de idoneidad. Este deber se constituye como la obligación que tiene el proveedor para que el producto o servicio que ofrece en el mercado llegue a manos de los consumidores tal y como los ha ofertado.

En ese sentido, si un proveedor ofrece un producto o servicio de una determinada manera, lo que llegue a manos del consumidor será precisamente lo que se ha ofertado sin variación alguna. En la misma línea de pensamiento, Salas Valderrama (2010) señala lo siguiente:

“Por tanto, el deber de idoneidad consiste en que el proveedor es responsable por la correspondencia entre la calidad ofertada y la calidad que recibe el consumidor en su adquisición”. Por tanto, existe un supuesto de falta de idoneidad cuando no existe coincidencia entre lo que el consumidor espera y lo que el consumidor recibe, naturalmente lo que el consumidor (razonable) espera depende de la información y la calidad que el proveedor le ha brindado”. (Pág. 189)

SALAS nos señala que el deber de idoneidad consiste en la responsabilidad que tiene el proveedor para asegurar la correspondencia entre la calidad de un producto o servicio ofertado y la calidad que el consumidor recibe. Bajo este punto, se puede señalar que cuando un proveedor desea vender u ofertar un determinado producto o servicio, la calidad del mismo no puede ser menor a la que ofreció. En ese sentido, lo mínimo que se espera es una calidad igual o incluso mayor a lo que ofreció.

Así mismo, hace mención que existiría una falta del cumplimiento de este deber cuando no existe una correspondencia o coincidencia entre lo que consumidor espera y lo que realmente recibe. Así, por ejemplo, si un proveedor como Ripley, ofrece un televisor de 70” pulgadas Ultra HD curvo, con las características negro, ligero, y de fácil instalación, lo que el consumidor espera es que el televisor que va a adquirir le llegue con las mismas características que como lo oferta el proveedor.

Desde luego, esto tiene su razón de ser en las expectativas del consumidor, al ofrecer un determinado producto o servicio con ciertos estándares, se genera

una expectativa en el consumidor y en base a la misma procederá a la adquisición del producto. Y si se satisface la expectativa, se cumple con el deber de idoneidad. Sobre este punto Rodríguez García (2014) señala lo siguiente:

“La ahora Sala Especializada en Protección al Consumidor resolvió, en tal sentido, que: “[...] el deber de idoneidad se materializa en que los productos y servicios que el proveedor pone en circulación en el mercado respondan a las expectativas de un consumidor razonable”. Asimismo, se desarrolló que “el concepto que subyace a la protección de la idoneidad de los servicios consiste en garantizar la satisfacción de las expectativas del consumidor [...] sobre la base de esta expectativa, se presume que un producto es idóneo para los fines y usos previsibles para los cuales normalmente éstos se adquieren en el mercado.” (Pág. 304)

Según la referencia, y tal como se ha mencionado, el deber de idoneidad implica satisfacer las expectativas del consumidor, en cuanto a los productos y servicios que el proveedor pueda ofrecer. No obstante, se habla de expectativas, pero de un consumidor razonable, es decir de un consumidor diligente que se informa antes de la adquirir un producto. En base a ello, es que el Estado ha brindado un marco de garantía que permite generar una protección a las expectativas de los consumidores razonables, previendo que el consumidor reciba lo que ha solicitado y evitar que se generen afectaciones por parte de los proveedores.

De la misma forma, se habla de deber de idoneidad cuando el producto o servicio cumple con los fines por el cual se ha puesto en el mercado. Así, si se ha cumplido con la función por la cual ha sido elaborado y puesto en circulación en el mercado, entonces se cumple con el deber de idoneidad. Cabe mencionar que, el consumidor al observar la función o fin del producto o servicio se genera un interés, el cual va de acuerdo a sus necesidades y es debido a ello que adquiere tal producto o servicio, por lo tanto, si el mismo no cumple su función se genera una defraudación a las expectativas del consumidor generando una infracción a este deber.

Resulta natural que el fin por el cual el producto o servicio se ha puesto al mercado determine el comportamiento de los consumidores, ya que en función de dichos fines se adquieren los mismos tomando en consideración las necesidades. En ese sentido, resulta lógico que lo que se oferta debe entregarse en la misma calidad y características, debido que, si un consumidor adquiere un producto o servicio por considerarlo atractivo por encima de otros proveedores y en función a sus necesidades, lo natural y correcto que lo que les llega a las manos contenga exactamente lo ofertado sin ninguna variación.

Debe considerarse que el deber de idoneidad implica también recibir lo ofertado en función de los términos y condiciones; en ese sentido, el consumidor no puede esperar más de lo que señalan los términos y condiciones del producto o servicio, ni el proveedor puede ofertar u ofrecer más, y si se efectuara de dicho

modo, resultaría de un acto de liberalidad del proveedor, el cual resulta un derecho, ya que la obligación del proveedor es entregar lo ofertado.

De la misma manera, si el proveedor se niega a entregar un producto o servicio ofertado, cuya transacción ya se ha efectuado, estaría afectando el deber de idoneidad. Cabe mencionar que, el Código de Protección al Consumidor solo protege a aquellos que están en una relación de consumidor o en una etapa previa o posterior, por lo tanto, si ya se ha generado el pago del producto, ya se ha generado la relación y por lo tanto se genera infracción a este deber.

Este deber es impuesto a todos los proveedores, cuyo cumplimiento es obligatorio bajo apercibimiento de atribuírseles responsabilidad administrativa y la imposición de medidas correctivas y/o sanciones. Este deber es una forma de garantizar que exista idoneidad en las relaciones de consumo, transparencia y legalidad en el mercado, buscando satisfacer las expectativas del consumidor, que a buena cuenta han sido creadas por el propio proveedor, a través de la atractividad de sus ofertas, de acuerdo con los términos y condiciones que se puedan pactar.

En virtud a lo manifestado, resulta de aplicación el artículo 18 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, cuya redacción no indica que: *“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”*.

Las circunstancias señaladas por dicho artículo muestran lo determinante que es la oferta del proveedor hacia el consumidor y es acertado señalar que a partir de ello se genera la expectativa razonable. Es por ello que al infringir este deber resulta de aplicación el artículo 104 del Código que señala: *“El proveedor es administrativamente responsable por la falta de idoneidad o calidad, el riesgo injustificado o la omisión o defecto de información, o cualquier otra infracción a lo establecido en el presente Código y demás normas complementarias de protección al consumidor, sobre un producto o servicio determinado”*.

La responsabilidad administrativa se genera al vulnerar este deber, y en función a un procedimiento administrativo sancionador se impondrán las medidas correctivas correspondientes y las sanciones según correspondan. No obstante, el segundo párrafo de dicho artículo nos señala que: *“El proveedor es exonerado de responsabilidad administrativa si logra acreditar la existencia de una causa objetiva, justificada y no previsible que configure ruptura del nexo causal (...)”*. El proveedor tiene la oportunidad de ofrecer una causa justificada u objetiva que permita determinar las razones por la cual no cumplió con el deber de idoneidad. Al acreditar dichas causas relacionadas a causas objetivas, casos fortuitos o de fuerza mayor o hecho determinante de un tercero, quedará exento de responsabilidad administrativa.

En el presente caso, el denunciante alega que efectuó una compra sobre un televisor ofertado por Ripley a través de la página web del proveedor, y que posteriormente recibió un correo señalando sobre su compra, y que recibiría un segundo correo señalándole que ya podía retirar el producto, no obstante, luego del primer correo le llegó el segundo, pero anulando su compra, no haciéndole entrega del producto para proceder al retirarlo.

En ese caso, a través de la página web de Ripley se ofertó un producto consistente en un televisor Marca "SHARP" SMARTTV FHD 70" 3D SQ17U a S/. 3,499.00, cuya oferta y características generó una expectativa razonable en el denunciante debido a la atractividad de la misma, generando que el consumidor adquiriera el producto a través de la compra mediante la página web, pagando el precio señalado, generando una relación de consumo, siendo que Ripley no le quiso entregar lo adquirido. En este caso, correspondería a Ripley acreditar una causa justificada para señalar por qué no cumplió con su deber.

Para este caso resulta de aplicación lo afirmado por Bullard (2011) que señala lo siguiente:

“Dicho lo anterior, para poder establecer si un proveedor desempeñó adecuadamente con sus obligaciones, se edifica un modelo de idoneidad, el cual parte bajo la premisa de lo puede esperar un consumidor cuyo estándar sea el ser razonable dado determinadas condiciones, la misma que se comparará con lo que obtuvo. Por lo que sí el consumidor recibió es inferior al modelo planteado, entonces se concluye que no hay idoneidad y por ende se evidenciaría la responsabilidad por parte del proveedor o prestador del servicio; en cambio, sí de lo recibo se verifica la existencia de similitud con el modelo de referencia, no existiría trasgresión al deber de idoneidad”. (pág. 29)

Para el presente caso, se observa que no se cumplió con el deber de idoneidad. Donde Ripley argumenta que, si bien se realizó el proceso de compra, el mismo estaba sujeto a un proceso de validación del producto, así luego de haber efectuado el pago respectivo correspondería verificar si el producto puede ser entregado según sus términos y condiciones. En este caso, señaló que se había agotado el stock mínimo y es debido a ello que no pasó el proceso de validación y por lo tanto anularon la compra procediendo a la devolución de importe pagado.

Sin embargo, se debe precisar que Ripley no consideró un aspecto esencial en los contratos efectuados de esta naturaleza y con lo cual concuerdo con la Comisión, y en cuanto a la aplicación de los artículos 1373 y 1374 del Código Civil, que establecen que el contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente, y en el caso de medios electrónicos se presume la recepción de las declaraciones contractuales cuando el remitente recibe el acuse de recibo.

En ese sentido, al momento de que el consumidor recibió la oferta y pagó a través de un proceso de compra, adquiriendo el producto solo para retirar se ha perfeccionado el contrato y en este caso corresponde al proveedor la entrega lo que ya ha pactado a través de la página web. Se ha efectuado el débito de la compra del denunciante, llevando a cabo la etapa del consumo en la relación de consumo, concretándose el contrato, quedando la obligación del proveedor de entregar el producto.

Que no tenga stock mínimo o que posteriormente no haya pasado el “proceso de validación” no es de responsabilidad del consumidor, sino del proveedor quien bajo un deber diligente debió prever el stock mínimo para la oferta, ya que la compra se ha efectuado y se ha perfeccionado el contrato, no pudiendo atribuir al consumidor esta falta de stock. No se le puede atribuir al consumidor la obligación del proveedor de tener el producto, ya que, al perfeccionar un contrato, sólo queda expedito el cumplimiento del deber del proveedor, en este caso quien debía tener el stock mínimo, ya que al ofertar el producto es porque se asume que puede cumplir con su obligación, además de que ha generado expectativa en el consumidor.

Si se encontraba en imposibilidad de cumplir con la misma debió haber retirado la oferta de su página, caso contrario el consumidor asume que existe el producto ofertado, y como la oferta y proceso de compra es una declaración contractual por parte del proveedor, el consumidor accede y perfecciona el contrato. No cumplir con dicha obligación o anular la compra posteriormente responde a un acto unilateral del proveedor, hecho contrario a las normas de protección al consumidor.

Para este caso, el proveedor estaba obligado a entregar el producto con las características ofertadas, independientemente si había stock o no o si se había pasado el proceso de convalidación, ya que era su deber en función del contrato ofertado. Incluso los términos y condiciones que señala podrían considerarse cláusulas abusivas, ya que valiéndose de ello pueden denegar a cualquier consumidor entregar el producto, generando una pérdida de tiempo y un pago innecesario, quitando la posibilidad que a través de dicho pago el consumidor pueda efectuar otra relación de consumo con otros proveedores. Dicho ello, para el presente caso, considero que sí se ha generado infracción al artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, ya que Ripley se negó a entregar el producto luego de la perfección del contrato.

3.1.2. ¿Se ha generado infracción al artículo 2° del Código de Protección y Defensa del Consumidor?

Primero, debemos señalar lo que establece dicho artículo, siendo lo siguiente:

“Artículo 2.- Información relevante

2.1 *El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.*

2.2 *La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.*

2.3 *Sin perjuicio de las exigencias concretas de las normas sectoriales correspondientes, para analizar la información relevante se tiene en consideración a toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos substancialmente distintos. Para ello se debe examinar si la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor.*

2.4 *Al evaluarse la información, deben considerarse los problemas de confusión que generarían al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado”.*

En este punto corresponde determinar si se ha generado infracción al deber de información que tienen los proveedores, y que resulta un derecho del consumidor. En el presente caso, el denunciante señala que no se le habría puesto en conocimiento sobre los términos y condiciones antes de proceder a la compra del producto cuestionado.

Para determinar ello, resulta necesario el análisis doctrinario sobre el deber de información sobre los proveedores. Este deber se constituye como la obligación que tienen los proveedores para poner a disposición del consumidor toda la información necesaria sobre el producto adquirido o el servicio contratado. Sobre este punto Rojas (2012) nos señala que:

“El Deber de Información de los proveedores es, a su vez, el Derecho a la Información de los consumidores, debiendo entenderse como la obligación a cargo de los proveedores para brindar a los consumidores la información adecuada o necesaria a efectos de que éstos adopten una decisión de consumo adecuada con sus intereses y, asimismo, sea debidamente informado por el proveedor sobre el producto adquirido o el servicio contratado durante la vigencia de la relación contractual entre ellos”. (Pág. 66)

Tal como lo señala ROJAS, el deber de información es un derecho de los consumidores, el derecho de conocer de forma adecuada lo que están tratando de adquirir y en los términos o circunstancias que lo adquieren. Así, el consumidor es debidamente informado por el proveedor durante la relación contractual. Cabe señalar que, este deber está relacionado con el deber de idoneidad, debido a que si se ofrece un producto se ofrece con la información necesaria y el consumidor recibe dicho producto de acuerdo a la información brindada.

En la misma línea de pensamiento Morales (2008) nos señala que:

“(..) versa, en esencia, sobre el adecuado conocimiento de las condiciones de la negociación y, en su caso, las características de los productos comercializados. Del lado del consumidor, es el derecho a obtener los elementos necesarios a fin de posibilitar elecciones o tomas de decisiones favorables a sus intereses (...). (Pág. 5-6)

Este deber implica que el consumidor obtenga la información necesaria para actuar de forma responsable en las relaciones de consumo y que garantiza una protección al consumidor frente a cualquier posible afectación, es decir cualquier mecanismo de venta o práctica comercial que influya engañosamente en su decisión de compra.

El artículo 2 del Código, especifica que el proveedor tiene la obligación de proporcionar información al consumidor sobre el producto o servicio que están adquiriendo, en función de lo que se hubiera ofertado, es debido a ello que se obliga al proveedor al ofrecer toda la información relevante que le permita tomar una decisión o efectuar una elección adecuada sobre el consumo. Así, por ejemplo, un proveedor debe proporcionar los términos y condiciones al consumidor antes de proceder a la venta del producto o servicio, y en función de estos pueda realizar la adquisición que desea. Si al leer dichos términos observa que no le conviene entonces tomará una adecuada elección y no procederá a establecer una relación de consumo, y de igual forma en el caso contrario.

El inciso 2) del artículo especifica que dicha información debe ser veraz y suficiente, de fácil comprensión y de fácil accesibilidad en el idioma castellano, así por ejemplo si se brindan determinados términos y condiciones al consumidor que permiten proceder a la relación de consumo, los mismos deben ser veraces y de fácil comprensión. No se pueden ofrecer términos y condiciones ambiguos u oscuros en su comprensión, que no permitan al consumidor entender a qué relación de sujeta, ello atentaría contra los derechos de los consumidores si dichos términos no resultaran convenientes o adecuados para el consumidor.

De la misma manera, si se han ofrecido los términos y condiciones, estos deben estar completos y en su totalidad, debido a que no se podría posteriormente luego de haber concretado la relación de consumo, agregar otros términos y modificar los mismos. La veracidad de estos términos es esencial de igual forma, permitiendo al consumidor tener una elección adecuada sobre el proveedor. En el mismo sentido, no se pueden consignar en otro idioma que no sea el castellano, para evitar que se genere confusión o se suscriban contratos de consumo no identificando correctamente cuales son los términos y condiciones.

Como inciso número 3) se ha precisado que se debe tomar en cuenta que la información relevante permite que se tome la decisión de consumo o que se tome en términos diferentes. Así, por ejemplo, al brindar los términos y condiciones se permite determinar en qué circunstancias de está adquiriendo el

producto o servicio, y la relevancia de esta información incide directamente en la decisión de compra del consumidor, permitiendo que se adopte o no la decisión de consumo o simplemente recurrir a otro proveedor para adoptar la decisión en términos sustancialmente distintos.

De igual forma, si se omite información que afecta sustancialmente a las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor, se genera una infracción a dicho artículo. Es por ello, que al ofrecer los términos y condiciones no debe omitirse información que posteriormente pueda modificar total o parcialmente la naturaleza del contrato efectuado.

Desde luego, que el deber de información implica más que solo ofrecer los términos y condiciones antes de proceder a la relación de consumo o perfeccionar el contrato, implica ofrecer características del producto o servicio, función, durabilidad, composición, modo de fabricación, propiedades, cantidad etc., no obstante, se ha tomado como ejemplo los términos y condiciones en función a la problemática planteada.

Como inciso 4) se ha previsto que al evaluar la información brindada por el proveedor deben considerarse los problemas de confusión que se generaría al consumidor el suministro de información excesiva o sumamente compleja de acuerdo a la naturaleza del producto o servicio. Debido a ello es que la información brindada debe ser de fácil comprensión, de tal forma que no se genera algún tipo de confusión en el consumidor entienda algo distinto a lo que quiere decir. Así, por ejemplo, si se ofrecen los términos y condiciones, estos no deben estar en términos sumamente complejos, de tal forma que al evaluar la redacción de los mismos se pueda evidenciar que no se genera algún tipo de confusión en el consumidor, permitiendo que no se desnaturalice el producto adquirido o servicio contratado.

En virtud de todo lo desarrollado, para el presente caso se determinará si el proveedor puso en conocimiento al consumidor los términos y condiciones en conformidad con el artículo 2 del Código en mención. El denunciante alega que Ripley no hizo entrega de los términos y condiciones, y que luego modificó los mismos.

De la revisión de los hechos y medios probatorios, se puede verificar que concretamente no existe medio de prueba que acredite que el proveedor hizo entrega de los términos y condiciones, Ripley en su contestación argumentó que los términos y condiciones se encuentran en la página web donde se hace efectivo el proceso de compra.

Así también, de la página web de Ripley se puede apreciar que en la parte inferior izquierda se encuentra un ítem con la denominación “términos y condiciones” que al acceder al mismo se enumeran todas las condiciones de los productos ofertados y puestos a disposición del consumidor.

Dicho ello, para acceder a la compra de un producto a través de la página de Ripley, se accede a través de los términos y condiciones ya consignados en la misma página. En ese sentido, el proveedor ya habría puesto en conocimiento sobre los términos y condiciones de los productos ofertados, quedando a responsabilidad del consumidor bajo actitud diligente revisar los mismos.

De igual forma, si no se hubiese advertido ello, en el proceso de compra del producto en cuestión, el proveedor condiciona la suscripción a la aceptación de las condiciones de la página web, es decir pudo advertir ahí que los términos y condiciones se encontraban en la página web de la denunciada, quedando determinado que si brindo la información necesaria respecto a ello.

En ese sentido, se aprecia que se ha ofrecido la información relevante para tomar una decisión de compra, con información veraz y de fácil comprensión, apropiada y oportuna, la cual hubiera permitido determinar la decisión de compra del consumidor, resultando de fácil comprensión, de igual forma no se ha omitido información sobre la misma y las modificaciones hechas fueron posteriores al consumo realizado por denunciante, no afectándole en lo absoluto. En este caso, no se ha generado infracción al artículo 2° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, ya que se ha brindado la información necesaria para la decisión de consumo e influir en la compra del televisor, así mismo se ha expuesto de forma clara y concreta lo referente a los términos y condiciones.

3.1.3. ¿La medida correctiva impuesta por la Comisión referente al cambio del sistema de compra por página web estuvo debidamente fundamentada?

Luego de atribuir responsabilidad administrativa al proveedor, corresponde a la autoridad administrativa imponer las medidas correctivas correspondientes. Para el presente caso, ante la infracción del artículo 19 del Código de Protección y Defensa del consumidor correspondió imponer como medida correctiva la entrega del televisor en las condiciones que fue ofrecido.

De igual forma, se impuso como medida correctiva que el proveedor cambie el sistema de compras a través de la página web para que primero se evalúe el proceso de validación del producto y posteriormente se proceda al pago del producto. Para determinar si esta medida correctiva resulta razonable y motivada, corresponde realizar un análisis doctrinario sobre tal punto.

El artículo 114 del CPDC nos señala que: *“Sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda al proveedor por una infracción al presente Código, el Indecopi puede dictar, en calidad de mandatos, medidas correctivas reparadoras y complementarias”*.

Las medidas correctivas son disposiciones ordenadas por la autoridad administrativa en beneficio del consumidor para que la situación alterada por la infracción cometida por el proveedor vuelva a su estado anterior. Así, a través de las medidas correctivas lo que se busca es que el daño ocasionado sea

resarcido al estado anterior antes de la afectación. Sobre este punto Boulanger (2015) nos señala lo siguiente:

“Ciertamente, aunque el sólo constreñimiento del infractor a restablecer la legalidad conculcada ya le causaría un perjuicio económico, para ser calificado como sanción, es preciso que “el perjuicio causado responda a un sentido retributivo, que se traduce en la irrogación de un mal añadido al que de suyo implica el cumplimiento forzoso de una obligación ya debida o la imposibilidad de seguir desarrollando una actividad a la que no se tenía derecho (...)El carácter de castigo criminal o administrativo sólo aparece cuando, al margen de la voluntad reparadora, se inflige un perjuicio añadido con el que se afecta al infractor en el círculo de los bienes y derechos de los que disfrutaba lícitamente”. (Pág. 46)

Tal como lo señala el autor, el perjuicio que causa el proveedor debe responderse en un sentido retributivo, es decir, irrogar el mal dañado. Por ejemplo, en la compra del televisor bajo las características señaladas, ante la negativa de la entrega del producto, se genera un daño ya que se ha pagado por el mismo, por lo tanto, luego de determinar la responsabilidad administrativa y la infracción al deber de idoneidad, la imposición de la medida correctiva es que entregue el televisor que en su momento se negó a entregar. Así, se hace efectivo el cumplimiento forzoso de la obligación ya debida, cuyo incumplimiento generó una infracción a las normas del Código, y ha generado un perjuicio al consumidor, quien bajo una relación de consumo se vio afectado en sus expectativas.

En ese sentido, estas medidas tienen por finalidad revertir los efectos de la conducta infractora y evitar que la misma sea producida en un futuro. Cabe señalar que, estas medidas no tienen una naturaleza indemnizatoria o resarcitoria, ya que solo revierte el daño causado haciendo efectiva la obligación que se debió cumplir en su momento.

Según Carreras (2011) las características de estas medidas son:

- 1. Limitan los derechos.*
- 2. Las municipalidades u otros organismos técnicos tienen competencia de carácter fiscalizador.*
- 3. Se emplean cuando se presenta la vulneración e intentar, es decir, a posteriori, dado el incumplimiento de una norma.*
- 4. Su alcance intenta restablecer el hecho alterado. Por ello, el administrador no puede excederse el límite de lo afectado.*
- 5. Estas medidas tienen relación con la implementación de medidas sancionadoras, sin alterar el non bis in ídem.*
- 6. Toda resolución final debe ser ejecutadas en el plano administrativo. Ningún infractor deberá incumplir las medidas correctivas implantadas, de hacerlo podría hacerse responsable de recibir multas coercitivas. El consumidor está en todo su derecho de exigir el cumplimiento ante la vía judicial.*

7. El principio de potestad sancionadora no es aplicable a las medidas correctivas. Su ejecución no prescribe por ninguna razón”. (Pág. 71)

Atendiendo a las características descritas, se puede afirmar su imposición permitirá que los proveedores eviten la realización de conductas infractoras a las normas de protección al consumidor. Así mismo, revierten los efectos del daño al periodo inicial de la relación de consumidor, cuando al proveedor le correspondía cumplir con su obligación. Así también, para la imposición de estas medidas es necesario que se generen ciertos presupuestos, siendo los siguientes: que se hayan infringido las normas de protección al consumidor, que exista una relación causal entre el daño ocasionado y el efecto del mismo, así como la vigencia de la acción cometida y la atribución de responsabilidad administrativa habiéndose comprobado las infracciones.

Así mismo, tal como lo señala el Código estas medidas se dividen en reparadoras y complementarias. Las medidas correctivas reparadoras tal como lo señala el segundo párrafo del artículo 114° del Código: “(...) pueden dictarse a pedido de parte o de oficio, siempre y cuando sean expresamente informadas sobre esa posibilidad en la notificación de cargo al proveedor por la autoridad encargada del procedimiento”.

Estas medidas buscan resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas originadas por la infracción (por ejemplo: entrega de producto con características similares, devolución de dinero, entre otros). Así, para el presente caso se ha impuesto como medida correctiva reparadora la entrega del producto adquirido por el denunciante en su oportunidad, con las mismas características u otro con características similares al precio ofertado en su oportunidad.

Para el caso de las medidas correctivas complementarias, éstas pueden ser solicitadas a pedido de parte o impuestas de oficio por la autoridad administrativa. Sobre este punto, Laurente (2020) nos señala que: *“Las complementarias persiguen revertir los efectos de la infracción o evitar que esta se repita en el futuro (por ejemplo: publicación de avisos rectificatorios o, en caso de infracciones muy graves y de reincidencia, la clausura temporal del establecimiento, entre otros)”*.

Para el presente caso, la medida complementaria impuesta para evitar que la misma situación se genere en el futuro fue cambiar o corregir el sistema de compra a través de la página web para que primero se efectúe el proceso de validación del producto. Cabe señalar que, para la imposición de las medidas correctivas, la autoridad administrativa debe motivar adecuadamente las mismas y no imponerlas sin algún fundamento ni contradicción.

Para el presente caso, se puede observar que uno de los fundamentos de la Comisión para atribuir responsabilidad administrativa al proveedor, es que el proceso de compra se habría realizado exitosamente, es decir que el proceso de compra no habría presentado inconveniente alguno, llegando a perfeccionar el contrato en los términos que señala el Código Civil, no obstante pese que

señaló que el proceso de compra se había llevado sin inconvenientes, ordena como medida correctiva que dicho proceso sea corregido.

Ante ello, se puede evidenciar una contradicción en sus fundamentos, pues en primer lugar habla del proceso sin inconvenientes y posteriormente ordena corregir el mismo, no explicando las razones suficientes para dicha medida complementaria. En ese sentido, considero que se ha omitido expresar motivación y razonamiento alguno sobre esta medida en los términos planteados, principalmente si cuestiona un proceso de compra que en un principio señaló como válido y sin inconvenientes. En virtud a ello, y atendiendo a las características de las medidas correctivas y los presupuestos necesarios, se determina que la medida correctiva impuesta por la Comisión referente al cambio y corrección del sistema de compra por página web no estuvo debidamente fundamentada, mucho menos se ha expresado un razonamiento que aclare o estipule el sustento de esta medida, principalmente cuando existe una contradicción.

3.1.4. ¿Correspondía declarar fundado el recurso de aclaración e integración formulado por Ripley?

Luego de emitida la resolución por parte de la Comisión, Ripley presento recurso de aclaración e integración a la resolución emitida. En cuanto al recurso de aclaración, se precisa lo señalado por Morales (2014):

“En primer lugar, el artículo 406 del CPC que regula la aclaración propiamente dicha, comienza su redacción recogiendo lo que constituye un principio procesal, esto es, “que el Juez no puede alterar las resoluciones después de notificadas”. Se entiende que cuando el Juez sentencia, pierde competencia para el conocimiento de lo que es el objeto del proceso, y cualquier reclamo deberá hacerse efectivo a través de los recursos de impugnación que el sistema brinda a los justiciables. Pero, como se trata de resoluciones que ya han sido notificadas, ¿puede el juez modificar el sentido de su decisión si las partes no han sido notificadas? La respuesta es afirmativa. Pero, a pesar de haber sido notificadas, los jueces pueden aclarar algún concepto oscuro o dudoso”. (Pág. 59)

Tal como lo señala el autor, referente al ámbito procesal civil, cuando se interpone el recurso de aclaración no se puede modificar la resolución emitida. Esto evidencia que el recurso de aclaración es un recurso cuya naturaleza no esa impugnatoria como la de apelación, siendo que no se puede modificar el contenido de lo ya manifestado por el órgano correspondiente. Es por ello, que luego de la emisión de la resolución y notificada la misma, los jueces pueden aclarar algún concepto oscuro o ambiguo que se pueda evidenciar en la resolución.

Así el recurso de aclaración, solo se puede interponer cuando se evidencia algún concepto dudoso en la resolución emitida, permitiendo en este caso a la

autoridad administrativa resolver sobre tal recurso. Al respecto, el Decreto Supremo 009-2009-PCM, Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, modificado mediante los Decretos Supremos 107-2012-PCM y 099-2017-PCM, establece que la Sala es competente para pronunciarse sobre las solicitudes de enmienda, ampliación y aclaración de sus propias resoluciones. Es debido a ello que el artículo 28 de la norma acotada especifica que: “se dispone que la Sala puede aclarar conceptos oscuros o dudosos expresados en la parte resolutive de su pronunciamiento, siempre que no se altere el contenido sustancial de la decisión”. De igual forma se estipula que el pedido de aclaración puede ser resultado por el Órgano que emitió la resolución, en este caso la Comisión, ello en un plazo de 3 días luego de notificada la resolución.

Se habla de que la aclaración no modifica el contenido sustancial de la decisión, limitándose solamente a aclarar algún contenido oscuro o dudoso. Para el presente caso, se interpuso aclaración sobre la medida correctiva referente a la entrega de un producto con similares características de la oferta, y de la lectura de dicha medida se puede apreciar lo siguiente:

“Comisión de Protección al Consumidor N° 2: Ordenar a Ripley Perú S.A. en calidad de medida correctiva que, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con entregar al denunciante un televisor Sharp Smart 70" o en su defecto un televisor de similares características. Ello, previo pago por parte del denunciante del valor del producto (S/3 499,00)”.

En cumplimiento de esta medida, el proveedor intentó ofrecer una serie de televisores al denunciante a fin que elija alguno, considerando que eran de similares características, no obstante, el denunciante se negó y solicitó un televisor que a su parecer era de similares características, pero cuyo precio oscilaba los 12 mil soles.

Se puede apreciar que, se ha generado una confusión respecto al término “similares características”, siendo dudoso en su interpretación, existiendo la necesidad a que se hace referencia con similares características. La aclaración de este punto no modificaría decisión de la Comisión, solo permitiría que se haga más eficaz el cumplimiento de la medida correctiva sujetándose a tal interpretación.

En ese sentido, sin perjuicio que se declaró improcedente tal recurso por extemporáneo, considero que el recurso de aclaración resultaba fundado, debido a que era necesario aclarar a que se hacía referencia con “similares características” y evitar que el consumidor haga un aprovechamiento indebido de las medidas impuestas por la autoridad administrativa.

De igual forma, se ha presentado el recurso de integración sobre la medida correctiva complementaria. Este recurso permite que se integren a la resolución

algún fundamento omitido respecto a la parte considerativa de la misma, permitiendo que exista pronunciamiento sobre todos los puntos de la resolución. En el presente caso, se precisa que, en relación al problema anterior respecto a la medida correctiva complementaria, la Comisión omitió expresar las razones y fundamentos sobre tal medida, existiendo una contradicción que debe ser subsanada a través de la suspensión de la medida. Es por ello, que considero que correspondía que se integre a la resolución los fundamentos sobre la medida correctiva complementaria con la finalidad de subsanar no solo la contradicción sino la razón de esta medida.

En ese sentido, sin perjuicio de haberse declarado improcedente por extemporáneo, sí resultaba fundado tanto el recurso de aclaración como integración presentados por el proveedor, en base a las razones ya manifestadas.

3.2 Sobre las resoluciones emitidas

3.2.1. Resolución emitida por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

Respecto a la resolución emitida en primera instancia debo precisar que no me encuentro de acuerdo con declarar infundada en todos los extremos la denuncia presentada, toda vez que no ha realizado una correcta evaluación de los hechos y los medios probatorios.

De igual forma, no ha generado una adecuada valoración de los medios probatorios, y esto implica un juicio de aceptabilidad de los mismos en razón de los hechos expuestos. Sobre este punto Obando Blanco (2013) especifica que:

“La valoración es el juicio de aceptabilidad (o de veracidad) de los resultados probatorios (las hipótesis). La valoración constituye el núcleo del razonamiento probatorio; es decir, del razonamiento que conduce, a partir de las informaciones aportadas al proceso a través de los medios de prueba, a una afirmación sobre hechos controvertidos. El sistema jurídico, por medio del denominado derecho a la prueba”, exige la aplicación de reglas de la epistemología o la racionalidad generales para la valoración de la prueba. La valoración de la prueba no puede ser una operación libre de todo criterio y cargada de subjetividad, sino que debe estar sometida a las reglas de la lógica, de la sana crítica, de la experiencia”.

Tal como lo señala OBANDO, la valoración de los medios probatorio implica aceptabilidad de la prueba, aceptabilidad de la veracidad de las pruebas. Para llegar a esta aceptabilidad, se efectúa un análisis sobre las pruebas presentadas en relación a los hechos expuesto, generando también la convicción sobre la verdad de los mismos. En ese caso, la primera instancia no ha efectuado una adecuada valoración, es decir que no ha realizado un análisis adecuado sobre las pruebas para llegar a la aceptabilidad de los medios de prueba, generando

una aceptabilidad errónea obtenido como fundamento que no se ha generado infracción al deber de idoneidad.

De la revisión de los medios de prueba se puede evidenciar que se habría concretado y perfeccionado el contrato de consumo entre el proveedor Ripley y el denunciante, toda vez que ya se había efectuado el pago por la oferta que se había realizado. Este hecho no ha sido considerado por la primera instancia, toda vez que, si hubiera realizado una adecuada valoración, hubiera determinado la perfección del contrato y aplicado las normas correspondientes, en este caso las del Código Civil.

Caso contrario, solo efectuó valoración sobre los términos y condiciones, no considerando que se concrete el proceso de compra y la naturaleza de este tipo de contratos. Esto evidencia también una falta de revisión adecuada de los hechos del problema, faltando un análisis más exhaustivo y una valoración más adecuada.

3.2.2. Resolución emitida por la Comisión de Protección al Consumidor

En cuanto a la resolución emitida por la Comisión en calidad de segunda instancia, debo señalar que me encuentro de acuerdo con la decisión de revocar la resolución de primera instancia y declarar responsable a Ripley por infracción al deber de idoneidad y la imposición de la medida correctiva para la entrega del producto adquirido por el consumidor.

A diferencia de la primera instancia, la Comisión si efectuó un análisis más profundo, no sólo de los hechos, sino de las pruebas aportadas, principalmente al proceso de compra efectuado, determinando la perfección del contrato. Como ya se ha determinado si se ha generado infracción al deber de idoneidad, debido a que el contrato efectuado había sido perfeccionado, quedando la obligación del proveedor para entregar el televisor, hecho que la Comisión analizó y evaluó en función de los medios de prueba, por lo tanto, la resolución emitida en esta instancia resultó idónea.

En ese sentido, y en complemento con lo manifestado sobre la valoración de los medios de prueba, es necesario precisar lo que señala el Tribunal Constitucional (2014):

Su contenido constitucionalmente protegido, así, queda circunscrito a asegurar que los medios de prueba admitidos sean valorados por el juez bajo criterios objetivos, en tanto que la corrección de dicha valoración queda sujeta, prima facie, a control a través de los medios impugnatorios que la ley procesal específica pueda establecer. (Fundamento 5)

La Comisión aplicó lo manifestado por el Tribunal Constitucional, es decir efectuó una correcta valoración bajo criterios objetivos y corrigió la misma en calidad de segunda instancia, dejando en evidencia los errores cometidos por el Órgano Resolutivo.

IV. CONCLUSIONES

Luego de haber identificado los hechos y las decisiones de cada instancia referente al expediente analizado, así como haber identificado los principales problemas jurídicos y posteriormente desarrollarlos bajo un análisis doctrinal, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Se ha generado infracción al deber de idoneidad del Código de Protección y defensa del Consumidor toda vez que Ripley no hizo entrega del producto consistente en un TV marca Sharp Smart FHD 70". Si bien el proceso de compra estaba sujeto a un proceso de validación del producto, el cual no pasó por falta de stock, es necesario señalar que los contratos efectuados de esta naturaleza se rigen por lo dispuesto en los artículos 1373° y 1374° del Código Civil, es decir que este tipo de contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente. En ese sentido, al momento de que el consumidor recibió la oferta y pagó a través de un proceso de compra adquiriendo el producto solo para retirar se ha perfeccionado el contrato y en este caso corresponde al proveedor entregar lo que ya ha pactado a través de la página web.
2. No se ha generado infracción al artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que Ripley a conocimiento del denunciante sobre los términos y condiciones para la compra de los productos antes de efectuar el proceso de compra, los cuales se consignaban en la página web de Ripley, correspondiendo en este caso como consumidor razonable y diligente al denunciante revisar la página web para hacer lectura de dichos términos. De igual forma, en el proceso de compra realizado se advirtió al denunciante si aceptaba los términos y condiciones de la página de Ripley, brindado oportunidad para revisar los mismos.
3. La medida complementaria impuesta consistente en corregir el sistema de compra a través de la página web de Ripley, carecía de fundamentos necesarios para su imposición y cumplimiento. Para esta medida no se han expresado las razones o el razonamiento por la cual fue impuesta, más aún cuando existe una contradicción referente al mismo, toda vez que en un primer momento la Comisión señaló que proceso de compra se había llevado sin ningún inconveniente.
4. Los recursos de aclaración e integración, sin perjuicio de su improcedencia por extemporáneos, resultaban fundados en todos sus extremos, toda vez que la medida correctiva reparadora impuesta en la entrega del producto necesitaba de aclaración en cuanto al término "similares características" con la finalidad de evitar un abuso por parte del consumidor al exigir el cumplimiento de la medida. En cuanto a la medida complementaria, resultaba necesario integrar los fundamentos y razonamiento de su imposición a Ripley.

5. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor no efectuó una adecuada revisión de los hechos y valoración de los medios de prueba, toda vez que no identificó la perfección del contrato efectuado entre las partes en la relación de consumo y la aplicación supletoria del Código Civil, limitándose solamente a valorar los términos y condiciones.
6. La Comisión de Protección al Consumidor efectuó un análisis exhaustivo sobre la relación de los hechos y una adecuada valoración de los medios de prueba, pudiendo determinar la infracción al deber de idoneidad, identificando la aplicación de las normas del Código Civil en cuanto a la naturaleza del contrato y su perfección en el presente caso.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boulangger, L. (2015). *La naturaleza no indemnizatoria de la medidas correctivas y su régimen jurídico en el derecho administrativo peruano. Especial referencia al Código de protección y defensa del consumidor*. Piura: Universidad de Piura.
- Bullard, A. (2011). ¿Es el consumidor un idota? El falso dilema entre el consumidor razonable y el consumidor ordinario. *Ensayos sobre Protección al Consumidor*, 185.
- Carreras Schabauer, N. (2011). Medidas de policia administrativa y régimen jurídico del servicio público: uso de las medidas correctivas. *Revista de Derecho Pucp*, 67.
- Laurente, J. (30 de julio de 2020). Conoce las sanciones para las empresas que no cumplen con sus despachos. *Andina*, pág. 1.
- Morales Godo, J. (2014). Aclaración y corrección de Resoluciones Judiciales. *Revista de la maestría en derecho procesal, Universidad de San Marcos*, 47-78.
- Morales, A. (2008). *Temas de Protección al Consumidor y Buenas Prácticas de Mercado. Asimetría informativa*. Lima: Asesorandina Publicaciones.
- Obando Blanco, V. (2013). *La valoración de la prueba*. Obtenido de <https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/ef2060804f0af4a6ad22bdcae6e06e52/Basada+en+la+l%C3%B3gica%2C+la+sana+critica%2C+la+experiencia+y+el+proceso+civil.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ef2060804f0af4a6ad22bdcae6e06e52>
- Rodríguez García, G. (2014). El apogeo y decadencia del deber de idoneidad en la peruana de proteccion al consumidor. *Themis* 65, 304.
- Rojas Klauer, C. (2012). El alcance del deber de información en materia de protección al consumidor: un replanteamiento desde el derecho y economía conductual y el neuromarketing. *Themis*, 65-79.
- Salas Valderrama, R. (2010). Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado. *Foro Jurídico*, 189.
- Sentencia del Tribunal Constitucional, EXP. N.º 02126-2013-PA/TC (21 de enero de 2014).

VI. ANEXOS

- Resolución Final de la Comisión de Protección al Consumidor (Segunda Instancia).

**RESOLUCION FINAL DE LA
COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL
CONSUMIDOR (SEGUNDA
INSTANCIA)**



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Nº 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE Nº 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE Nº 353-2017/CC2-APELACION)

Evento sesenta y dos

RESOLUCIÓN FINAL Nº 973-2018/CC2

PROCEDENCIA : ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN CONSUMIDOR Nº 3 (OPS) AL00162

DENUNCIANTE : [REDACTED]

DENUNCIADO : TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A. (RIPLEY)

MATERIAS : PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
IDONEIDAD

ACTIVIDAD : VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN ALMACENES NO ESPECIALIZADOS

Lima, 07 de mayo de 2018

ANTECEDENTES

- Mediante escrito de fecha 13 de diciembre de 2016, el [REDACTED] denunció a Ripley¹ ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor Nº 3 (en adelante, el OPS) por presunta infracción a la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor² (en adelante, el Código).
- Mediante Resolución Nº 1 del 16 de febrero de 2017, el OPS dispuso lo siguiente:

"SEGUNDO: Iniciar el procedimiento administrativo sancionador a Tiendas por Departamento Ripley S.A. por presunta infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto que:

- No habría cumplido con entregar al [REDACTED] el televisor Sharp Smart 70" adquirido a través de su página web el 19 de octubre de 2016, toda vez que su compra habría sido anulada por no contar con stock disponible;
- no habría cumplido con retirar la publicación de la página web respecto de la oferta del televisor Sharp Smart 70" a pesar de tener conocimiento que no contaban con stock disponible del producto promocionado;
- habría modificado los términos y condiciones puestos en conocimiento del [REDACTED] el día 19 de octubre de 2016, en tanto que:
 - Antes Ripley señalaba que se reservaba el derecho a modificar cualquier información contenida en el sitio; sin embargo actualmente indica que se reserva el derecho de actualizar y/o modificar los términos y condiciones en cualquier momento, sin previo aviso;

¹ R.U.C. Nº 20337564373

² LEY Nº 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, publicado el 2 de septiembre de 2010 en el Diario Oficial El Peruano. Dicho código será aplicable a los supuestos de infracción que se configuren a partir del 2 de octubre de 2010, fecha en la cual entró en vigencia el mismo.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Ciento sesenta y tres

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

- Antes Ripley señalaba que el stock mínimo por oferta disponible era de 3 unidades; sin embargo, actualmente no señala el número de stock mínimo disponible; y,
- Antes Ripley señalaba que todas las compras con retiro en tienda pasarían por un proceso de validación interna; sin embargo, actualmente indica que dichas compras pasarán por un proceso de validación de stock.

000163

(iv) No habría cumplido con efectuar oportunamente la devolución del importe cancelado por el producto materia de denuncia, toda vez que recién habría realizado la devolución del dinero a los 25 días hábiles de anulada la compra.

(...)"

3. El 8 de marzo de 2017, Ripley presentó su escrito de descargos respecto a los hechos denunciados.
4. El 31 de marzo de 2017, el [REDACTED] presentó un escrito absolviendo los descargos presentados por Ripley.
5. Mediante Resolución Final N° 542-2017/PS3 del 31 de mayo de 2017, el OPS resolvió lo siguiente:
 - (i) Archivar el procedimiento iniciado contra Ripley, por presunto incumplimiento de lo establecido en el artículo 2 del Código; en tanto, no existen medios probatorios o indicios que generen verosimilitud respecto al hecho denunciado;
 - (ii) archivar el procedimiento iniciado contra Ripley por presunto incumplimiento a lo establecido en el artículo 19 del Código, en los extremos referidos a:
 - incumplimiento en la entrega del televisor, en tanto, no se confirmó la solicitud de compra;
 - no haber cumplido con retirar la publicidad de la promoción que ofertaba el televisor, en tanto no existen medios probatorios que generen verosimilitud respecto al hechos denunciado; y,
 - haber modificado los términos y condiciones vigentes al momento de la adquisición del televisor; en tanto, dichas modificaciones no fueron aplicables a la compra del señor [REDACTED]
 - (iii) sancionar a Ripley con Amonestación por infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código al haberse acreditado que no cumplió con efectuar la devolución oportuna del monto cancelado por el [REDACTED] por la compra del televisor de marca Sharp;
 - (iv) denegó las medidas correctivas solicitadas por el [REDACTED];
 - (v) condenó a Ripley al pago de costas y costos;
 - (vi) disponer la inscripción de Ripley en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi.

2

M-CPC-05/01



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

Ciento sesenta y cuatro

6. El 23 de junio de 2017, Ripley presentó un escrito comunicando que realizó el pago de las costas a favor del [REDACTED] 010164
7. El 5 de julio de 2017, el [REDACTED] presentó un escrito de apelación señalando lo siguiente:
- (i) Al momento de finalizar el proceso de compra en "Ripley.com" se recibió el correo electrónico convalidándose así la confirmación de la compra realizada, de acuerdo a los términos y condiciones de la denunciada;
 - (ii) el OPS, en un procedimiento anterior, mediante Resolución N° 306-2015/PS3 resolvió sancionar a Ripley por la anulación unilateral de una compra, en tanto consideró que "la aceptación del pago por el producto convalida la confirmación de la compra, más allá de la omisión del envío de un correo de confirmación por la compra del producto (...);
 - (iii) el OPS no consideró que todos los productos ofrecidos contaban con un stock de 3 unidades;
 - (iv) el segundo correo que según el OPS es para la confirmación de la compra, en realidad corresponde a la confirmación del retiro del producto;
 - (v) finalmente cuestionó la multa interpuesta por el OPS en tanto señaló que dicho Órgano no tomó en consideración los criterios de daño resultante, efectos generados en el mercado y que es un infractor reincidente.
8. El 21 de septiembre de 2017, Ripley presentó un escrito absolviendo la apelación del [REDACTED] donde señaló lo siguiente:
- (i) La compra del [REDACTED] no llegó a concretarse, en tanto, no contaba con el stock disponible;
 - (ii) el [REDACTED] no recibió el televisor porque no superó el proceso de validación de compra, de acuerdo a lo establecido en los términos y condiciones de la web de Ripley los mismos que eran de conocimiento del denunciante;
 - (iii) el correo que recibió el [REDACTED] hace referencia a las características del producto mas no a la aceptación y finalización del proceso de compra, por lo cual de acuerdo a los términos y condiciones en caso de no aprobarse el proceso de validación se efectuaría la devolución del dinero;
 - (iv) comunicó a la brevedad que el proceso de compra no concluyó de manera exitosa;
 - (v) los términos y condiciones de Ripley se encuentran disponibles sin necesidad de realizar compra alguna.

CUESTIÓN PREVIA

De la apelación de la multa por parte del [REDACTED]

3

M-CPC-05/01

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prusa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf.: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Nº 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE Nº 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE Nº 353-2017/CC2-APELACION)

Ciento sesenta y cinco

9. En su apelación, el [REDACTED] cuestionó la sanción interpuesta por el OPS a Ripley, en tanto, señaló que dicho Órgano no tomó en consideración los criterios de graduación ni la calidad de infractor reincidente de la denunciada. 010165
10. La multa o amonestación, como sanciones administrativas, persiguen una finalidad pública por parte del Estado, que es desincentivar conductas ilícitas, razón por la cual no admite como motivación posible un afán retributivo a favor del particular interesado. En tal sentido, es la propia Administración Pública la encargada de establecer la procedencia y naturaleza de la sanción a imponer, así como la cuantía, de ser el caso, de modo tal que cumpla con los fines públicos antes citados.
11. En dicha línea de desarrollo, el artículo 5.2.2 de la Directiva Nº 005-2017/DIR-COD-INDECOPÍ, "Directiva que regula el procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor previsto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor", indica expresamente que no procede la apelación del denunciante respecto de la cuantía de la sanción impuesta por el OPS.
12. Bajo tales premisas, corresponde declarar improcedente este extremo de la apelación del [REDACTED]

ANÁLISIS

MATERIA DE ANÁLISIS

13. En el presente caso será materia de pronunciamiento el extremo apelado por el [REDACTED] respecto al archivo del procedimiento iniciado contra Ripley por presunta infracción al artículo 19 en tanto habría incumplido con entregar el televisor marca Sharp adquirido a través de su página web.
14. En ese sentido, los demás extremos analizados por el órgano de primera instancia no serán materia de análisis en la presente resolución; por lo que han quedado consentidos.

Del deber de idoneidad

15. En la medida que todo proveedor ofrece una garantía respecto de la idoneidad de los bienes y servicios que ofrece en el mercado, en función de la información transmitida expresa o tácitamente, para acreditar la infracción administrativa el consumidor, o la autoridad administrativa, debe probar la existencia del defecto, y será el proveedor el que tendrá que demostrar que dicho efecto no le es imputable para ser eximido de responsabilidad. La acreditación del defecto origina la presunción de responsabilidad del proveedor, pero esta presunción puede ser desvirtuada por el propio proveedor³.

³ LEY Nº 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PSS
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

ciento sesenta y seis

000166

16. En efecto, una vez que se ha aprobado el defecto, sea con los medios probatorios presentados por el consumidor o por los aportados de oficio por la Secretaría Técnica, si el proveedor pretende ser eximido de responsabilidad, deberá aportar pruebas que acrediten la factura del nexo causal⁴.

Sobre el deber de idoneidad en el comercio electrónico

17. El comercio electrónico (o en su denominación en inglés, *e-commerce*) comprende a aquél conjunto de actividades económicas lucrativas realizadas a través de redes informáticas por métodos específicamente diseñados para la oferta y recepción de pedidos de bienes o servicios⁵. En ese sentido, el comercio electrónico comprende *"no solamente las ventas o adquisiciones que el empresario y el usuario realizan a través de internet, sino que engloba todas las fases del negocio empresarial, siempre que éstas se realicen a través de la red"*⁶, tales como, las actividades de marketing y de publicidad.

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.

Artículo 19.- Obligación de los proveedores.-El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y éstos, así como por el contenido y la vida útil del producto indicado en el envase, en lo que corresponda.

TEXTO ÚNICO ORDENADO DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL

Artículo 196°.- Carga de la prueba.-Salvo disposición legal diferente, la carga de probar corresponde a quien afirma hechos que configuran su pretensión, o a quien los contradice alegando nuevos hechos.

⁵ Secretaría de la Organización Mundial del Comercio, "El comercio electrónico en los países en desarrollo, Oportunidades y retos para las pequeñas y medianas empresas", Organización Mundial del Comercio, Ginebra, 2013, pp.1-2

Anteriormente, dicho organismo consideró que el comercio electrónico comprendía "la producción, distribución, comercialización, venta y entrega de bienes y servicios por medios electrónicos". Definición obtenida del punto 3 del párrafo 1 del Programa de Trabajo de la Organización Mundial de Comercio, adoptado por el Consejo General el 25 de septiembre de 1998. En: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/wkprog_s.htm

⁶ Millé, Antonio, "Impacto del comercio electrónico sobre la propiedad intelectual", Conferencia en VII Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática, Montevideo, 4 a 8 de mayo de 1998. Citado por Burgos Puyo, Andrea, "El consumidor y los contratos en internet", Universidad Externado de Colombia, Colombia, 2007, pp. 19.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/GC2-APELACION)

ciento sesenta y siete

000167

18. De acuerdo a la definición indicada, las transacciones de comercio electrónico son aquellas elaboradas a través de la contratación electrónica denominada también contratación con medios electrónicos; por lo que, en dichos supuestos, la oferta y el pedido del bien o servicio deben necesariamente haber sido efectuados a través de la internet en formatos o sitios virtuales acondicionados para ello, no siendo necesario que el pago y la entrega o prestación final de los bienes o servicios se realicen en línea.
19. El comercio electrónico⁷ puede ser efectuado entre empresas y Estados en cuyo caso recibe el nombre de "Business to Administration" (B2A); entre empresas, denominándose "Business to Business" (B2B); y, entre proveedores y consumidores, bajo la mención "Business to Consumer" (B2C). En este mercado B2C⁸, se pueden encontrar diversos métodos o tipos de negociación de e-commerce, tales como: la tienda virtual, es un sitio virtual en el cual se ofrece la adquisición de productos y servicios; el centro comercial virtual ("e-mall"), es un sitio virtual que aloja varias tiendas virtuales; las cuponerías (denominado modelo descuento o ganga), son aquellos en los cuales se ofertan productos a precio de coste o con descuentos; los marketplace, es un modelo en el cual, a través de un sitio virtual, diversos proveedores y consumidores se relacionan libremente con la finalidad de comprar o vender productos; la extranet, es una red privada creada por el proveedor con la finalidad de compartir de forma segura información de negocios y operaciones con proveedores; entre otros.
20. En la última década, el comercio electrónico ha tenido un gran desarrollo, principalmente debido al avance de las redes informáticas y de su calidad de contratación propia de la era globalizada, reduciendo los costos de transacción del comercio tradicional al eliminar la figura del intermediario, y permitiendo que consumidores y proveedores de zonas alejadas superen obstáculos logísticos y geográficos. En resumidas cuentas, la importancia del comercio electrónico radica en su utilidad para dinamizar la economía agilizando el intercambio de bienes y servicios.

⁷ Además, dentro del comercio electrónico, se diferencian aquellas transacciones que requieren del envío del producto a través del servicio postal (comercio electrónico indirecto), de aquellos casos en los que los productos o servicios son remitidos por vía electrónica (comercio electrónico directo), tales como, el envío virtual de programas de computadoras, música, videos, servicio de ingeniería, libros virtuales, entre otros. En VEGA MERE, Yuri, "Encienda su computadora y compre: consumidor e Internet", En Ius et Veritas, Revista Editada por estudiantes de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Año 14, N° 29, pp.223.

⁸ SEOANE, Eloy, "La Nueva Era del Comercio: El Comercio Electrónico, Las Tic's Al Servicio De La Gestión Empresarial", Ideas Propias, España, 2005, pp. 120-122.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

ciento sesenta y ocho

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

21. Sin embargo, su uso y expansión requieren un elevado nivel de confianza por parte de todos sujetos involucrados⁹, y en el caso particular del mercado B2C, principalmente la confianza del consumidor¹⁰.
22. En el mercado B2C, como en el comercio tradicional, la relación de consumo se encuentra constituida por un consumidor, un proveedor, y un bien o servicio; sin embargo, la naturaleza electrónica de esta contratación determina una situación particular en el consumidor, debido principalmente a que éste *"[respecto del producto adquirido] sólo ha tenido frente a sí imágenes. El producto, para él, es una realidad virtual; ha carecido de la posibilidad de mirar el bien, de probarlo, de negociar las condiciones de adquisición (...), consume desde el ordenador de su casa sin desplazarse por ningún mundo de tres dimensiones"*.
23. En efecto, a diferencia del comercio tradicional, en el comercio electrónico el consumidor no se lleva el producto adquirido, sino que el proveedor asume la obligación de entregárselo; por lo que, en sede nacional se ha señalado que *"para que el sistema funcione es necesario que el cliente confíe en que el producto le llegará"*¹¹.

000168

⁹ Documento de Trabajo preparado la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), titulado "Recomendación del Consejo de la OCDE relativa a los Lineamientos para la Protección al Consumidor en el contexto del comercio electrónico".

¹⁰ En: Burgos Puyo, Andrea, "El consumidor y los contratos en internet", Universidad Externado de Colombia, Colombia, 2007, pp. 57-58, se señaló: *"Aun cuando el desarrollo del comercio electrónico se fortalece constantemente, una de las grandes preocupaciones de quienes encuentran en él un medio ideal de expansión se halla en el lento crecimiento de las relaciones empresa-consumidor frente a un mercado ampliamente fortalecido del comercio electrónico entre empresas. Se indagan entonces las dificultades de dicho crecimiento y se observa que, en la mayoría de los casos, la causa fundamental se encuentra en la limitada confianza del consumidor en internet como medio para la adquisición de bienes y servicios. Al consumidor le preocupa, al negociar en internet, recibir un bien que no fue adquirido; recibir un bien con una calidad inferior o características distintas a las mencionadas por el proveedor en la página web; recibir un bien con desperfectos; no recibir el bien; recibir el bien adquirido y con las características previstas, pero con un precio abultado o con recargos que no fueron previamente advertidos al consumidor; recibir un bien sin las garantías que amparen el buen funcionamiento del mismo durante un período determinado. Adicionalmente, el consumidor tiene dudas a la hora del uso de informaciones que puedan ser usadas fraudulentamente, como en el caso de suministrar los datos de su tarjeta de crédito, o de verse sometido al abuso de su privacidad, con el otorgamiento de su información personal a terceros"*.

¹¹ En: Matute, Genaro; Cuervo, Sergio; Salazar, Sandra; Santos, Blanca, "Del consumidor convencional al consumidor digital: El caso de las tiendas por departamento", Esan Ediciones, Lima, 2012, pp. 30, se señaló lo siguiente: *"Además, se indicó lo siguiente: "El comercio electrónico, como cualquier tipo de comercio, apunta a vender un producto a los clientes, con la diferencia de que en el mercado tradicional el cliente se lleva el producto, mientras que en el comercio electrónico es el propio vendedor el que ha de hacérselo llegar; por eso tiene especial relevancia la logística. Esto significa que el cliente compra el producto y el vendedor se encarga de que le llegue lo antes posible, en perfectas condiciones y con el mínimo costo; lo que obliga a que las empresas dedicadas al comercio B2C y B2B diseñen procedimientos eficientes de entrega de pedidos, para lo cual deben disponer de departamentos de logística o contratar la logística de entrega a un proveedor externo. Para que el sistema funcione es necesario que el cliente confíe en que el producto le llegará"*.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

extremo sesenta y nueve

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

24. En dicho contexto, y en el marco de los principios de buena fe, de confianza, lealtad, y transparencia, un consumidor acude a las redes informáticas para la adquisición de un bien o servicio con la fundada expectativa de que los proveedores en *e-commerce* brinden cumplimiento a lo establecido en el Código, esto es, que cumplan con su deber de información en las etapas previas y posteriores a la celebración del contrato¹², y con su deber de idoneidad del bien o servicio, deber que se compone principalmente por la obligación del proveedor de cumplir las prestaciones contratadas¹³ en el plazo y modo previstos.
25. En el presente caso, el [REDACTED] denunció a Ripley, en tanto no cumplió con la entrega del televisor de 70" que adquirió a través de su página web, toda vez que anuló la compra por no contar con stock.
26. En primera instancia, el OPS archivó el presente extremo en tanto de acuerdo a los términos y condiciones aceptados por el señor Gómez no se terminó de confirmar la compra del televisor marca Sharp.
27. Sobre el particular, obran en el expediente copia de los siguientes medios probatorios:
- (i) Captura de pantalla del proceso de compra para la opción de retiro en tienda;
 - (ii) Reporte del estado de cuenta del Banco Scotiabank del mes de octubre de titularidad del s [REDACTED] donde se visualiza el débito por la compra del televisor materia de denuncia;
 - (iii) correo electrónico del 19 de octubre de 2016 a las 14:06 horas, mediante el cual Ripley informa al [REDACTED] que recibió su solicitud de compra;
 - (iv) correo electrónico del 19 de octubre de 2016 a las 14:30 horas, mediante el cual Ripley le informó al [REDACTED] que su solicitud de compra no pasó el proceso de validación;
 - (v) captura de pantalla de los términos y condiciones vigentes al momento de la compra del televisor materia de denuncia.
28. En atención a los medios probatorios antes mencionados, se advierte que el 19 de octubre de 2016, el [REDACTED] inició un proceso de compra en la página web de Ripley, bajo la modalidad de entrega en tienda.

¹² COTINO HUESO, Lorenzo, "Consumidores y usuarios ante las nuevas tecnologías", Tirant Lo Blanch, Valencia, 2008, pp. 62 y 63.

¹³ Es pertinente indicar que, dependiendo del tipo de negociación de comercio electrónico, las obligaciones de información, de entrega del producto, y de idoneidad, pueden recaer en diversos agentes de dicha contratación (el titular del sitio virtual, el proveedor, el productor, el prestador del servicio, entre otros).

Ciento setenta



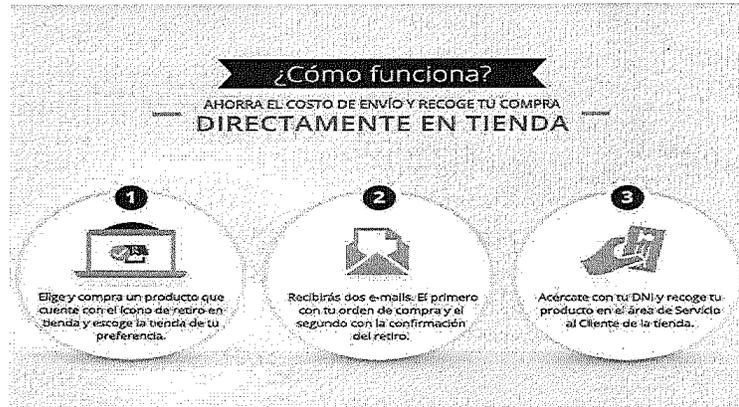
PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PSS
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

29. Asimismo, de acuerdo al estado de cuenta del mes de octubre del señor [REDACTED] se advierte que Ripley procedió a realizar un cargo por la suma de S/ 3 499,00 en atención a la solicitud de compra del denunciante. 0170
30. Por otro lado, de la revisión del correo electrónico remitido por Ripley al señor [REDACTED] día 19 de octubre de 2016, se advierte que le informó que recibió su solicitud de compra, detallándole a además las características del producto adquirido e indicándole que se le enviaría un mail cuando se orden se encuentre lista para ser retirada en tienda.
31. Posteriormente el mismo día, Ripley envió un siguiente correo en el cual le informó al [REDACTED] que su solicitud de compra no pasó el proceso de validación, por lo cual procedería a la anulación de su pedido y el abono de su tarjeta de acuerdo a los términos y condiciones informados al momento de la compra.
32. La captura de pantalla del gráfico del proceso de retiro en tienda, indica que luego de elegido el producto y escogida la tienda para retirarlo, el cliente deberá recibir dos correos electrónicos, siendo el segundo la confirmación del retiro, de acuerdo al siguiente esquema:



- 27 Por otro lado, se advierten los siguientes términos y condiciones para el proceso de compra:

"17. Funcionamiento de retiro en tienda

Retiro en tienda es una modalidad que permite comprar en internet y elegir las tiendas de

9

M-CPC-05/01

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Callé De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf.: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Ciento setenta y uno



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2011/CG2-APELACION)

Ripley como lugar de retiro o entrega del producto (siempre y cuando la tienda se encuentre habilitada con dicha modalidad). Al finalizar el proceso de compra en Ripley.com, todos los clientes recibirán un email con todos los productos que solicitaron en su compra. Todas las compras con retiro en tienda pasarán un proceso de validación interno, si el proceso es satisfactorio los clientes recibirán inmediatamente un email indicando que ya pueden retirar su pedido en la tienda seleccionada. De no pasar el proceso de validación Ripley devolverá el dinero de la compra al medio de pago elegido por el cliente. Los clientes tienen la obligación de otorgar en todo momento una cuenta de correo habilitada y confiable dado que Ripley brindará todas las instrucciones vía email.

(...) (SIC)"

[El Subrayado es nuestro]

33. Sin embargo, sobre el particular, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 1373 y 1374 del Código Civil, se establece que el contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente, siendo que en el caso de la contratación entre ausentes efectuada a través de medios electrónicos, se presume la recepción de las declaraciones contractuales cuando el remitente recibe el acuse de recibo.
34. Si bien, no obra en el expediente información correspondiente a la confirmación del mencionado pedido por parte de la denunciada, el hecho de que Ripley haya realizado el débito de la compra en la tarjeta del [REDACTED] es motivo suficiente para concluir que dicha etapa se llevó a cabo.
35. Es de precisar que, de acuerdo con el ordenamiento jurídico nacional, los proveedores de bienes y servicios no se encuentran facultados a resolver o suspender unilateralmente los contratos de consumo que celebran - salvo en los supuestos de cumplimiento de normas legales distintas o normas prudenciales emitidas por la autoridad competente - tal es así que este tipo de disposiciones constituyen cláusulas abusivas de ineficacia absoluta que no resultan oponibles a los consumidores de acuerdo con el artículo 50° del Código.
36. En ese sentido, Ripley se encontraba obligada a efectuar la entrega del producto al denunciante; por lo que, no podía alegar que no se concluyó el proceso de compra o que no contaba con stock.
37. Además, es de indicar que los proveedores en *e-commerce* deben cumplir lo establecido en el Código, esto es, el deber de información en las etapas previas y posteriores a la celebración del contrato, y el deber de idoneidad del bien o servicio, deber que se compone principalmente por la obligación del proveedor de cumplir las prestaciones contratadas.
38. Por ello, los proveedores que incursionen en el comercio virtual, deberían implementar la logística necesaria que permita que el consumidor acceda a toda la información relevante del producto o servicio a ser adquirido, entre ellos, la referida a las condiciones de la compra, siendo que dicho deber de

10

M-CPC-05/01

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Tel.: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Nº 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE Nº 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE Nº 353-2017/CC2-APELACION)

Ciento setenta y dos

diligencia se justifica en la necesidad de impedir que las expectativas del consumidor, resulten dañadas. 0172

39. En ese sentido, la supuesta falta de stock por parte de Ripley, no podría invalidar la compra que se efectuó, en tanto constituye una circunstancia de exclusiva responsabilidad del proveedor denunciado, y evidencia una falta de diligencia por parte del mismo en su deber de información a los consumidores en el mercado B2C.
40. En ese sentido, este Colegiado considera que, en el presente caso, se concretó una transacción entre las partes, en atención a lo señalado en el ordenamiento jurídico y siendo que, dentro del expediente, no obra medio de prueba que acredite la entrega del producto en cuestión, que lo exima del cumplimiento de los términos de su oferta, corresponde declara responsable a Ripley por el hecho denunciado.
41. Por las consideraciones expuestas, corresponde revocar la Resolución Nº 542-2017/PS3 del 31 de mayo de 2017, que archivó el procedimiento contra Ripley, y reformándola, corresponde declarar responsable a dicho proveedor en tanto se determinó que incurrió en una infracción a lo establecido en el artículo 19 del Código, al haber anulado la compra del [REDACTED] de un televisor Sharp Smart 70".

De la medida correctiva de la infracción verificada en segunda instancia administrativa

42. Los artículos 114º, 115º y 116º del Código¹⁴ establecen la facultad que tiene la Comisión para, actuando de oficio o a pedido de parte, adoptar las medidas

¹⁴ LEY Nº 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Artículo 114º.- Medidas correctivas

Sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda al proveedor por una infracción al presente Código, el Indecopi puede dictar, en calidad de mandatos, medidas correctivas reparadoras y complementarias.

Las medidas correctivas reparadoras pueden dictarse a pedido de parte o de oficio, siempre y cuando sean expresamente informadas sobre esa posibilidad en la notificación de cargo al proveedor por la autoridad encargada del procedimiento.

Las medidas correctivas complementarias pueden dictarse de oficio o a pedido de parte.

Artículo 115º.- Medidas correctivas reparadoras

115.1 Las medidas correctivas reparadoras tienen el objeto de resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior. En caso el órgano resolutorio dicte una o varias medidas correctivas, debe considerar lo acordado por las partes durante la relación de consumo. (...)

Artículo 116º.- Medidas correctivas complementarias



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

Ciento setenta y tres

correctivas reparadoras que tengan por finalidad resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al consumidor por la infracción administrativa a su estado anterior y medidas correctivas complementarias que tienen por objeto revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente en el futuro. 0110173

43. En el presente caso, ha quedado acreditado que Ripley no cumplió con entregarle al [REDACTED] el televisor materia de denuncia adquirido por medio de su página web.
44. En su denuncia, el [REDACTED] solicitó como medida correctiva la entrega del televisor materia de denuncia.
45. En tanto ha quedado verificado que Ripley no cumplió con entregar el televisor comprado por el [REDACTED] este Colegiado considera que, a fin de revertir la conducta infractora corresponde ordenar a la denunciada, en calidad de medida correctiva, que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con entregar al [REDACTED] el televisor que adquirió mediante su página web, o en su defecto uno de similares características. Ello, previo pago por parte del denunciante del valor del producto (S/ 3 499,00).
46. Asimismo, este Colegiado considera que corresponde ordenar a Ripley en calidad de medida correctiva complementaria que, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con corregir su sistema para que, al realizarse una compra mediante su página web, efectúe primero la validación del stock; y posteriormente, realice el cobro al consumidor.
47. De incumplirse la medida correctiva ordenadas por la Comisión, el señor [REDACTED] deberá remitir un escrito al Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3 del Indecopi (en adelante, el OPS N° 3) comunicando el hecho, conforme a lo dispuesto en el artículo 125 del Código¹⁵, vigente desde el 2 de octubre de 2010. Si el OPS N° 3 verifica el incumplimiento podrá imponer a la denunciada una sanción.

Las medidas correctivas complementarias tienen el objeto de revertir los efectos de la conducta infractora o evitar que esta se produzca nuevamente en el futuro (...)

¹⁵ LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 125°. Competencia de los órganos resolutivos de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor

(...)

Asimismo, es competente para conocer, en primera instancia, denuncias por incumplimiento de medida correctiva, incumplimiento de acuerdo conciliatorio e incumplimiento y liquidación de costas y costos. No puede conocer denuncias que involucren reclamos por productos o sustancias peligrosas, actos de

M-CPC-05/01



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/P/S3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

Ciento setenta y cuatro

00174

De la sanción de la infracción verificada en segunda instancia administrativa

48. Habiéndose verificado la existencia de la infracción administrativa, referido a la falta de entrega del producto adquirido por el [REDACTED] en la página web de Ripley, corresponde determinar a continuación la sanción a imponer. Para proceder a su graduación, deben aplicarse de manera preferente los criterios previstos en el Código y de manera supletoria los criterios contemplados en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
49. El artículo 112 del Código establece que, para determinar la gravedad de la infracción, la autoridad administrativa podrá tomar en consideración diversos criterios tales como: (i) el beneficio ilícito esperado u obtenido, (ii) la probabilidad de detección de la infracción, entre otros¹⁶.
50. Dentro del presente procedimiento se ha podido acreditar que Ripley no brindó un servicio idóneo, toda vez que luego de haber realizado el débito de la tarjeta del [REDACTED], anuló la compra realizada y no cumplió con entregarle el producto adquirido. En este caso, para graduar la sanción a imponer deben tomarse en consideración los siguientes aspectos:
- (i) **Beneficio ilícito:** El beneficio obtenido por Ripley está constituido por el valor del producto cancelado por el denunciante, ascendente a S/ 3 499,00, el mismo que fue reembolsado varios días después.
 - (ii) **Perjuicio generado al consumidor:** La conducta infractora generó en el [REDACTED] un perjuicio de naturaleza patrimonial en la medida que

discriminación o trato diferenciado, servicios médicos, actos que afecten intereses colectivos o difusos y los que versen sobre productos o servicios cuya estimación patrimonial supera tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o son inapreciables en dinero.

¹⁶ LEY 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 112° Criterios de graduación de las sanciones administrativas. Al graduar la sanción, el órgano resolutorio puede tener en consideración los siguientes criterios:

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
2. La probabilidad de detección de la infracción.
3. El daño resultante de la infracción.
4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar.

(...)"



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

Cientos setenta y cinco

no pudo disponer del producto adquirido ni de la suma que le fue retenida por Ripley en un lapso de tiempo. Por tanto, se produjo además desconfianza respecto de los proveedores del sector, pues podría asumir que no cumplirán con la entrega del producto adquirido por página web. 0175

(iii) **Probabilidad de detección de la infracción:** para detectar la infracción a las normas de protección al consumidor en la que venía incurriendo Ripley, un consumidor tuvo que verse afectado; siendo que, de no haber acudido el [REDACTED] ante esta autoridad administrativa a denunciar el hecho, no hubiera podido tomar conocimiento de la infracción y poder así cautelar los derechos del interesado, por lo que tiene una probabilidad de detección relativamente baja.

51. Es pertinente indicar, que de acuerdo a lo establecido en el artículo 110° del Código, la Comisión tiene la facultad de imponer sanciones por infracciones administrativas, considerándose desde amonestación hasta una multa de 450 Unidades Impositivas Tributarias.
52. En este sentido, para el presente caso, en aplicación de los criterios de graduación antes detallados, así como los de razonabilidad y proporcionalidad, la Comisión considera que, corresponde sancionar a Ripley con una multa de 0.50 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Sobre el pago de costas y costos del procedimiento

53. El artículo 7 del Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del INDECOPI¹⁷ dispone que es potestad de la autoridad

¹⁷ DECRETO LEGISLATIVO N° 807, LEY SOBRE FACULTADES, NORMAS Y ORGANIZACIÓN DEL INDECOPI

Artículo modificado por el Artículo 3 de la Ley N° 30056, publicada el 02 julio 2013, cuyo texto es el siguiente:

Artículo 7°.- Pago de costas y costos.- En cualquier procedimiento contencioso seguido ante el INDECOPI, la comisión o dirección competente, además de imponer la sanción que corresponda, puede ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y costos del proceso en que haya incurrido el denunciante o el INDECOPI. En los procedimientos seguidos de parte ante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, se podrá ordenar el pago de costas y costos a la entidad que haya obtenido un pronunciamiento desfavorable.

En caso de incumplimiento de la orden de pago de costas y costos del proceso, cualquier comisión o dirección del INDECOPI puede aplicar las multas de acuerdo a los criterios previstos en el artículo 118 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Quien a sabiendas de la falsedad de la imputación o de la ausencia de motivo razonable denuncie a alguna persona natural o jurídica, atribuyéndole una infracción sancionable por cualquier órgano funcional del INDECOPI, será sancionado con una multa de hasta cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) mediante resolución debidamente motivada. La sanción administrativa se aplica sin perjuicio de la sanción penal o de la indemnización por daños y perjuicios que corresponda.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Ciento setenta y seis

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

ordenar el pago de los costos y costas en que hubiera incurrido el interesado o el Indecopi.

000176

54. En ese sentido, una vez que se ponga fin a la instancia administrativa, el interesado podrá solicitar el reembolso de los montos adicionales en que hubiese incurrido para la tramitación del presente procedimiento, para lo cual deberá presentar una solicitud de liquidación de costos, cuya evaluación estará a cargo del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos competente.
55. En ese sentido, al haberse verificado la infracción al artículo 19 del Código correspondiente a que Ripley no cumplió con entregar el [REDACTED], el producto que adquirió mediante su página web, pese a que realizó el débito respectivo, corresponde ordenar al denunciado que asuma el pago de costas y costos incurridos durante la tramitación del presente procedimiento, disponiendo que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con el pago de las costas ascendentes a S/ 36,00, sin perjuicio de su derecho de solicitar la liquidación de costos una vez concluida la instancia administrativa.
56. Por tanto, condenar Ripley al pago de costas y costos del presente procedimiento.

Sobre la inscripción en el Registro de Infracciones y Sanciones de Indecopi

57. El artículo 119 del Código, establece que el Indecopi lleva un registro de infracciones y sanciones a las disposiciones de la referida norma con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución¹⁸.
58. En razón a lo expuesto, al haberse verificado infracción al artículo 19 del Código correspondiente a que, Ripley no cumplió con entregar al señor [REDACTED] televisor que adquirió mediante página web, pese a que le débito de su tarjeta el valor del producto, se debe disponer la inscripción del denunciado en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi.

¹⁸ LEY N° 29571, CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR.
 Artículo 119°.- Registro de infracciones y sanciones.- El Indecopi lleva un registro de infracciones y sanciones a las disposiciones del presente Código con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución.
 La información del registro es de acceso público y gratuito.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Nº 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE Nº 2003-2016/PS3
(EXPEDIENTE Nº 353-2017/CC2-APELACION)

caso de setenta y siete

59. Por tanto, corresponde ordenar la inscripción de Ripley en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi.

0177

SE RESUELVE:

PRIMERO: Revocar la Resolución Final Nº 542-2017/PS3 del 31 de mayo de 2017, emitida por el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor Nº 3, en el extremo que dispuso archivar la denuncia presentada por del señor [REDACTED] contra Ripley Perú S.A. y, reformándola, declarar responsable administrativamente a la denunciada, por infracción al artículo 19º de la Ley Nº 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto quedó acreditado que no cumplió con entregar al denunciante el televisor Sharp Smart 70" pese a que le debitó de su tarjeta el valor de dicho producto.

SEGUNDO: Ordenar a Ripley Perú S.A. en calidad de medida correctiva que, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con entregar al señor [REDACTED] un televisor Sharp Smart 70" o en su defecto un televisor de similares características. Ello, previo pago por parte del denunciante del valor del producto (S/ 3 499,00).

TERCERO: Ordenar a Ripley Perú S.A. en calidad de medida correctiva complementaria que, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con corregir su sistema para que, al realizarse una compra mediante su página web, efectúe primero la validación del stock; y posteriormente, realice el cobro al consumidor.

CUARTO: Sancionar a Ripley Perú S.A., con 0,50 Unidades Impositivas Tributarias por infracción al artículo 19º de la Ley Nº 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, respecto a la falta de idoneidad en el servicio

QUINTO: Ordenar a Ripley Perú S.A. el pago de las costas y costos del procedimiento; disponiendo que un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles contados a partir del día siguiente de la notificación de la presente Resolución, cumpla con el pago de las costas ascendente a S/ 36,00, sin perjuicio del derecho del señor [REDACTED] de solicitar la liquidación de los costos, la cual será evaluada por el Órgano Resolutivo de Procedimiento Sumarísimos competente.

SEXTO: Disponer la inscripción de Ripley Perú S.A. en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi, por infracción al artículo 19 de la Ley Nº 29571 del Código de Protección y Defensa del Consumidor referido a la falta de idoneidad en el servicio brindado.

SÉTIMO: Informar a las partes que la presente resolución tiene vigencia desde el

16

M-CPC-05/01



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2
SEDE CENTRAL
EXPEDIENTE N° 2003-2016/PSS3
(EXPEDIENTE N° 353-2017/CC2-APELACION)

*Conto setenka y
acho*

día de su notificación y agota la vía administrativa, por lo que solo puede ser cuestionada en vía de proceso contencioso administrativo ante el Poder Judicial¹⁹.

0410178

Con la intervención de los señores Comisionados: Sr. Luis Alejandro Pacheco Zevallos, Sra. Claudia Antoinette Mansen Arrieta, el Sr. Arturo Ernesto Seminario Dapello y el Sr. Tommy Deza Sandoval.

LUIS ALEJANDRO PACHECO ZEVALLOS
Presidente

¹⁹ LEY N° 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, modificada por el Decreto Legislativo N° 1308.

Artículo 125°.-

(...)

La Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi o la comisión con facultades desconcentradas en esta materia, según corresponda, constituye la segunda instancia administrativa en este procedimiento sumarísimo, que se tramita bajo las reglas establecidas por el presente subcapítulo y por la directiva que para tal efecto debe aprobar y publicar el Consejo Directivo del Indecopi.

La resolución que emita la correspondiente Comisión agota la vía administrativa y puede ser cuestionada mediante el proceso contencioso administrativo.