



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

RESOLUCIÓN FINAL N.º 084-2022/CC3

EXPEDIENTE : 054-2021/CC3
AUTORIDAD : COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
ADMINISTRADO : SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.¹
MATERIA : PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR
DEBER DE IDONEIDAD
CONTENIDO DE OFERTA, PROMOCIÓN O PUBLICIDAD
ACTIVIDAD : VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO
ESPECIALIZADOS CON PREDOMINIO DE LA VENTA DE
ALIMENTOS, BEBIDAS O TABACO

SUMILLA: *Se archiva el procedimiento administrativo sancionador iniciado en contra de Supermercados Peruanos S.A. por presunta infracción a los artículos 19 y 46 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto que existió una razón justificada para cancelar unilateralmente las compras efectuadas por los consumidores el 3 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas.*

Lima, 26 de setiembre de 2022

I. ANTECEDENTES

1. En el marco de las acciones de supervisión y fiscalización desarrolladas por la Secretaría Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3 (Secretaría Técnica), mediante Memorandum N.º 405-2018/CC3 del 20 de julio de 2017, se encargó a la Dirección de Fiscalización (DFI) supervisar a los proveedores que ofertan bienes y/o brinden servicios bajo la modalidad de comercio electrónico, a fin de verificar el cumplimiento de lo previsto en la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (Código).
2. En atención a dicha delegación de facultades y en consideración al incidente ocurrido el 3 de mayo de 2021, en el que Supermercados Peruanos S.A. (Plaza Vea) se vio involucrado en la supuesta cancelación unilateral de compras efectuadas a través de su página web, es que la DFI ejecutó una acción de supervisión orientativa² en aplicación del artículo 245.2³ del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS (TUO de la LPAG). Ello, a fin de identificar los riesgos y comunicar las alertas encontradas a fin de que el administrado mejore su gestión.
3. Dichas acciones culminaron con la emisión del Informe N.º 422-2021/DFI del 20 de agosto de 2021⁴, a raíz del cual, en atención a las conclusiones advertidas, la

¹ Supermercados Peruanos S.A. está registrado en la base de datos de la SUNAT con RUC N.º 20100070970, y con domicilio fiscal ubicado en Calle Morelli N.º 181 interior P-2, San Borja Lima. Asimismo, se encuentra registrado en la SUNARP con la partida registral 02002833 del registro de personas jurídicas de Lima.

² Es preciso indicar que la finalidad de la supervisión orientativa es instruir al administrado sobre el cumplimiento de sus obligaciones, motivo por el cual, en el presente caso, la DFI supervisó el cumplimiento del deber de idoneidad y la no inclusión de cláusulas abusivas.

³ **TUO de la LPAG**

Artículo 245.- Conclusión de la actividad de fiscalización

(...)

245.2. Las entidades procurarán realizar algunas fiscalizaciones únicamente con finalidad orientativa, esto es, de identificación de riesgos y notificación de alertas a los administrados con la finalidad de que mejoren su gestión.

⁴ El Informe N.º 422-2021/DFI del 20 de agosto de 2021 concluyó posibles incumplimientos al deber de idoneidad y la presunta inclusión de una cláusula abusiva de ineficacia absoluta en los términos y condiciones de su sitio web.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

Secretaría Técnica solicitó a la DFI, a través de correo electrónico del 17 agosto de 2021, la realización de una supervisión regular⁵ a Plaza Vea sobre los hechos referidos a la cancelación de las compras efectuadas a través de su página web el 3 de mayo de 2021. Dicha solicitud tuvo la finalidad de verificar si el administrado habría incumplido las disposiciones del Código dispuestas en el artículo 245.1⁶ del TUO de la LPAG.

4. Cabe precisar que, la referida supervisión concluyó con la emisión del Informe N.º 642-2021/DFI del 19 de octubre de 2021, en el que se recomendó el inicio de un procedimiento administrativo sancionador (PAS) en contra del administrado⁷.
5. En ese sentido, mediante Resolución N.º 1 del 25 de marzo de 2022, la Secretaría Técnica inició un PAS en contra de Plaza Vea, por presunto incumplimiento de las disposiciones contenidas Código, de acuerdo con los siguientes términos⁸:

“IV. RESOLUCIÓN DE LA SECRETARÍA TÉCNICA

PRIMERO: *Iniciar procedimiento administrativo sancionador en contra de Supermercados Peruanos S.A. a instancia de la Secretaría Técnica, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3, por presunta infracción a los artículos 19 y 46 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que no habría cumplido con los términos de la oferta publicada a través de su página de e-commerce (tienda on line), al cancelar unilateralmente las compras efectuadas por los consumidores el 03 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas.
(...)”*

6. El 11 de mayo de 2022, Plaza Vea presentó sus descargos en los que señaló lo siguiente:
 - (i) El 3 de mayo de 2021, entre las 00:00 a.m. y las 06:30 a.m., se presentaron inconvenientes en la página web www.plazavea.com.pe a causa de un error humano en la configuración de los precios de la tienda. Ello generó que los productos de su sitio web -incluidos televisores, celulares, electrodomésticos, entre otros productos de alto costo- aparecieran con el precio de S/ 34,98 si se adquirirían con la Tarjeta Oh!
 - (ii) Debido al referido error, procedió a comunicarse de manera inmediata con los consumidores afectados, a anular las operaciones, y a gestionar el reembolso del íntegro de los importes que hubieran sido pagados por los consumidores. Ello, conforme lo permiten sus términos y condiciones, así como el Código Civil.

⁵ Es oportuno mencionar que la finalidad de la supervisión regular es advertir presuntas conductas infractoras al Código realizadas por administrado a fin de verificar su responsabilidad administrativa respecto al hecho supervisado.

⁶ **TUO de la LPAG**
Artículo 245.- Conclusión de la actividad de fiscalización
(...)

245.1 Las actuaciones de fiscalización podrán concluir en:

4. La recomendación del inicio de un procedimiento con el fin de determinar las responsabilidades administrativas que correspondan.

⁷ En dicho informe se recomendó iniciar un procedimiento por la presunta vulneración de lo establecido en el artículo 18, 19 y 50 del Código.

⁸ Es oportuno mencionar que las diligencias e inspecciones que motivaron el inicio del presente procedimiento fueron desarrolladas por la Dirección de Fiscalización (Ex - Gerencia de Supervisión y Fiscalización), considerando el encargo de la función de supervisión que la Secretaría Técnica materializó mediante correo electrónico del 17 de agosto de 2021.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

- (iii) El 3 de mayo del 2021, informó a todos los consumidores afectados, mediante el correo electrónico registrado en la solicitud de compra, que su pedido no había podido ser procesado y, además, el 5 de mayo del 2021 procedió con la publicación de un comunicado explicando nuevamente lo sucedido a sus clientes.
 - (iv) Solicitó la suspensión del procedimiento en la medida que interpuso una demanda ante el Poder Judicial en contra del Indecopi a fin de que se ordene a la Comisión de Protección al Consumidor N° 3 (Comisión) abstenerse de sancionarlo y dictar una medida correctiva que le ordene la entrega a los consumidores de los productos que adquirieron, como consecuencia del error humano involuntario en la configuración de los precios consignados en su portal web el 3 de mayo de 2021.
7. El 6 de julio de 2022, la Comisión emitió la Resolución N.º 053-2022/CC3, a través de la cual denegó el pedido de suspensión del presente PAS iniciado en contra de Plaza Vea.
8. El 11 de julio de 2022, Plaza Vea presentó un escrito complementario a través del cual indicó lo siguiente:
 - (i) Los pedidos involucraron 5 839 productos cuyo valor real ascendía en total a más de S/ 12 000 000. Sin embargo, pretendieron ser adquiridos pagando un monto total menor a S/ 22,000. Asimismo, cada comprador habría buscado adquirir un promedio de nueve productos, existiendo casos en los que, por ejemplo, una sola persona buscaba adquirir 30 tablets y 21 smartphones.
 - (ii) Tratándose de una equivocación humana manifiesta y conocible por parte de los consumidores, en especial considerando que en muchos casos implicó reducciones de precios de hasta el 99% del precio real de los productos, procedió a comunicarse de manera inmediata con los consumidores, a anular las operaciones, y a gestionar el reembolso del íntegro de los importes que hubieran sido pagados.
 - (iii) De la revisión del documento denominado “Reporte sobre incidente en la plataforma VTEX”, se puede apreciar que la persona encargada de configurar los precios asignó por error la suma de S/ 34,98 a diversos productos. Sin embargo, dicho precio únicamente correspondía al producto “Leche Evaporada Gloria Sin Lactosa Paquete 6uni Lata 400g”.
 - (iv) No infringió el deber de idoneidad, en la medida que actuó conforme a los términos y condiciones pactados (en caso de existir un error en la digitación del precio se podría cancelar una compra), los cuales fueron informados a los consumidores en el momento previo a la compra; por ende, no existe discordancia entre las condiciones de la compra ofrecida y las acciones implementadas.
9. El 7 de setiembre de 2022, Plaza Vea presentó un escrito a través del cual solicitó que se le conceda el uso de la palabra a fin de exponer oralmente sus argumentos de defensa.
10. A través de la Resolución N.º 3 del 13 de setiembre de 2022, la Secretaría Técnica puso en conocimiento de Plaza Vea, el Informe Final de Instrucción N.º 052-2022/CC3-ST (IFI), en el cual se recomendó archivar el PAS, al considerar que no habría incurrido en la presunta infracción a lo establecido en los artículos 19 y 46 de Código, toda vez que existió una razón justificada al cancelar unilateralmente las



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

compras efectuadas por los consumidores el 3 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas.

11. Cabe precisar que Plaza Vea no cumplió con presentar sus descargos al IFI, a pesar de haber sido correctamente notificado en su domicilio procesal electrónico.
12. En ese sentido, corresponde a la Comisión emitir la decisión final en el PAS iniciado en contra de Plaza Vea.

II. ANÁLISIS

A. Cuestión previa: sobre la solicitud de informe oral

13. El 7 de setiembre de 2022, Plaza Vea solicitó a la Comisión se sirva a concederle el uso de la palabra a través de una audiencia, con la finalidad de informar oralmente sus argumentos de defensa.
14. El artículo 16 del Decreto Legislativo N.º 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi (D. Leg. 1033), establece que la Comisión podrá convocar a audiencia de informe oral, de oficio o a pedido de parte. Asimismo, cuenta con la facultad para denegar dicho tipo de solicitudes mediante decisión fundamentada⁹.
15. La Sala Especializada en Protección al Consumidor (Sala) ha señalado, en anteriores oportunidades que, constituye una facultad discrecional del órgano resolutorio, la de convocar o denegar la solicitud para la actuación de informe oral¹⁰. Asimismo, mediante Sentencia de fecha 10 de abril de 2006, recaída en el Expediente de Apelación 356-2005-Piura, la Sala Civil Transitoria de la Corte Suprema de la República, confirmó una sentencia que declaró infundada una demanda contenciosa administrativa, en la cual afirmó lo siguiente:

“(...) se colige que es una facultad y no una obligación de la entidad demandada [el INDECOPI] el conceder los informes orales a las partes; por lo que no se evidencia que se haya contravenido el derecho de defensa de la apelante (...)”.

16. Por su parte, el Tribunal Constitucional, en Sentencia del 29 de agosto de 2006, recaída en el proceso de amparo signado bajo el Expediente 3075-2006-PA/TC, ha señalado como precedente de observancia obligatoria, que no todo informe oral resulta obligatorio por el solo hecho de haber sido solicitado, sino que este procede particularmente, cuando del análisis de los actuados aparecen notorias irregularidades acaecidas durante el desarrollo del procedimiento.
17. De acuerdo con lo expuesto la solicitud se encuentra estrechamente vinculada a los elementos de juicio que tenga la autoridad resolutoria sobre el tema materia de controversia. En caso la autoridad tenga plena convicción de lo que resolverá, a la luz

⁹ D. Leg. 1033

Artículo 16.- Audiencia de informe oral ante las Salas del Tribunal. -

16.1 Las Salas del Tribunal podrán convocar a audiencia de informe oral, de oficio o a pedido de parte. En este segundo caso, podrán denegar la solicitud mediante decisión debidamente fundamentada. (...)

16.3 Las disposiciones del presente artículo serán aplicables a las solicitudes de informe oral presentadas ante las Comisiones.

¹⁰ Ver Resolución 3597-2012/SPC-INDECOPI. En el procedimiento seguido por el señor Erick Tomas Estrada Oré en contra de Hipermercados Metro S.A



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

de los medios probatorios que obran en el expediente y los argumentos esgrimidos por las partes, resultará innecesario conceder el uso de la palabra.

18. En atención a lo descrito, la Comisión considera que cuenta con elementos de juicio suficientes para emitir un pronunciamiento sobre la cuestión en discusión, razón por la cual corresponde denegar la solicitud de pedido de uso de la palabra de Plaza Vea, lo cual no implica una afectación a su derecho.

B. Respecto a la cancelación de las compras (comercio electrónico) efectuadas por los consumidores el 3 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas.

Sobre el comercio electrónico

19. Para la Organización Mundial del Comercio, el comercio electrónico es “*la compra o venta de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas por métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos*”¹¹. Es decir, comprende el conjunto de actividades económicas con un fin lucrativo que se realizan mediante canales virtuales diseñados específicamente para la compraventa de diversos bienes y servicios con la finalidad de hacer más dinámico el mercado. Asimismo, no solo engloba las ventas o adquisiciones que el empresario y el usuario realizan a través de internet, sino que además incluye todas las fases del negocio empresarial, siempre que éstas se realicen a través de la red¹².
20. Ahora bien, el comercio electrónico¹³ 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).
21. En el mercado B2C¹⁴, se pueden encontrar diversos métodos o tipos de negociación de *ecommerce*, tales como: (i) la tienda virtual, es un sitio virtual en el cual se ofrece la adquisición de productos y servicios; (ii) el centro comercial virtual (“*emall*”), es un sitio virtual que aloja varias tiendas virtuales; (iii) las cuponerías (denominado modelo descuento), son aquéllos en los cuales se ofertan productos a precio de coste o con descuentos; (iv) 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; (v) 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.
22. Actualmente, el comercio electrónico ha tenido un gran desarrollo, debido al avance de las redes informáticas y de su calidad de contratación propia de la era globalizada,

¹¹ 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
Tomado de: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/ecom_brochure_s.pdf

¹² 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.

¹³ 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, vídeos, 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.

¹⁴ SEOANE, Eloy, “La Nueva Era del Comercio: El Comercio Electrónico, Las Tic’s Al Servicio De La Gestión Empresarial”, Ideas Propias, España, 2005, pp. 120122.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

reduciendo así 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.

23. Por las características en que se desarrolla el comercio electrónico, resulta necesario que todos los sujetos involucrados (consumidores y proveedores) deban respetar los principios de buena fe, equidad, confianza y transparencia para concretar las relaciones de consumo.
24. Ello significa que el proveedor, por la naturaleza electrónica del canal, debe tener un cuidado especial al asegurarse de remitir toda la información necesaria en las etapas previas y posteriores a la celebración del contrato¹⁵, además, de asegurarse, entre otros, que el producto o servicio ofertado en el mercado sea idóneo. Asimismo, respecto al consumidor también les alcanzan obligaciones referidas a los métodos de pago; y, pone a ambas, la conducción de sus acciones guiadas por principios de buena fe.
25. En ese contexto, resulta imprescindible un elevado nivel de confianza entre las partes que participan en la relación de consumo, puesto que, al ser un canal sumamente ágil y celer, podría generarse inconvenientes en el desarrollo de los procesos de compraventa que deban ser analizados atendiendo a las circunstancias que la rodean.

Sobre la normativa prevista en el Código

26. El artículo 18 del Código¹⁶ define a la idoneidad como la correspondencia entre aquello 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. En ese sentido, 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.
27. Asimismo, en el artículo 19¹⁷ del referido cuerpo normativo, se establece que los proveedores tienen responsabilidad por la calidad e idoneidad de los servicios y productos que ofrecen en el mercado, por lo que, los proveedores tienen el deber de desarrollar sus ofertas en el mercado con las condiciones previsibles, **atendiendo a la regulación que sobre el particular se haya establecido**, a la información

¹⁵ COTINO HUESO, Lorenzo, "Consumidores y usuarios ante las nuevas tecnologías", Tirant Lo Blanch, Valencia, 2008, pp. 62 y 63.

¹⁶ **Código**

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.
(...)

¹⁷ **Código**

Artículo 19.- Obligación de los proveedores

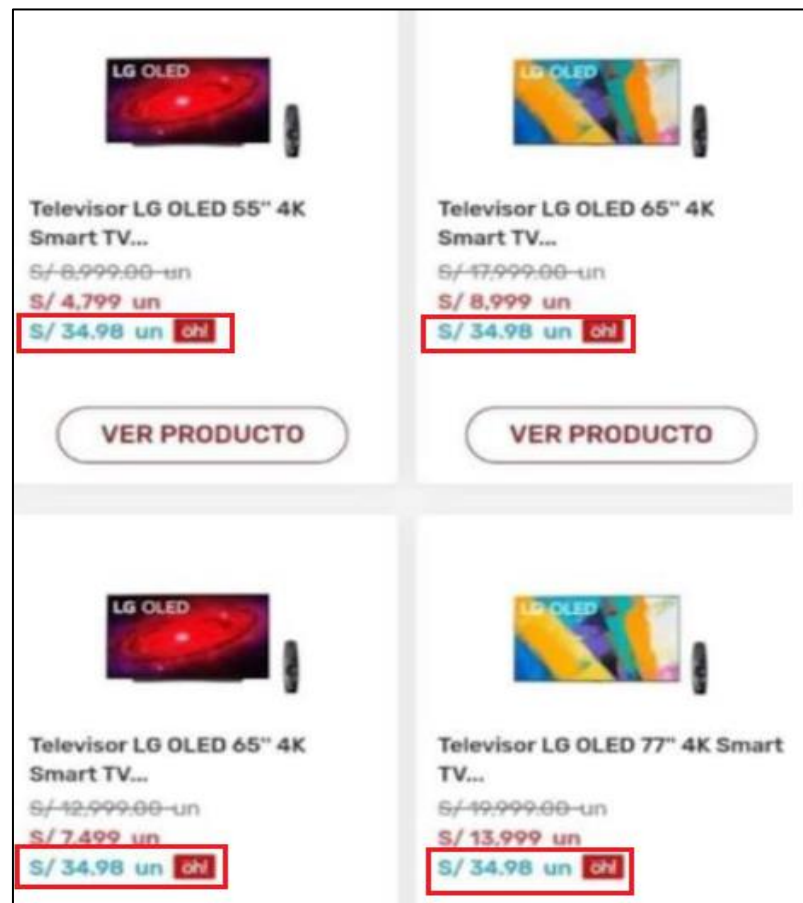
El proveedor responde por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos; por la autenticidad de las marcas y leyendas que exhiben sus productos o del signo que respalda al prestador del servicio, por la falta de conformidad entre la publicidad comercial de los productos y servicios y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

brindada o a la naturaleza y aptitud de los productos o servicios para satisfacer la finalidad por la cual ha sido adquirido o contratado¹⁸.

28. Por su parte el artículo 46¹⁹ del Código señala que el contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.

Aplicación al caso en concreto

29. Mediante Documento de Registro de Información (DRI) del 3 y 7 de mayo de 2021, se verificó que, en horas de la madrugada del día 3 de mayo de 2021 (entre las 00:00 a.m. y las 06:30 a.m.), Plaza Vea publicó a través de su portal web diversos productos de distintas categorías (teléfonos, televisores, electrodomésticos y otros) cuyo precio final ascendía a S/ 34,98, siempre que se adquiriera pagando con la "Tarjeta Oh!". A continuación, se muestran algunos ejemplos de ello:



¹⁸ Ver numeral 8 de la Resolución 0112-2021/SPC-INDECOPI del 20 de enero de 2021.

¹⁹ **Código**

Artículo 46°. - La oferta, promoción y publicidad de los productos o servicios se ajusta a su naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad, sin perjuicio de lo establecido en las disposiciones sobre publicidad. El contenido de la oferta, promoción o publicidad, las características y funciones propias del producto o servicio y las condiciones y garantías ofrecidas obligan a los proveedores y son exigibles por los consumidores, aun cuando no figuren en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

30. Asimismo, se dejó constancia de los reportes efectuados por los consumidores, a través de la red social *Twitter*, en los cuales se observa que Plaza Vea canceló las compras efectuadas el 3 de mayo de 2021. Por ejemplo, el usuario DENIS De Lima rural indico: *“señores de @plazavea nos están estafando sobre las ofertas que lanzaron en la madrugada y varios aprovechamos en comprar, @indecopiOficial @SUNATOficial*
31. De las acciones de supervisión y de la información remitida por Plaza Vea²⁰, se tiene conocimiento que, durante el periodo de tiempo, entre las 00:00 a.m. y las 06:30 a.m. del 3 de mayo de 2021, **“2118 consumidores”** adquirieron diversos productos mediante órdenes de compra²¹, que fueron canceladas por el administrado alegando un error en la consignación de los precios ofertados.
32. Las “2118 consumidores – órdenes de compra canceladas” reportadas por Plaza Vea, representaban un total de 3 374 productos, dentro de los cuales se encontraban televisores, electrodomésticos, celulares, computadores entre otros.
33. Al respecto, es preciso indicar que Plaza Vea, a lo largo del presente PAS²², ha señalado que los hechos antes descritos respondieron a un error humano en la configuración de precios.
34. Obra en el expediente el documento denominado *“Reporte sobre incidente en plataforma Vtex²³”* del cual se aprecia que el encargado de configurar los precios debía asignar el importe de S/ 34,98 como precio de oferta solo al producto *“Leche Evaporada Gloria Sin Lactosa Paquete 6uni Lata 400g”²⁴*, sin embargo, por error aplicó el monto de S/ 34,98 a muchos otros productos que se encontraban a la venta.
35. Asimismo, dicha situación fue confirmada a través de los diversos canales informativos a nivel nacional, mediante los cuales reportaron sobre el error de Plaza Vea al ofrecer diversos productos a un precio de S/ 34,98, de lo cual se dejó constancia en el DRI del 7 de mayo de 2021.

²⁰ Ver el escrito presentado por Plaza Vea el 12 de mayo de 2021.

²¹ Cabe precisar que una “orden de compra” puede contener uno o más productos adquiridos por un consumidor. Por ejemplo, la señora [REDACTED] efectuó cuatro compras (número de pedido “v5186688plzv-01”): (i) Dormitorio PARAÍSO Medallón Acero 2 Plazas + 2 Almohadas + Protector; (ii) Colchón PARAÍSO Medallón Ergo 2 Plazas + 2 Almohadas + Protector; (iii) Procesador de Alimentos BOSCH MCM3501M; (iv) Cafetera OSTER 2 Tazas BVSTECMP65R-053 Rojo; (v) Dormitorio PARAÍSO Su Majestad King; (vi) Afeitadora PHILIPS ONE BLADE QP6510/20; (vii) Vinera OSTER OS-PCWC08SC 8 Botellas Negro; (viii) Caja China MR GRILL Mediana Junior con Parrilla Regular.
Otro ejemplo, el señor [REDACTED] ((número de pedido “v5186693plzv-01”) compró dos Minicomponente PANASONIC: (i) SC-TMAX40PUK; y, (ii) SC-TMAX50PUK.

²² Ver escritos presentados por Plaza Vea el 12 y 26 de mayo, 4 de junio y 10 de diciembre de 2021, así como el 11 de mayo y el 11 de julio de 2022.

Entre las 00:00 a.m. y las 06:30 a.m., se presentó inconvenientes en el portal web de Plaza Vea (www.plazavea.com.pe) a causa de un error humano en la configuración de los precios, lo cual generó que diversos productos ofrecidos en dicho sitio web - televisores, celulares, electrodomésticos, entre otros productos - aparecieran con el precio de S/ 34,98 si se adquirirían con la Tarjeta Oh!.

²³ Según el referido documento, VTEX es un servicio SAAS (Software como servicio) que se encuentra establecido en la nube, siendo esta una plataforma orientada a desarrollo y soporte de canal e-commerce.


Reporte sobre incidente en plataforma Vtex

En ese sentido, el ingreso por error de los datos de configuración de la promoción ocasionó que en la web se aplique un precio promocional de S/ 34.98 sobre los productos del seller Plaza Vea pagando con Tarjeta OH, sin límite de cantidad de compras. Al momento de detectado que el incidente se debía por una Promoción errónea ingresa, se precedió a Inactiva la promoción para que este deje de aplicarse en la web

²⁴ De acuerdo con lo señalado por Plaza Vea, el 29 de abril de 2021, el *Category Manager de E-commerce* remitió un correo al equipo de *pricing* para configurar los precios de determinados productos que aparecerían en la web el 3 de mayo de 2021.

Supermercado vendió TVs, Iphones y hasta Play Station a 35 soles tras tremendo error

Una tienda online ofertó televisores a 35 soles por un error. Lo mismo sucedió con Iphone y hasta Play Station 4. El caso ya está en Indecopi.



Una tienda online ofertó televisores a 35 soles por un error. Lo mismo sucedió con Iphone y hasta Play Station 4. El caso ya está en Indecopi.

Actualizado el 05/05/2021 09:37 a.m.

A través de las redes sociales diversos usuarios denunciaron que compraron TVs al increíble precio de 35 soles y que la tienda online ahora no quiere entregar el producto.

¿Qué pasó? Por un error un supermercado ofertó televisores, Iphone y hasta Play Station 4 al módico precio de 35 soles. Ello sucedió durante la madrugada y fue aprovechado por algunos usuarios.

Eso sí, los usuarios denunciaron ante Indecopi que la tienda ahora no se hace responsable y canceló sus pedidos. Ese es el caso del usuario de Twitter Dennis Pinedo.

Anuncios Google

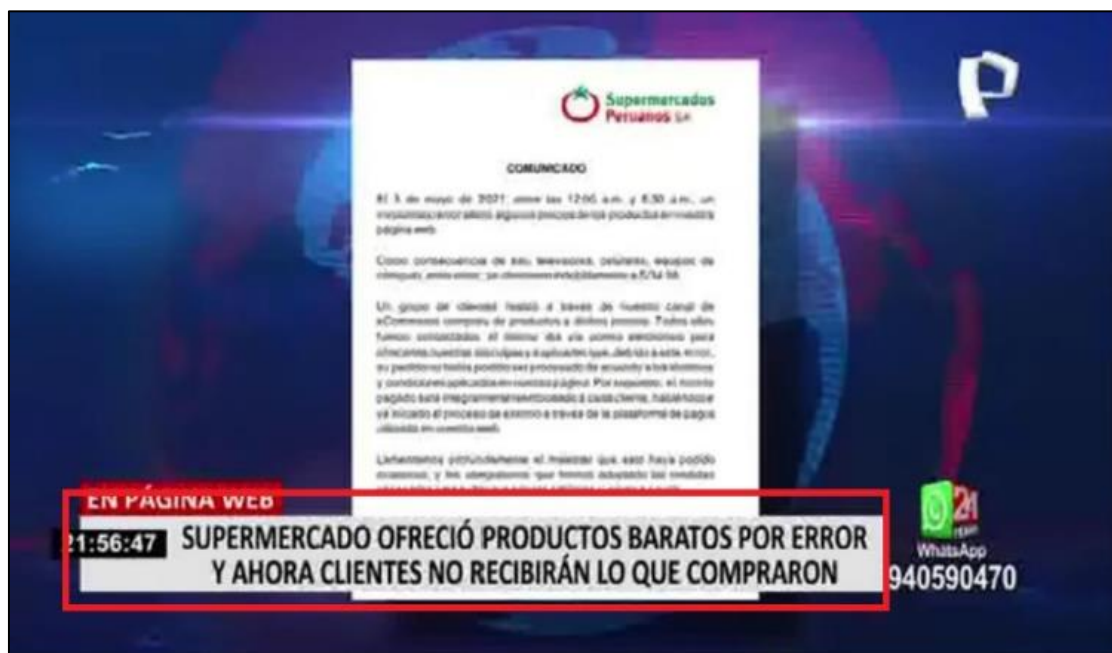
Dejar de ver anuncio

¿Por qué este anuncio? ⓘ

Últimas noticias

Anonymous reaparece en medio de la Crisis en Colombia envía fuerte mensaje al Gobierno...

36. Además, se debe tomar en cuenta que Plaza Vea publicó, mediante diversos medios de comunicación, emitió un anuncio a través del cual informó que el precio de diversos productos se dio por un error en la asignación de precios:



Supermercados Peruanos S.A.

COMUNICADO

El 3 de mayo de 2021 entre las 12:00 a.m. y 8:30 a.m., un usuario reportó algunos precios de los productos en nuestra página web.

Como consecuencia de este inconveniente, equipos de cómputo, entre otros, ya eliminamos dichos productos a S/35.00.

Un grupo de clientes realizó a través de nuestro canal de WhatsApp compra de productos a dicho precio. Todos ellos fueron contactados, el mismo día vía correo electrónico para informarles nuestra situación y solicitarles que, debido a este error, su pedido no podrá ser procesado de acuerdo a los términos y condiciones aplicadas en nuestra página. Por supuesto, el monto pagado será inmediatamente reembolsado a cada cliente, hasta donde se inició el proceso de extrito a través de la plataforma de pagos utilizada en nuestro web.

Lamentamos profundamente el problema que esto haya podido ocasionar, y les agradecemos que continúen apoyando los productos.

EN PÁGINA WEB

1:56:47 SUPERMERCADO OFRECIÓ PRODUCTOS BARATOS POR ERROR Y AHORA CLIENTES NO RECIBIRÁN LO QUE COMPRARON

WhatsApp 940590470



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

37. De la revisión de los productos ofrecidos y adquiridos por los consumidores, se aprecia que en la mayoría de ellos se consignó un precio de venta con un descuento aproximado del 99% del costo real. Así, por ejemplo, un televisor *SAMSUNG QLED 75" 8K Smart TV QN75Q800TAGXPE* cuyo precio era de S/ 19 999,00 fue vendido a S/ 34,98. A mayor detalle, se consignan otros productos vendidos por Plaza Ve a diversos consumidores:

N.º	Nº DE PEDIDO	PRODUCTO ADQUIRIDO	PRECIO REAL	PRECIO PAGADO	REDUCCIÓN DEL:
1	v5176045plzv-01	Televisor <i>SAMSUNG QLED 75" 8K Smart TV QN75Q800TAGXPE</i>	S/ 19,999	S/ 34,98	99.82 %
2	v5176656plzv-01	Laptop <i>ASUS G512LI-HN139T 15.6" Intel Core i5 8GB 512GB SSD</i>	S/ 4,699		99.56 %
3	v5176914plzv-01	Notebook <i>MSI PRESTIGE 15 A11SCX 15.6" Intel Core i7 16GB 1TB</i>	S/ 6,839		99.48 %
4	v5187356plzv-01	Lavaseca <i>LG Carga Frontal 22/13Kg F2213VRDSTT Inox</i>	S/ 4,749		99.26 %
5	v5177089plzv-01	Televisor <i>LG NanoCell LED 75" 8K Smart TV AI 75NANO95 (2020)</i>	S/ 13,999		99.75 %
6	v5176212plzv-01	Smartphone <i>APPLE Iphone 12 Pro Max 6.7" 6GB 128GB 12MP + 12MP + 12MP Grafito</i>	S/ 6,299		99.44 %
7	v5176847plzv-01	Refrigeradora <i>LG 660L No Frost LM78SXT Negro Mate</i>	S/ 9,499		99.63 %
8	v5177397plzv-01	Conjunto <i>DRIMER Ventus King + Protector + 2 Almohadas</i>	S/ 4,899		99.28 %
9	v5176910plzv-01	Smartphone <i>SAMSUNG Galaxy S21 Ultra 6.8" 12GB 128GB 12MP+108MP+10MP+10MP Negro</i>	S/ 5,199		99.32 %
10	v5186320plzv-01	Cama Box <i>Tarima SERTA Perfect Sleeper Kleinmon King</i>	S/ 8,949		99.60 %

38. Si bien, parte de la autonomía en la construcción de la oferta, involucra que el proveedor pueda fijar libremente el precio de sus productos aplicando descuentos que afecten o no su margen de ganancia, también pueden darse circunstancias en las cuales la oferta no pueda resistir un análisis poco riguroso de razonabilidad.
39. Así por ejemplo en el presente caso se observa que Plaza Ve a aplicó "descuentos" a diversos productos de distintos tipos y precios, que resultaron ser un mismo "precio uniforme de venta", esto es, S/ 34,98.
40. De dichos ejemplos, esta Comisión puede advertir que existieron descuentos de casi el 99% del costo normal o real de los productos, los cuales no cubrirían ni siquiera los costos propios de producción de los mismos, siendo estos hechos una situación inusual.
41. De acuerdo con lo señalado anteriormente, esta Comisión considera que efectivamente existió un error de parte de Plaza Ve a al asignar los precios ofertados a los consumidores a través de su portal web.
42. Cabe precisar que, esta Comisión no desconoce que la norma general es que la oferta obliga al proveedor a cumplir con los términos de esta; por lo que, un consumidor puede exigir el cumplimiento de los términos pactados. Sin embargo, al ser un tipo de



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

- transacción, en la cual no intervienen personas (relación de consumo digital), sino sistemas informáticos, y que por su rapidez puede involucrar un sinnúmero de operaciones, estas deben evaluarse a la luz de las circunstancias que la rodean.
43. Es importante precisar que actualmente, otros órganos resolutivos del Indecopi²⁵ han tramitado, PAS en contra de Plaza Vea y han determinado la naturaleza abusiva²⁶ de una de las cláusulas de sus términos y condiciones de contratación (artículo 50 del Código), cláusulas alegadas por Plaza Vea en el presente caso para sustentar la validez de la cancelación de compras objeto del procedimiento. Sin embargo, el análisis de dichas cláusulas y su carácter abusivo trasciende el alcance del presente caso, en el que con prescindencia de dicho carácter este Colegiado ha determinado que, en el contexto de las compras efectuadas en línea el 03 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas, la cancelación de compras no ha configurado una contravención a los derechos de los consumidores. El carácter abusivo de una cláusula que faculta al proveedor, en cualquier caso, de un alegado error, a cancelar unilateralmente operaciones de consumo no ha sido el objeto del presente pronunciamiento.
44. Es por ello, que el análisis realizado por esta Comisión no colisiona con pronunciamiento de otros órganos resolutivos, se hallen controvertidos o no: la determinación de una cláusula abusiva conlleva su ineficacia con alcance general, lo que no elimina la consideración de situaciones específicas que puedan haber sido advertidas como un error por parte de los consumidores y que consecuentemente puedan conllevar a que no resulte exigible al proveedor el cumplimiento de tales ofertas.
45. Ahora bien, un primer punto a analizar por esta Comisión es si la oferta en los términos publicitados por Plaza Vea en su portal web podría generar en el consumidor la percepción de que la oferta resultaba ser razonable o por el contrario si se trataría de un error en la consignación de los precios.

²⁵ Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 y Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos N.º 3.

²⁶ Como el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N.º 3, en el marco de procedimientos administrativos iniciados por denuncias de parte, ya se ha pronunciado sobre el carácter abusivo de la cláusula (aplicada por Plaza Vea, en virtud de lo cual incluso ordenó como medida correctiva modificar los Términos y Condiciones Generales de la página web, a fin de que "no se consigne la posibilidad de que pueda cancelar unilateralmente las compras efectuadas a través de su página web". Además, varios de dichos pronunciamientos finales han sido confirmados en segunda instancia por la Comisión de Protección al Consumidor N.º 2.

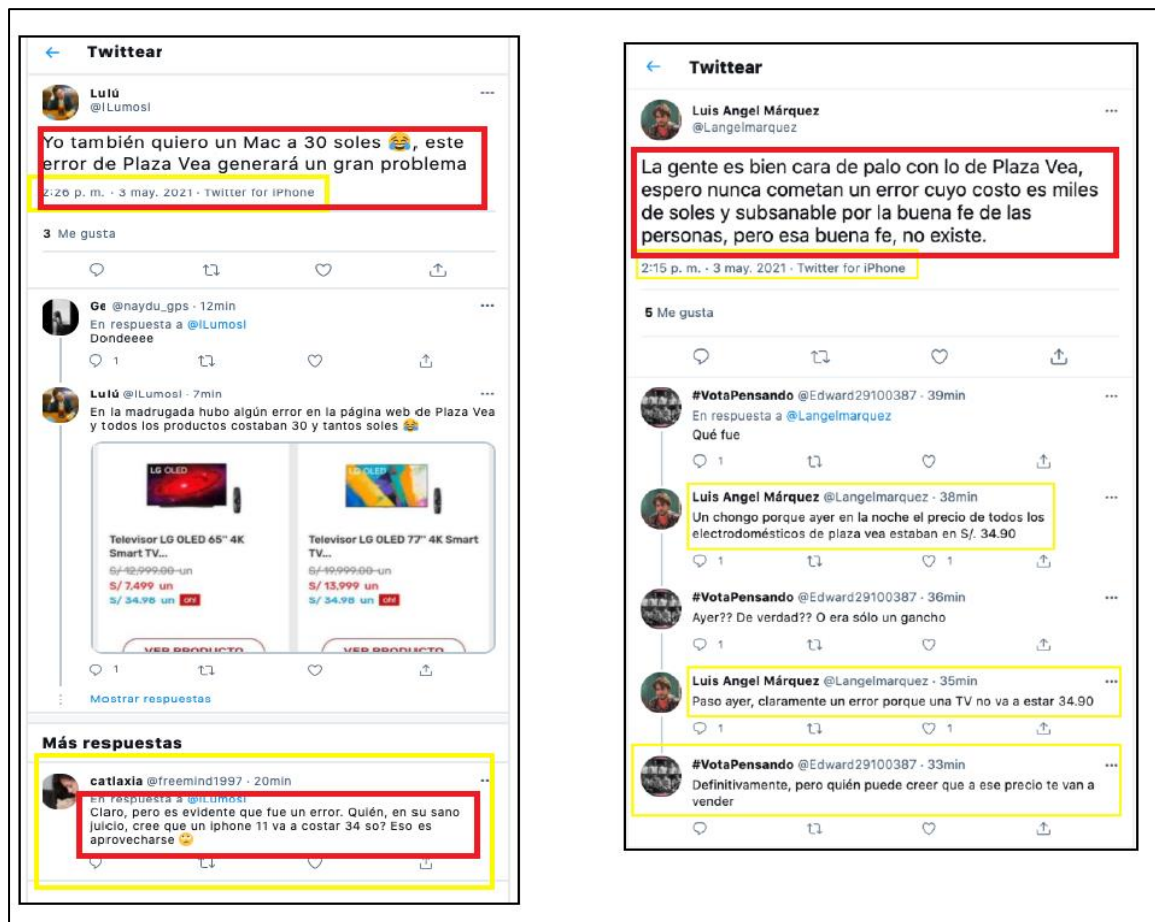
Términos y Condiciones Generales, publicados en la página web de Plaza Vea

"V. PRECIOS Y PROMOCIONES (...) Es posible que cierto número de productos ofrecidos en nuestra página web o a través de nuestras redes sociales puedan tener un precio incorrecto, el monto correcto a pagar se verá reflejado en su carrito de compras antes de proceder a efectuar el pago (checkout). Si la compra fue efectuada, de existir un error de digitación en alguno de los precios de los productos y el precio correcto sea más alto que el que figura en la página, SPSA lo contactará antes de que este sea enviado y/o cancelaremos el pedido y le notificaremos acerca de la cancelación. En caso el precio sea más bajo, se descontará la diferencia de la orden de compra final."

Ver, por ejemplo, los pronunciamientos finales de los procedimientos signados con los Expedientes N.º 1146-2021/PS3, 1294-2021/PS3, 1327-2021/PS3, 1417-2021/PS3, 1589-2021/PS3y 1719-2021/PS3, entre otros.

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 Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: <http://www.indecopi.gob.pe>



46. En sus descargos Plaza Vea presentó diversas capturas de pantalla de la red social Twitter, las cuales dan cuenta que los usuarios asumieron que los precios ofertados por el administrado (S/ 34,98) no eran los correctos, por tratarse de una gran diferencia del precio anunciado en relación con el precio normal que se puede encontrar en el mercado.
47. A manera de ejemplo, se evidencia que algunos consumidores pudieron advertir el error en los precios ofertados por Plaza Vea, haciendo énfasis en que no resulta ser razonable que bienes de precios sumamente costosos puedan ser vendidos a S/ 34,98.
48. En esa línea, surge entonces una duda razonable ¿puede un consumidor asumir como cierta esta oferta? La primera respuesta podría ser afirmativa solo atendiendo a la obligación del proveedor de cumplir con los términos ofertados; pero si los términos de la oferta no resultan siquiera razonables, el consumidor puede ser consciente que la misma adolece de un defecto que no podría ser exigible.
49. Resulta importante indicar que el artículo 201²⁷ del Código Civil Peruano establece que el error es causa de anulación del acto jurídico cuando sea esencial y conocible

²⁷ Código Civil Peruano
Artículo 201.- El error es causa de anulación del acto jurídico cuando sea esencial y conocible por la otra parte"



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

- (artículos 202²⁸ y 203²⁹ del citado cuerpo normativo). De acuerdo con la doctrina “*el error, para que sea **esencial, debe ser determinante no solo para el sujeto contratante, sino también conforme a la apreciación común y con relación a las circunstancias**”³⁰, mientras que el error es **conocible** cuando, en relación al contenido, a las circunstancias del acto o a la calidad de las partes, una persona de normal diligencia hubiese podido advertirlo; por lo que, el hecho de haber consignado los precios de diversos productos con un descuento de casi el 99% del costo normal con diferencias cuantitativas significativas, resulta ser “esencial”, en tanto que, si no hubiera existido descuentos de tal proporción, los consumidores no hubieran adquirido dichos productos, siendo este hecho determinante en su voluntad de compra, además, resultaba fácilmente “conocible” por los consumidores, conforme lo desarrollado anteriormente.*
50. Adicionalmente, la Sala mediante Resolución N.º 3319-2018/SPC-INDECOPI del 28 de noviembre de 2018³¹, indicó que no resulta ser razonable que un consumidor pueda adquirir un vehículo al precio de US\$ 149, en tanto que en el mercado resulta poco probable que un automóvil pueda valer ese precio. Además, por Resolución N.º 2379-2013/SPC-INDECOPI del 27 de agosto de 2013, indicó que no se podría defraudar las expectativas del consumidor cuando de la revisión del íntegro de un anuncio se evidencia un error publicitario al considerar el precio final.
51. A mayor abundamiento resulta importante indicar que en la jurisprudencia internacional (Colombia³² y España³³) coincide con el criterio referido a que, en caso exista un **error evidente**, (entre otras circunstancias, **se advierta claramente una enorme desproporción entre el valor de mercado y el precio ofertado**) en la

²⁸ Código Civil Peruano
Artículo 202.-

El error es esencial:

- 1.-Cuando recae sobre la propia esencia o una cualidad del objeto del acto que, de acuerdo con la apreciación general o en relación con las circunstancias, debe considerarse determinante de la voluntad.
- 2.-Cuando recae sobre las cualidades personales de la otra parte, siempre que aquéllas hayan sido determinantes de la voluntad.
- 3.-Cuando el error de derecho haya sido la razón única o determinante del acto.”

²⁹ Código Civil Peruano
Artículo 203.-

El error se considera conocible cuando, en relación con el contenido, a las circunstancias del acto o a la calidad de las partes, una persona de normal diligencia hubiese podido advertirlo”

³⁰ Cieza Mora, Jairo; El error y un acercamiento a la responsabilidad precontractual; Error y responsabilidad precontractual, CONTRATOS Y ACTO JURÍDICO,

Tomado: https://ciezaabogados.com/wp-content/uploads/2019/03/Error-y-responsabilidad-precontractual_stamped.pdf

³¹ Ver considerando 37 y 38 de la resolución

<https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/tribunal.seam>

³² A través de la Sentencia N.º 7328 del 19 de junio de 2019 la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia se pronunció sobre el error en los precios, desarrollando criterios a fin de que el proveedor pueda eximirse de responsabilidad y no ser obligado a cumplir con lo ofertado.

En esa línea indicó que, en los casos en que existe un error evidente en el precio, no se puede obligar al proveedor a respetar el precio anunciado, siempre que el proveedor acredite que: (i) la inexactitud en la información anunciada se debe a un error; y, (ii) se trata de un error notorio, evidente y de una magnitud que a los ojos de un consumidor medio resulta manifiesto. Para efectos de determinar si el error es evidente a los ojos de un consumidor medio, en el fallo se dejaron sentados una serie de criterios relativos a: (i) la facilidad con la que se puede determinar la existencia del error; (ii) la enorme desproporción entre el valor de mercado y el precio ofertado; (iii) el valor del producto resulta inferior al de los costos adicionales (gastos de envío, gastos administrativos) o al de sus accesorios; (iv) la publicidad o la forma en que están exhibidos los productos permiten al consumidor detectar el error; y, (v) la ausencia de anuncio alguno sobre la existencia de descuentos o promociones, entre otros.

Ver página 9 y 10 de la sentencia

http://visordocs.sic.gov.co:8080/consultaDocs/visor.jsf?tipo_acto=SE&num_acto=7328&ano_acto=2019

³³ El Juzgado de Primera Instancia N.º 6 de Badalona, España, mediante sentencia del 8 de junio de 2011, desestimó una demanda que buscaba se honre la compra online de dos (2) unidades portátiles MAC Apple Macbook por €67.97, cuyo precio real de cada una era € 900.00, tras considerar que resultaba evidente que el precio publicado era fruto de un error manifiesto.

Ver página 6

<http://pdfs.wke.es/9/5/4/1/pd0000069541.pdf>



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

- consignación de precios de los productos ofertados, ello no generaría la obligación del proveedor a respetar el precio anunciado, puesto que de ser así, el proveedor tendría cuantiosas pérdidas económicas.
52. En atención a lo señalado previamente, esta Comisión considera que el precio consignado por Plaza Vea a diversos productos ofertados en su portal web no puede serle exigible, en tanto ello obedeció a un error esencial y conocible por los consumidores. Ello, debido a que dicho precio de venta (S/ 34,98) fue identificado como una oferta no razonable con relación al precio normal del mercado; por lo que, bajo ese supuesto el error del administrado, **para este caso en particular**, no podría generar una fuente de un derecho a favor del consumidor.
53. A su vez, es importante considerar que el hecho que un consumidor conmine a Plaza Vea a la entrega de los productos adquiridos al precio de S/ 34,98, amparándose en la oferta publicada en el portal web, estaría yendo en contra del Artículo II³⁴ del Título Preliminar del Código Civil, el cual establece que **la ley no ampara el ejercicio ni la omisión abusivos de un derecho**, en la medida que el consumidor se estaría aprovechando del error de Plaza Vea para adquirir productos altamente costosos en detrimento del patrimonio del administrado.
54. Resulta importante reiterar que esta Comisión no pretende desconocer la obligación de los proveedores de respetar el contenido de la oferta, promoción y publicidad de los bienes o servicios que pone el mercado, sino que estas deben ser analizadas de acuerdo con el contexto en el que se desarrollan; por lo que, en un escenario con circunstancias distintas, **el proveedor podría ser sancionado en caso incumpla con los términos y condiciones en que ofrece sus productos a los consumidores.**
55. En esa misma línea, en las relaciones de consumo realizadas por plataformas virtuales, comercio electrónico, **el proveedor resulta ser el responsable de adoptar los mecanismos mínimos de seguridad e idoneidad necesarios para garantizar la veracidad de información que ponen en conocimiento de sus consumidores;** por lo que, debe de garantizar que sus mecanismos deben minimizar errores como el encontrado en el presente caso, pues este tipo de situaciones genera disconformidades en el comercio electrónico.
56. Por lo antes expuesto, esta Comisión considera que corresponde archivar el presente PAS iniciado en contra de Plaza Vea por la presunta infracción a lo establecido en los artículos 19 y 46 del Código, en tanto que existió una razón justificada al cancelar unilateralmente las compras efectuadas por los consumidores el 3 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Denegar la solicitud del uso de la palabra a Supermercados Peruanos S.A. en tanto que se cuenta con elementos de juicio suficientes para emitir un pronunciamiento sobre la cuestión en discusión.

³⁴

Código Civil Peruano
Artículo II.- Ejercicio abusivo del derecho

La ley no ampara el ejercicio ni la omisión abusivos de un derecho. Al demandar indemnización u otra pretensión, el interesado puede solicitar las medidas cautelares apropiadas para evitar o suprimir provisionalmente el abuso.

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 Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348

E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: <http://www.indecopi.gob.pe>



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 054-2021/CC3

SEGUNDO: Archivar el procedimiento administrativo sancionador iniciado en contra de Supermercados Peruanos S.A. por la presunta infracción a lo establecido en los artículos 19 y 46 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que no habría cumplido con los términos de la oferta publicada a través de su página de e-commerce (tienda on line), al cancelar unilateralmente las compras efectuadas por los consumidores el 3 de mayo de 2021, entre las 00:00 y las 06:30 horas.

TERCERO: Informar a Supermercados Peruanos S.A. que la presente resolución tiene eficacia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 218³⁵ del Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, cabe la presentación del recurso de apelación. Se señala que dicho recurso deberá ser presentado ante la Comisión en un plazo máximo de quince (15) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida.

Con la intervención de los señores Comisionados: Delia Angélica Morales Cuti, Marcos Miguel Agurto Adrianzén y Fernando Alonso Lazarte Mariño.

**Delia Angélica Morales Cuti
Presidenta**

³⁵

TUO de la LPAG

Artículo 218

218.1 Los recursos administrativos son:

- a) Recurso de reconsideración.
- b) Recurso de apelación.

Solo en caso de que por ley o decreto legislativo se establezca expresamente, cabe la interposición del recurso administrativo de revisión.

218.2 El término para la interposición de los recursos es de quince (15) días perentorios, y deberán resolverse en el plazo de treinta (30) días. (...)

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 Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348

E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: <http://www.indecopi.gob.pe>