



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

RESOLUCIÓN FINAL N.º 043-2023/CC3

EXPEDIENTE : 075-2022/CC3
AUTORIDAD : COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
(COMISIÓN)
ADMINISTRADO : RAPPI S.A.C.¹
MATERIA : PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR
ACTIVIDAD : PROGRAMACIÓN INFORMÁTICA
SANCIONES : *Amonestación (Artículo 56 del Código - Métodos Comerciales Coercitivos)*
1.3 UIT (Artículo 2º del Código - Información)

SUMILLA: *Se halla responsable a RAPPI S.A.C. por infringir el literal b) del artículo 56 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que en su aplicativo móvil asigna, de forma predeterminada y por defecto, un monto por concepto de propina que se adiciona automáticamente al costo total del producto o servicio adquirido. Ello sin que, previamente, sea requerido por los consumidores y antes de que se brinde el servicio contratado. En este extremo se sanciona a RAPPI S.A.C. con amonestación toda vez que la temática analizada configura una circunstancia especial al tratarse de una conducta que no ha sido analizada con anterioridad a este pronunciamiento. Asimismo, se sanciona al administrado con una multa de 1.3 UIT por haber infringido el numeral 2.2 del artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que, para adquirir un producto o servicio a través del aplicativo móvil sin adicionar el concepto de propina, el consumidor debía realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma inglés lo que fue admitido y modificado por RAPPI S.A.C. luego de iniciado el procedimiento administrativo sancionador*

Con relación al primer extremo, se ordenó a RAPPI S.A.C. como medida correctiva que modifique su plataforma, en tanto la opción de propina deberá estar disponible al usuario luego de que el Rappitendero haya realizado la entrega del producto adquirido por el consumidor. Asimismo, deberá consignar por defecto o como opción predeterminada la alternativa de S/00.0 soles, dando la alternativa de que el consumidor pueda modificar este monto.

Lima, 20 de junio de 2023

I. ANTECEDENTES

1. Mediante Resolución N.º 1 del 03 de enero de 2023², la Secretaría Técnica inició un procedimiento administrativo sancionador (en adelante PAS) en contra de RAPPI S.A.C. (En adelante RAPPI), por presunto incumplimiento de las disposiciones contenidas en la Ley N.º 29571 – Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, Código), en los siguientes términos:

“PRIMERO: Iniciar procedimiento administrativo sancionador en contra de RAPPI S.A.C., a instancia de la Secretaría Técnica, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3, por presunta vulneración de lo dispuesto por el literal

¹ Cabe señalar que el administrado está registrado en la base de datos de la SUNAT con RUC N.º 20602985971, y con domicilio fiscal ubicado en Calle Germán Schreiber Nro. 276 Otr. Empresarial de San Isidro Lima. Asimismo, se encuentra registrada en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP en la Partida Registral N.º 14039556.

² Notificada el 04 de enero de 2023, en el domicilio procesal electrónico fijado en la etapa de supervisión: notificaciones.legal.pe@rappi.com



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

b) del artículo 56 del Código, toda vez que en las relaciones de consumo que entabla a través de su aplicativo móvil (APP), asignaría de forma predeterminada un monto por concepto de propina que se adicionaría de forma automática al costo total del producto o servicio adquirido.

SEGUNDO: *Iniciar procedimiento administrativo sancionador en contra de RAPPI S.A.C., a instancia de la Secretaría Técnica, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3, por presunta vulneración de lo dispuesto por el numeral 2.2 del artículo 2 del Código toda vez que a través de su aplicativo móvil (APP) habría brindado información que no resultaba apropiada y de fácil comprensión para los consumidores, toda vez que para adquirir un producto o servicio sin adicionar el concepto de propina debía realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma distinto al castellano”.*

2. La Secretaría Técnica sustentó el inicio del PAS en los resultados de las acciones coordinadas previamente con la Dirección de Fiscalización del Indecopi (en adelante, DFI) las cuales concluyeron con la identificación de observaciones respecto al concepto de propina que se incorporaría de manera predeterminada al valor del bien adquirido por el consumidor sin su consentimiento previo (RAPPI no modificó las observaciones advertidas)³. Asimismo, se recabaron ocho (8) reportes de consumidores sobre incidentes respecto al cobro de propina a través de la aplicación móvil (en adelante APP) de RAPPI, lo cual también se puso en conocimiento de dicha empresa⁴, frente a lo cual se comprometió a modificar de la forma en que presentaba la información a los consumidores, sin embargo, la Secretaría Técnica verificó⁵ que no realizó la modificación señalada⁶.
3. Finalmente, la Secretaría Técnica verificó que al 27 de diciembre de 2022 RAPPI mantenía en su APP la asignación de forma automática y predeterminada por concepto de propina al valor total del producto adquirido, compeliendo al consumidor a realizar una acción distinta para modificar el valor preasignado por el administrado⁷. Asimismo, verificó que RAPPI utilizaba la palabra “other” como opción para que los consumidores modifiquen el valor de la propina a otorgar.
4. El 07 de febrero de 2023 RAPPI presentó sus descargos sobre la base de una valoración distinta a la imputada como método comercial coercitivo, respecto de los hechos constatados por la Secretaría Técnica referidos a la asignación de propinas de forma previa y predeterminada; asimismo, cuestionó la tipicidad de los hechos imputados. En el caso de la incorporación en inglés del ítem “other” en su aplicativo móvil, reconoció la conducta y solicitó la aplicación de atenuantes, ya que había otros elementos vinculados con la palabra “Other” que permitían conocer al usuario que la propina era de carácter opcional, además de su edición.

³ En el monitoreo preventivo se emitió la Carta N.º 355-2022-INDECOPI/DFI del 16 de junio de 2022, se mantuvo una reunión del 23 de junio de 2022 y se emitió la Carta N.º 366-2022-INDECOPI/DFI del 05 de julio de 2022.

⁴ Carta de monitoreo N.º 0355-2022/INDECOPI-DFI, del 16 de junio de 2022.
Carta de monitoreo N.º 0366-2022/INDECOPI-DFI, del 05 de julio de 2022.
Carta N.º 2299-2022/INDECOPI-DFI, del 09 de setiembre de 2022.

⁵ Documento de Registro de Información del 13 del mes de octubre de 2022.

⁶ Luego de la investigación realizada, la DFI emitió el Informe N.º 441-2022/DFI del 18 de noviembre de 2022, en el que recomendó el inicio de un procedimiento administrativo sancionador (en adelante, PAS) en contra de RAPPI por presunta infracción al literal b) del artículo 56° del Código.

⁷ De forma específica se advirtió que la propina aparece cargada de forma automática al valor total del producto adquirido, este valor es asignado de dos formas, (i) en porcentaje (%) al valor del producto el cual finalmente asume un valor en nuevos soles y (ii) directamente en nuevos soles.

Además, si el consumidor quiere modificar el valor de la propina asignada previamente -sin que haya sido su elección- debe ingresar al ítem en idioma inglés “Other” (otros) y luego realizar la modificación que considere pertinente.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

5. El 03 de mayo de 2022, mediante la Resolución N.º 06, la Secretaría Técnica puso en conocimiento de RAPPI el Informe Final de Instrucción N.º 012-2023/CC3-ST⁸ (en adelante, IFI) de la misma fecha en la que recomendó sancionar a RAPPI con una multa de 70 y 1.3 Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT). En este pronunciamiento, la Secretaría Técnica desvirtuó los argumentos presentados por RAPPI, señalando que, el hecho de asignar un valor por propina de forma predeterminada y sin que el consumidor elija este concepto, constituía un método comercial coercitivo pues merma la voluntad de los consumidores. Ello en atención a lo señalado por la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Indecopi (en adelante, Sala) que refiere que cada consumidor está en el derecho de definir, aceptar y autorizar las condiciones y relaciones contractuales que considere pertinente en sus operaciones de consumo⁹. Además, señaló que el hecho de obligar puede entenderse también como la acción de compeler, mover e impulsar a hacer o cumplir algo, sin necesidad de aplicar la fuerza o intimidación. Bajo ese análisis, desvirtuó la vulneración al principio de tipicidad alegado.
6. Con escrito del 11 de mayo de 2023, RAPPI reafirmó los argumentos de defensa presentados a la imputación de cargos y solicitó el uso de la palabra. Además, agregó lo siguiente:
- (i) El IFI hace referencia a los “*dark patterns*”, pese a que en el Perú no se ha desarrollado, regulado, ni emitido criterios sobre los mismos por lo cual no puede ser replicado al ordenamiento jurídico peruano.
 - (ii) Se debe cumplir con los elementos de tipo infractor imputado antes de determinarse la comisión de una infracción.
 - (iii) Al existir un proyecto de ley que busca regular la implementación de la opción preseleccionada implementada por RAPPI, esta práctica no se encuentra prohibida en nuestro país y no puede ser objeto de sanción.
 - (iv) No es posible pretender sancionarlo realizando una interpretación extensiva de la legislación o considerando típicas, conductas no prohibidas por nuestra normativa, o inclusive, realizando analogías entre la tipificación imputada y conductas prohibidas por otros ordenamientos jurídicos.
 - (v) Aplicar una sanción a esta práctica será impedirle que continúe con el esquema de negocios por el que libremente ha optado, lo que a su vez generaría incertidumbre entre los agentes del mercado, ya que la seguridad jurídica de las operaciones comerciales se vería perjudicada, conforme considera la doctrina y el Tribunal Constitucional.

Respecto de la graduación de sanción del hecho referido al artículo 56° del Código

- (vi) En caso la Comisión considere que se ha vulnerado lo dispuesto en el Código, esto constituirá una nueva interpretación/precedente sobre el cual RAPPI no ha tenido la posibilidad de anticiparse, por tanto, de conformidad con lo dispuesto en el criterio de Sala (Resolución N.º1950-2021/SPC-INDECOPI) correspondería sancionarla con una amonestación.
- (vii) Se debe tener en cuenta que Rappi (i) informa sobre la voluntariedad de la propina; (ii) pone a disposición del usuario la posibilidad de modificar la

⁸ Del 03 de mayo de 2023.

⁹ El único sujeto que puede juzgar qué es lo que más le conviene al consumidor es él mismo, no estando el proveedor autorizado para arrogarse tal decisión.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

- propina; (iii) solicita al usuario la confirmación expresa sobre los montos desagregados de su pedido; y, (iv) no adquiere ningún beneficio económico por las propinas otorgadas por los usuarios.
- (viii) Se debe valorar que sólo existen nueve (9) reclamos relacionados con el cobro de propinas y seis millones cuatrocientos cincuenta y siete mil trescientos cincuenta y un (6'457 351) compras con propina, lo cual equivale al 0.0001%.
 - (ix) El cálculo del presunto daño generado a los consumidores resulta inapropiado.
 - (x) El criterio utilizado para la valorización del daño no resulta coherente a la infracción que se estaría sancionando.

Respecto de la graduación de sanción del hecho referido al artículo 2º del Código

- (xi) Solicita que se aplique un porcentaje de descuento mayor al 10% en consideración a las circunstancias que rodean la comisión de la infracción y su actuar frente a esta.
 - (xii) Debe considerarse el momento en que se realizó el reconocimiento de la infracción (antes del PAS).
 - (xiii) Sólo se mantuvo vigente por el periodo de tres (03) meses, pues luego de ello modificó esta información. Es decir, se impidió que se generen daños adicionales a los consumidores. Asimismo, antes de noviembre de 2022, la plataforma contaba con la palabra "Otro" (en castellano), por lo cual la mayoría de los usuarios estaban informados en este idioma respecto al funcionamiento de la modificación de la propina.
7. El 26 de mayo de 2023, RAPPI, presentó alegatos adicionales a través de un informe técnico-jurídico¹⁰ sobre el uso de opciones preseleccionadas para dar propina en una plataforma digital y la calificación como método comercial coercitivo.
8. El 13 de junio de 2023 se llevó a cabo el informe oral solicitado por RAPPI, en el que reafirmaron los argumentos de defensa presentados en el procedimiento y se atendieron las consultas realizadas por los miembros de esta Comisión.

II. ANÁLISIS

A) Sobre la disposición de métodos comerciales coercitivos por parte de RAPPI:

9. El presente PAS está referido a la presunta infracción al literal b) del artículo 56¹¹ del Código, toda vez que en las relaciones de consumo que RAPPI entabla a través de su aplicativo, asignaría de forma predeterminada un monto por concepto de propina que se adicionaría de forma automática al costo total del producto o servicio adquirido.

¹⁰ Elaborado por la consultora Compemedia.
Dicho informe sustenta la forma en la que se realiza el uso del aplicativo móvil de RAPPI, funcionalidad de la preselección de opciones y los alcances del artículo 56 del Código, respecto a la imputación realizada en el presente PAS.

¹¹ **Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor publicada en el Diario Oficial El Peruano el 2 de septiembre de 2010**
Artículo 56º. Métodos comerciales coercitivos. –
56.1 De manera enunciativa y no limitativa, el derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales coercitivos implica que los proveedores no pueden: (...)
b. Obligar al consumidor a asumir prestaciones que no ha pactado o a efectuar pagos por productos o servicios que no han sido requeridos previamente. En ningún caso puede interpretarse el silencio del consumidor como aceptación de dichas prestaciones o pagos, salvo que lo haya autorizado previamente de manera expresa. (...)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

10. En relación con la citada norma -con rango de ley- se establece que todos los consumidores tienen derecho a la protección contra los distintos métodos comerciales coercitivos existentes, lo que a nivel doctrinal su aplicación tiene como objetivo, forzar a que el consumidor, existiendo o no una relación contractual, asuma obligaciones o cargas no pactadas o autorizadas, advirtiéndose que los métodos coercitivos comunes son la modificación unilateral por parte del proveedor de las condiciones y términos contractuales en que un consumidor adquirió un producto o servicio, o incluso el cargo automático de una oferta no requerida por el consumidor¹².
11. Justamente, a través de la referida disposición se establecen dos (02) supuestos distintos que configuran el tipo infractor. Por un lado, se tiene i) el hecho de obligar al consumidor a asumir prestaciones que no ha pactado y, por otro lado, ii) a efectuar pagos por productos o servicios que no han sido requeridos previamente.
12. Sobre los métodos comerciales coercitivos, se tiene que estos afectan la libertad de decisión y la libertad de contratación que tienen los consumidores, de modo que, al imponerles obligaciones no pactadas por el libre ejercicio de su voluntad vulneran sus derechos. Al respecto, la Sala refiere que el único sujeto que puede juzgar qué es lo que más le conviene al consumidor es él mismo, no estando el proveedor autorizado para arrojarse tal decisión¹³.
13. En esa línea, las prácticas coercitivas no sólo se configuran cuando el proveedor establece una relación contractual con el consumidor sin su consentimiento sino también cuando el consumidor tiene la voluntad de sostener dicha relación y el proveedor le pone obstáculos y trabas para otorgar el producto o servicio ofrecido.
14. En tal sentido, se puede afirmar que, en una relación de consumo o en una etapa anterior a ésta, los métodos coercitivos constituyen una anomalía en la formación, aprobación o consumación de la voluntad del consumidor, convirtiendo una operación de consumo razonada en virtud a las necesidades de este y las características del producto, en una operación incorrecta e ineficaz que lesiona los derechos e intereses económicos del consumidor, pues le exige y constriñe a asumir costos no precavidos o no advertidos oportunamente¹⁴.
15. Respecto al término “obligación” contenido en el tipo infractor, la Real Academia de la Lengua Española (en adelante, RAE)¹⁵ ha señalado, por ejemplo, que el hecho de obligar puede entenderse también como la acción de compeler, mover e impulsar a hacer o cumplir algo, sin necesidad de aplicar la fuerza o intimidación. En ese sentido, la sola imposición automática de un valor monetario por un concepto que el consumidor no eligió afecta su libre voluntad, con lo cual queda configurado este, por haber dispuesto de forma unilateral y predeterminada de un valor monetario por propina sin la autorización del consumidor.

¹² FERRAND RUBINI, E. *Los derechos de los consumidores*. En: *Ley de Protección al Consumidor*, Rodhas, Lima, 2004, p. 66.

¹³ Resolución 0173-2006/TDC-INDECOPI de fecha 08 de febrero del 2006, recaída sobre el Expediente N.º 494-2005/CPC.

¹⁴ CASTILLO, CESAR. *La aplicación de métodos comerciales coercitivos y métodos agresivos o engañosos en la venta de productos vacacionales en el Perú* (Tesis de licenciatura en Derecho). Universidad de Piura, Piura, 2017, p. 45.

¹⁵ Ver: <https://dle.rae.es/obligar>
Obligar, del lat. obligāre.

1. tr. Mover e impulsar a hacer o cumplir algo, compeler, ligar.
2. tr. Ganar la voluntad de alguien con beneficio u obsequios.
3. tr. Hacer fuerza en una cosa para conseguir un efecto. Esta mecha no entra en la muesca sino obligándola.
4. tr. Der. Sujetar los bienes al pago de deudas o al cumplimiento de otras prestaciones exigibles.
5. prnl. Comprometerse a cumplir algo.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

16. Justamente, a través del artículo VI¹⁶ del Título Preliminar del Código referido a políticas públicas, se ha establecido que el Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses. Además, reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, por lo que procura y promueve una cultura de protección al consumidor, acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos. Estas disposiciones, si bien generales, dotan de contenido a las normas del Código y las orientan, evidenciando los intereses que se busca proteger con la normativa de protección al consumidor.
17. En el presente caso, los hechos materia de análisis están relacionados con un modelo de negocio particular pues RAPPI cuenta una plataforma virtual, por medio de la cual se pueden conectar: (i) aliados comerciales; (ii) usuarios/consumidores; y (iii) repartidores independientes (Rappitenderos). A través de la plataforma RAPPI, los aliados comerciales pueden exhibir sus productos y/o servicios, con el fin de que sean adquiridos por los Usuarios/Consumidores. Estos últimos, a su vez, pueden conectarse con los repartidores independientes que esta aplicación designa, para llevar a cabo el encargo correspondiente¹⁷.
18. La plataforma virtual de RAPPI brinda información a los consumidores, es decir, todo lo que allí está dispuesto forma parte de las condiciones para la adquisición de algún producto o la prestación de algún servicio. Es responsabilidad de RAPPI, brindar sus servicios de forma tal que no se afecte los intereses de los consumidores y, además, proporcionar o disponer información que no contravenga lo dispuesto en el Código o cualquier otra norma que tutele el derecho de los consumidores.
19. Las capturas de pantalla de la verificación¹⁸ realizada en la APP de RAPPI, permiten apreciar que esta empresa asigna automáticamente un valor monetario aleatorio por concepto de propina por el servicio empleado. Dicho aspecto que no ha sido cuestionado por RAPPI, pues en su defensa ha señalado que la opción de propina preseleccionada no implica ninguna infracción al Código, porque puede ser modificada o aceptada expresamente por el usuario, de forma previa al pago del servicio, lo cual constituye únicamente un monto sugerido que puede ser fácilmente modificado por el usuario o cambiado a valor cero (0) siendo claro y expreso a través de un mensaje en el ítem propina que esta es de carácter voluntario (liberalidad). La verificación efectuada por la Secretaría Técnica se reproduce a continuación:

¹⁶ Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor publicada en el Diario Oficial El Peruano el 2 de septiembre de 2010

TÍTULO PRELIMINAR (...)

Artículo VI. - Políticas públicas (...)

3. El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado; y busca que ellos tengan un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.

4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza. (...)

8. El Estado procura y promueve una cultura de protección al consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor. (...)

¹⁷ Ver <https://legal.rappi.com/colombia/terminos-y-condiciones-de-uso-de-plataforma-rappi-2/>

¹⁸ Realizada a través de la acción de supervisión del 13 del mes de octubre de 2022 y 27 de diciembre de 2022.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

Paso N.º 1: Elección de tiempo de entrega

Al acceder al resumen de compra aparece por defecto seleccionada la opción "Básica", la cual, no implica, ningún recargo adicional.

- Inicialmente, se le presenta al consumidor la posibilidad de seleccionar el tiempo de entrega, dentro de las siguientes opciones:
- **Prioritaria**
Recíbelo todo más rápido (+ S/1.50)
 - **Básica**
Tiempo de entrega habitual (S/0.00)
 - **Sin prisa**
Ahorra por esperar unos minutos (- S/1.50)

Paso N.º 2: Elección del método de pago

Luego, el consumidor deberá seleccionar el método de pago a utilizar para realizar la compra.

Paso N.º 3: Cobro del importe propina

Selección automática y por defecto de S/5.00 por concepto de propina.

Luego de elegido el método de pago, se visualiza la sección correspondiente a la propina. En primera instancia no se visualiza la opción para elegir el importe S/. 0, ni información referida a que existe la posibilidad de elegir realizar la compra sin propina.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

Paso N.º 4: Resumen del total a pagar

Propina
¡Las entregas solo son posibles gracias a ellos!
Añade una propina y reconoce su esfuerzo

S/2.50 **S/5** S/7.50 Other ₺

Tu Rappi recibe el 100% de este valor

Resumen [Ver resumen](#)

Costo de productos	S/92.70	S/35.92
Tarifa de Servicio		S/5.90
Costo de envío	Gratis	S/1.79 S/0.00
Propina		S/5.00

[Así funcionan nuestros costos](#)

Total a pagar
S/46.82

Hacer pedido

Recargo automático de S/5.00 por concepto de propina, en el resumen de compra.

Al no advertirse en la misma pantalla de visualización del resumen de compra, la opción S/0, o realizar la compra sin propina, el importe preestablecido en el aplicativo u otro diferente de S/ 0, se sumaría al importe total a pagar por el consumidor.

Paso N.º 5: Elección de la compra sin propina

Propina
¡Las entregas solo son posibles gracias a ellos!
Añade una propina y reconoce su esfuerzo

S/2.50 **S/5** S/7.50 Other ₺

Tu Rappi recibe el 100% de este valor

Resumen [Ver resumen](#)

Costo de productos	S/92.70	S/35.92
Tarifa de Servicio		S/5.90
Costo de envío	Gratis	S/1.79 S/0.00
Propina		S/5.00

[Así funcionan nuestros costos](#)

Total a pagar
S/46.82

Hacer pedido

Para poder efectuar la compra sin propina, el consumidor deberá regresar a la sección "Propina" y realizar acciones adicionales

Como primer paso, el consumidor deberá seleccionar el botón "Other".

Paso N.º 6: Elección de la compra sin propina

Escribe un monto

S/0

Agregar propina

Sin propina

1 2 3 \times

4 5 6 Hecho

7 8 9 .

0 ,

Como segundo paso, el consumidor tendrá dos opciones:
i) ingresar un monto diferente a "0"
o ii) seleccionar la opción "Sin propina".

Paso N.º 7: Elección de la compra sin propina

Finalmente, después de las gestiones realizadas, el consumidor recién podrá efectuar la compra sin propina, y, por ende, disminuir el importe del total a pagar por su pedido.

Luego de realizada la elección “sin propina”, se visualiza la modificación del importe de propina, seleccionando a “S/0.00”.

20. De las imágenes precedentes, se verifica que, si bien al momento de proceder a efectuar el pago de una orden de compra, los consumidores tendrían la posibilidad de elegir y/o seleccionar el tiempo de entrega¹⁹ de sus productos sin que aparezca de forma preseleccionada, lo que no ocurre con el concepto de propina, pues este se establece por defecto o de forma predeterminada. Por ejemplo, en las capturas de pantalla presentadas, se identificó que RAPPi asignaba por concepto de propina la suma de S/. 5.00 soles²⁰.
21. Resulta importante precisar que en la supervisión realizada (13 de octubre de 2022) se identificó que RAPPi contaba con la opción -en inglés- para optar por una compra sin propina²¹, lo cual, hacía que el procedimiento para retirar el importe asignado por concepto de propina sea aún menos advertible y más engorroso para los consumidores, incluso asumiendo que todos los consumidores conocen el significado del término “Other” (Otros). Este hecho también fue advertido²² por la Secretaría Técnica, antes de iniciar el PAS, es decir continuaba consignando de forma predeterminada el concepto de propina y para modificarla, el consumidor debía ingresar a la opción en inglés “Other”.
22. Del análisis de los hechos presentados, esta Comisión advierte que la conducta en cuestión evidencia dos (02) escenarios de cara a los consumidores: (i) por un lado, RAPPi asigna la propina de forma predeterminada o por defecto, situación que afecta la autonomía de los consumidores puesto que el monto (S/.) preasignado no es elegido por estos y (ii) por otro lado, se ha verificado que esta asignación se da con anterioridad a que el servicio del Rappitendero sea brindado, en otras palabras, los consumidores tienen que asumir que el servicio que contrataron será idóneo, sin saber

¹⁹ Respecto de las siguientes opciones: (i) “Prioritaria” recíbelo todo más rápido (+ S/.1.50), (ii) “Básica” tiempo de entrega habitual (S/.0.00), y (iii) “Sin prisa” ahorra por esperar unos minutos (- S/.1.50).

²⁰ Se precisa que este monto (S/.) preasignado puede variar dependiendo del pedido que realice el consumidor, incluso se ha verificado que en lugar de un monto dinerario se asigna un porcentaje de propina (%), que al momento de realizar el cobro se convierte en un monto específico.

²¹ En la etapa de investigación preliminar, se evidenció que para modificar el valor de la propina asignada por RAPPi el consumidor debía ingresar al ítem “Otro”.

²² Mediante Documento de Registro de Información del 03 de enero de 2023.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

cómo es que se realizará la prestación final del servicio.

23. En el IFI la Secretaría Técnica consideró el empleo de “Patrones Oscuros” o “*Dark patterns*” a través de plataformas digitales que tomaron relevancia con el avance de la tecnología y la implementación de la economía colaborativa²³, creando un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por los particulares²⁴. En esa línea, la Secretaría Técnica consideró relevante que *“la economía colaborativa parte de una reordenación profunda del modo en el que los consumidores se relacionan entre sí, aportando flexibilidad y eficiencia al consumo, pero planteando al tiempo dificultades de calado por lo que respecta al tratamiento que este fenómeno debería recibir desde un punto de vista normativo”*.²⁵ (El resaltado es nuestro). Finalmente, consideró que, con la aparición de este modelo de negocio, ha aparecido también el neologismo “Patrones Oscuros” (*Dark Patterns*), término acuñado por el consultor de experiencia de usuario, Harry Brignull, en el año 2010²⁶, referido a todas aquellas estrategias o tácticas empleadas deliberadamente por los diseñadores web con el objetivo principal de engañar al usuario para que realice acciones indeseadas o que, de no haber mediado el patrón o haber tenido la información adecuada, no hubieran efectuado²⁷.
24. Cuando las personas usan sitios web y aplicaciones, no necesariamente leen cada palabra en cada página, sino puede ser una lectura general o superficial. Si una empresa quiere inducirlos para que hagan algo, puede aprovechar esto simulando una situación que no es real: *“los diseñadores utilizan su conocimiento sobre el comportamiento humano (por ejemplo, psicología) y los deseos de los usuarios finales para implementar funciones engañosas que no son lo mejor para el usuario”* (Gray et al, 2018). De esta forma, se utilizan distintos métodos para desorientar visualmente a los consumidores, así como también la utilización de lenguaje confuso, opciones ocultas o falsas urgencias²⁸.
25. Conforme se desarrolló en el IFI, de una investigación realizada por la Universidad de Princeton²⁹ se determinó que: (i) la inclusión de patrones oscuros es una tendencia en auge y se extiende a interfaces distintas de las páginas webs (p.e. aplicaciones

²³ Esquema de intercambio de bienes y servicios en el mercado.
“La novedad de la llamada economía colaborativa radica en el aprovechamiento de las posibilidades abiertas por las tecnologías informáticas que emergen a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, aprovechamiento que permite reducir muy considerablemente las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades, incrementar la escala en la que se llevan a cabo y realizarlas de formas distintas a las hasta ahora conocidas.
- DOMÉNECH PASCUAL, Gabriel. La regulación de la economía colaborativa. El caso Uber contra el taxi. España: Ceflegal. Revista práctica de derecho 175-176. P. 65.”

²⁴ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, *Una Agenda Europea para la economía colaborativa*, ap. 1, p. 3.

²⁵ JARNE MUÑOZ, Pablo. “El consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro”. P. 74.

²⁶ <https://www.deceptive.design/about-us>

²⁷ En ese sentido, los *Dark Patterns* pueden tomar múltiples formas, desde las señales de urgencia y escasez cuando se realizan compras por internet, presentando mensajes como “últimas unidades”, “sólo por pocas horas” o banners con contadores de tiempo, hasta notificaciones de actividad donde aparecen, por ejemplo, pop ups que indican cuántas personas han visto la misma publicación, cuántas personas han comprado el mismo artículo, etc.

²⁸ Informe de Resultados de Levantamiento de *Dark Patterns* en Comercio Electrónico, emitida por el Servicio Nacional del Consumidor de Chile – SERNAC, 2021.
Al respecto, cuando Brignull advirtió sobre esta situación en 2010, señaló que existían 7 tipos de patrones oscuros; sin embargo, años después en un estudio realizado por la Universidad de Princeton, se analizó un total de 53.000 páginas, se descubriéndose más de 1.818 ejemplos de patrones oscuros. Ello resulta lógico, dado que en la última década los avances informáticos han sido notables y, a su vez, la experiencia de usuario ha ido cobrando mayor protagonismo en las estrategias comerciales.

²⁹ Mathur, Arunesh, Gunes Acar, Michael J. Firedman, Elena Lucherini, Jonathan Mayer, Marshini Chetty, and Arvind Narayanan. 2019. “Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites.” Proc. ACM Hum-Comput. Interact, Vol. 3, Article 81, Noviembre. <https://arxiv.org/pdf/1907.07032.pdf>



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

- móviles, videojuegos, etc.); y (ii) que, al contrario de lo que cabe imaginar, cuanto mayor es la popularidad de la página en cuestión, el uso y cantidad de éstos aumenta.
26. Justamente, dentro de la clasificación de patrones identificados³⁰, se encuentran los “Patrones Oscuros de Asimetría”, estos se caracterizan por presentar las opciones al usuario de forma desproporcionada o con un diseño totalmente desigual, siendo que, en estos, se busca conseguir los resultados deseados aplicándolos como la configuración por defecto, sabiendo que en muchos casos los usuarios no lo cambiarán por “comodidad” o en su defecto, se genera puntos llamativos en la página para distraer la atención de otros de igual relevancia. Asimismo, los “Patrones Oscuros de Encubrimiento”, se caracterizan por buscar camuflar algunas compras de bienes o servicios o acciones adicionales dentro de la decisión inicial del consumidor o usuario, de modo que, cuando llega al último paso/pantalla de un proceso de pago, descubre nuevos costes inesperados, para ello, establecen cargos adicionales como opciones predeterminadas, tal es así, que, si el usuario ha realizado la compra con prisa, probablemente no se dé cuenta.
27. En línea de lo señalado, se identificó que RAPPI consigna como opción predeterminada y, por defecto, el concepto de propina -que implica la asignación de un valor económico- lo cual se adiciona al valor del bien adquirido por los consumidores y para efectos de no proceder con estos pagos, se deben realizar acciones adicionales para modificar el valor de la propina sumada de forma automática al servicio contratado³¹. Este modelo conlleva a que RAPPI pretenda realizar el cobro de este concepto antes de que el servicio se haya prestado, es decir, sin que el consumidor haya recibido el producto. El hecho de asignar una propina no requerida previamente por los consumidores genera un cargo automático que obliga a quien consume, a realizar otras acciones para pronunciarse por la negativa de la aplicación de este concepto o la variación de este.
28. Adicionalmente a ello, no escapa de la valoración de este Colegiado que la asignación de una propina de manera previa a la prestación del servicio desnaturalizaría dicho concepto, entendido como una retribución ante un buen servicio que puede ser evaluado y “premiado” con la propina luego de que el consumidor haya podido obtener el producto o se haya ejecutado la prestación. Justamente, RAPPI señaló en sus descargos e informe oral que el diseño de su APP busca a través de las propinas, un reconocimiento del servicio prestado por el Rappitendero, no obstante, el hecho de reconocer implica que haya un servicio prestado efectivamente, de lo contrario este reconocimiento se estaría desnaturalizando.
29. Se precisa que en una relación de consumo o en una etapa anterior a ésta, los métodos coercitivos constituyen una anomalía en la formación, aprobación o

³⁰ Se identificó que estos se clasifican en las siguientes categorías, según sus intenciones, diseño o efectos:

- (i) asimetría;
- (ii) tendencia al engaño;
- (iii) encubrimiento;
- (iv) ocultaciones; y,
- (v) restricciones.

³¹ Dicha situación fue puesta en conocimiento de RAPPI, y este mediante escrito S/N recibido el 19 de julio de 2022, señaló que, constantemente busca mejorar la plataforma y dar una mejor experiencia a los usuarios; razón por la que se encontraban explorando las posibilidades para poder modificar la forma como se exhibe la información al usuario, sin embargo, tras una nueva comprobación realizada por la DFI (02 de septiembre de 2022) se concluyó que se mantenía la opción de propina con un valor predeterminado. Agregó que ello les conllevaría un plazo adicional dado que cualquier modificación relacionada con el “check out” de la Plataforma Rappi implica una modificación de producto en la configuración; por tanto, dicho procedimiento les implicaría diversas modificaciones, validaciones y aprobaciones. La recomendación del inicio de un procedimiento en contra de RAPPI obra en el Informe N.º 0441-2022/DFI del 18 de noviembre de 2022.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

- consumación de la voluntad del consumidor, convirtiendo una operación de consumo razonada en virtud a las necesidades de éste y las características del producto, en una operación incorrecta e ineficaz que lesiona los derechos e intereses económicos del consumidor, pues le exige y constriñe a asumir costos no precavidos o no advertidos oportunamente³² lo que a su vez, conlleva a generar al consumidor, el cobro de un concepto (propina) sin haber recibido el producto adquirido, es decir sin que la relación de consumo se haya perfeccionado.
30. Considerando el modelo de negocio en el que se desarrolla la relación de consumo, RAPPI pone al consumidor en un escenario en el que determina previamente un valor por el concepto de propina, motivándolo de ese modo a continuar con la compra siendo que en muchos casos -dado el análisis de los reclamos presentados por los consumidores- ni siquiera logran advertir el cobro de este. Incluso en los casos en los que se logra advertir la asignación de este monto, el sólo hecho de asignarlo previamente sin que el consumidor lo haya elegido o solicitado, configura la aplicación de un método comercial coercitivo que la ley proscribe.
 31. En línea de lo indicado, la sola imposición automática de un valor monetario por un concepto que el consumidor no eligió afecta su libre voluntad, con lo cual, contrariamente a lo señalado por el administrado, se tiene configurado el elemento "obligación" como señala el artículo 56 del Código. Asimismo, se recalca que independientemente de que el consumidor haya realizado el pago del valor de propina dispuesto por RAPPI, el hecho infractor queda configurado por haber dispuesto de forma unilateral y predeterminada de un valor monetario por concepto de propina sin la autorización del consumidor.
 32. No debe perderse de vista que, en el caso en particular, el hecho analizado está referido a que RAPPI, previamente a la prestación del servicio de reparto, es decir aun cuando el consumidor no recibió la prestación del servicio contratado-, establece por defecto un determinado importe por concepto de propina, sin que sea el propio consumidor quien determine si corresponde otorgar esta o de ser el caso la cantidad de la misma, situación que conllevaría al consumidor a proseguir con la compra sin advertir este cobro, lo que a su vez implicaría generar un cargo automático que obliga a quien consume, realizar otras acciones para pronunciarse por la negativa de la aplicación de este concepto o la variación del mismo.
 33. Justamente, este hecho es lo que se reprocha a RAPPI, pues si bien permite que el consumidor modifique el monto de la propina que bajo su criterio asignan previamente a la compra del consumidor, es este quien debería decidir si otorgar esta o no, tal como se presenta la opción de "Tiempo de entrega" en su aplicativo en la que el monto asignado es de S/. 0.00 (tarifa básica) siendo el consumidor quien decide convertirla en tarifa prioritaria pagando S/. 1.50 o tarifa sin prisa descontándole S/. 1.50 soles.
 34. Un razonamiento en contrario, podría -incluso- conllevar a otorgar una retribución adicional sin haber determinado que esta resultaba justificada o merecida por parte del Rappitendero. Sin embargo, a criterio de RAPPI ello no constituiría una vulneración a los derechos de los consumidores, sino una práctica común y lícita que coadyuva a la toma de decisiones reduce costos de transacción e incentiva ciertas conductas.

³² CASTILLO, CESAR. *La aplicación de métodos comerciales coercitivos y métodos agresivos o engañosos en la venta de productos vacacionales en el Perú* (Tesis de licenciatura en Derecho). Universidad de Piura, Piura, 2017, p. 45.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

35. La Comisión no desconoce el empleo de aplicativos móviles para la adquisición de productos o servicios, lo cual no es materia de discusión en este caso. Lo que se persigue con la investigación de conductas como las imputadas es que el surgimiento o existencia de nuevos modelos de negocio contemplen el respeto de los derechos de los consumidores; lo que no ocurre cuando se emplean técnicas o prácticas que conlleven a los usuarios a contratar o pagar por servicios que no han requerido. Ello, independientemente de que, durante el procedimiento de compra, exista un resumen de los conceptos que RAPPI cobra a los consumidores.
36. El poder modificar el costo de la propina antes de realizar el pago del bien contratado -como alega RAPPI- no sustituye el derecho a que, de forma preliminar, sea este quien determine, asigne y adicione el valor del referido concepto a la compra realizada, pues esta elección (otorgar una propina o su valor) debe ser una decisión del propio consumidor. En el procedimiento se ha advertido que los conceptos de propinas canalizados a través de la plataforma de RAPPI, de junio a diciembre de 2022 ascendieron a [REDACTED] de pedidos en los que se habría otorgado propinas.
37. RAPPI agregó que, de forma expresa y clara informa a través de un mensaje en el ítem propina, que esta es de carácter voluntario es decir que constituye una liberalidad a favor de los repartidores y también ha señalado que las propinas no constituyen ningún tipo de prestación a su favor ni se tiene alguna injerencia sobre ella, siendo que lo que la plataforma busca, a través de un sistema de intermediación integrado y eficiente, es conectar a los tres (03) agentes que participan en su plataforma: los usuarios/consumidores, los repartidores independientes y los aliados comerciales.
38. Sin embargo, en el procedimiento, no se está cuestionando el hecho de otorgar o no una propina (incentivo o *nudge*), pues en efecto, conforme alegó RAPPI, esta es una conducta socialmente aceptable que implica la liberalidad de parte del consumidor de otorgar un reconocimiento por el servicio prestado. Lo que se discute en el PAS es el hecho de que RAPPI, asigne de forma predeterminada un monto de propina (S/) cuando este podría ser S/. 0.0 soles, así como las opciones de asignación por parte del consumidor.
39. Por lo expuesto, la conducta desplegada por RAPPI se subsume dentro del tipo de método comercial coercitivo previsto legalmente, porque establecer unilateralmente y de forma predeterminada el concepto de propina, sin que este concepto o monto sea elegido por decisión del consumidor, conlleva a que asuma obligaciones o cargas no pactadas o autorizadas de manera previa, e incluso asumir el pago por servicios que aún no han sido prestados, satisfaciéndose con ello el principio de tipicidad³³ que exige la ley.
40. Es importante precisar que este mismo hecho y bajo el mismo modelo de negocio, ha sido investigado e imputado a la empresa RAPPI Arg. S.A.S. por parte de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo de Argentina, al haber verificado que la empresa impondría el cobro de sumas de dinero en concepto de propina por la realización de pedidos a través de su APP aun cuando ello no fuera

³³ El cual constituye una de las manifestaciones o concreciones del principio de legalidad, respecto de los límites que se imponen al legislador administrativo, a efectos de que las prohibiciones que definen sanciones estén redactadas con un nivel de precisión suficiente que permita a cualquier ciudadano de formación básica, comprender sin dificultad lo que se está proscribiendo bajo amenaza de sanción en una determinada disposición legal. (Sentencia del Tribunal Constitucional STC N.º 2192-2014-AA/TC).



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

solicitado por quien realiza la compra³⁴. En este caso, se imputó la presunta infracción al artículo 35 de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor³⁵, toda vez que impondría a las y los consumidores el cobro de sumas de dinero en concepto de propina por la realización de pedidos a través de su App y/o sitio Web, el cual no habría sido requerido previamente por tales consumidores, generando un débito o cargo automático y obligándolos a pronunciarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice³⁶.

41. Por otro lado, RAPPI, ha señalado que el IFI hace referencia a los “*dark patterns*”, pese a que en el Perú no se ha desarrollado, regulado, ni emitido criterios sobre los mismos por lo cual no puede ser replicado al ordenamiento jurídico peruano. Al respecto, si bien la Secretaría Técnica desarrolló en una cuestión previa (numerales 09 al 21 del IFI) lo referente a “Patrones Oscuros” o Dark patterns, ello no sustenta la imputación de cargos, pues los hechos analizados en el PAS se encuentran contenidos en la vulneración del artículo 56 literal b) del Código.
42. Si bien, parece lógico que un consumidor no pueda ser obligado al pago de productos o servicios que no ha contratado, en la práctica, resulta común encontrar situaciones en las cuales al consumidor se le aplican cargos por servicios o productos que no ha contratado expresamente o que, en todo caso, ha contratado bajo la forma de un silencio o aceptación de cláusulas que no le han sido informadas. Siendo ello así, la forma en la que RAPPI establece el pago de propina que los consumidores realizan por los productos adquiridos constituiría lo que se conoce en comercio electrónico como “Patrones Oscuros”, cuya aplicación obedece a técnicas de experiencia de usuario, siendo que su implementación y diseño han sido pensados y cuidados para alcanzar ciertos fines que, en la práctica, aunque son métodos comerciales modernos, no se alejan de los objetivos del marketing tradicional y todos ellos persiguen lo mismo: satisfacer necesidades de la sociedad y/o crearlas.
43. La pretensión de obtener beneficios y el marketing en general no es algo negativo, sin duda, también los consumidores pueden verse beneficiados de esta oportunidad al descubrir nuevos productos o servicios, el problema surge cuando se utilizan técnicas que pretenden aprovecharse de aspectos psicológicos o de cualquier otra índole, para poder obtener la rentabilidad deseada. En este sentido, es imprescindible destacar

³⁴ Ver: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/imputacion-pedidos-ya-rappi#:~:text=La%20Direcci%C3%B3n%20Nacional%20de%20Defensa.virtud%20del%20concepto%20de%20propina>

³⁵ Artículo 35 de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor de Argentina: — Prohibición. Queda prohibida la realización de propuesta al consumidor, por cualquier tipo de medio, sobre una cosa o servicio que no haya sido requerido previamente y que genere un cargo automático en cualquier sistema de débito, que obligue al consumidor a manifestarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice.
Si con la oferta se envió una cosa, el receptor no está obligado a conservarla ni a restituirla al remitente, aunque la restitución pueda ser realizada libre de gastos.

³⁶ A modo de referencia -pues esta conducta aún no ha sido sancionada en Argentina- se transcribe parte de la Providencia del 14 de marzo de 2022.
Expediente Electrónico EX-2022-20399678- -APN-DGD#MDP (...)
Al analizar paso a paso las instancias para la realización de los pedidos mencionados precedentemente, se advierte que bajo el título “Añade una propina” y a continuación de la frase “¡Las entregas no serían posibles sin ellos!” Rappi configura como “pre elegida” la suma de \$ 40 (pesos cuarenta) en concepto de propina para la persona a la que eventualmente le corresponda llevar el pedido al domicilio solicitado por el comprador, cargo que no habría sido solicitado por las y los consumidores y que los obliga, en caso de no querer proporcionar dicha propina a través de la plataforma de rappi, a presionar la pestaña “otro” obrante en dicho sitio y modificar manualmente - colocando el número cero - el importe predispuesto por Rappi, tal como surge de las constancias obrantes en estas actuaciones.
En virtud de ello, imputase a Rappi Arg S.A.S. presunta infracción al art. 35 de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor, toda vez que impondría a las y los consumidores el cobro de sumas de dinero en concepto de propina por la realización de pedidos a través de su App y/o sitio Web, el cual no habría sido requerido previamente por tales consumidores, generando un débito o cargo automático y obligándolos a pronunciarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

que, en ocasiones, el abuso de estas prácticas puede ocasionar un vicio en el consentimiento del usuario.

44. Justamente, el 20 de febrero de 2023, RAPPI presentó en el PAS la constancia de reclamos de consumidores que cuestionaban la asignación del concepto de propina sin su consentimiento, lo que da cuenta de lo antes desarrollado³⁷. Por lo expuesto, los consumidores podrían no advertir este concepto y su valor y realizar el pago del producto asumiendo el valor de una propina que RAPPI dispuso de forma preliminar y automática. Asimismo, dicho contexto, en el que los consumidores aún no han recibido la prestación del servicio contratado, generaría que incluso estos se expongan a otorgar una retribución adicional sin haber determinado que esta resultaba merecible.
45. Si bien RAPPI no tiene injerencia o beneficio del concepto de propinas, lo cierto es que dispone la asignación de un concepto de propina de forma predeterminada sin que el consumidor sea quien decida otorgar la misma. Así, lo dispuesto constituye la vulneración a la libertad de elección de los consumidores y constituye de esa forma un método comercial coercitivo que afecta el derecho de estos, independientemente de que el dinero llegue a una cuenta de recaudación y que luego sea entregado a los repartidores.

En lo que respecta al informe oral, llevado a cabo el 13 de junio de 2023, RAPPI presentó una tabla que consideraba el número de consumidores que realizó la modificación del valor que preasignada el aplicativo, para acreditar que el consumidor se daba cuenta que podía modificar este concepto con lo cual los “nudge” o incentivos se encontraban justificados,

47. Sobre el particular, tal como fue advertido en el informe oral por la Comisión, el concepto de “nudge” está relacionado a la economía conductual, a la economía del comportamiento y a la psicología en general, de ese modo, el concepto de “nudge” se enmarca dentro de la arquitectura social que entiende que las personas tienen ciertas barreras o sesgos conductuales al tomar decisiones que pueden estar relacionadas a diferentes aspectos, por ejemplo: falta de concentración, miopía, tasa de descuentos hiperbólica, desviaciones de lo que es la decisión con economía, entre otros. La literatura concluye que si bien pueden ayudar mucho a las personas a tomar mejores decisiones también menciona que si su uso no es adecuado y que si no se enmarca entre los patrones éticos de intercambio en el mercado podía ser usado para llevar o sesgar la decisión del consumidor a hacia el beneficio puntal de las empresas, así, el empleo de los “nudge” no siempre pueden encontrarse justificados.
48. En el presente caso, el “nudge” en cuestión, relacionado a la selección de propina no incluye la opción cero de forma preliminar o a la vista del consumidor, siendo que la

³⁷ Por citar algunos ejemplos -no son los únicos casos- se presentan nueve (09) situaciones en los que se aprecia lo señalado:

Detalle del reclamo
Yo no coloqué 4 soles de propina.
RAPPI marcó en mi pedido 27 soles de propina que yo no autorice, solicito la devolución.
Se modificó el monto de la orden y no autorizo los 60 soles como propina.
Usuario indica se le cobro propina sin el colocarla.
Usuaría indica que se le hizo cargo de propina sin su consentimiento.
Usuario indica que se le realizo cobro de propina sin consentimiento.
Usuario indica se le cobro propina sin su autorización.
Usuario indico que no autorizo poner la propina.
Indica que la propina predeterminada y no la quería ponerla.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

misma se incluye como “otros”, luego de que el consumidor realice un *click* para acceder a una nueva ventana que le permitirá modificar o no esta. Este hecho conlleva a concluir que sugerir montos sesga la decisión hacia determinados valores. Si bien la tabla presentada señala que aproximadamente el 60% de personas ponen como opción cero (0), lamentablemente no es posible observar el contrafactual de la misma, pues no es posible comparar este con otra situación similar en la que la opción sea cero (0) desde un comienzo y ver qué proporción de individuos no hubieran dado propina.

49. En atención a lo señalado, RAPPI indicó que el que se marque una opción distinta a cero es algo que justamente quiere incentivar como conducta de “*oye dejémosles propina a los repartidores*” y ese incentivo distinto a cero (0) es una conducta lícita que la mayoría de las personas por lo menos aprecia y considera como socialmente aceptable. No obstante, como ya se ha precisado, si bien el otorgar una propina es lícito, y que el consumidor tenga la opción de modificar o no el valor de la propina preasignada por RAPPI, no legitima que sea éste quien la haya asignado previamente, a la prestación del servicio y a la entrega del producto contratado.
50. Incluso a la fecha, se ha verificado que RAPPI continúa consignando de forma predeterminada el concepto de propina (en esta oportunidad como un % del valor del bien adquirido), cuyo valor se adiciona al valor del bien contratado, sin que esta elección haya sido elegida de forma voluntaria y previa del consumidor. Esta modalidad de asignar la propina (es decir en %) resulta aún más lesiva a los consumidores puesto que no sabrían de forma inmediata cual es el monto en soles que RAPPI había asignado previamente en favor de los Rappitenderos. Así nuevamente se evidencia la afectación a los intereses de los consumidores, pues estos no sólo ven mermada su autonomía para dejar o no una propina sino incluso, esta sigue cobrándose con anterioridad a que se materialice/perfeccione la relación de consumo.
51. Por lo antes expuesto, en el procedimiento se ha acreditado que RAPPI, infringió lo dispuesto por el literal b) del artículo 56° del Código, toda vez que en las relaciones de consumo que entabla a través de su APP, asigna de forma predeterminada un monto por concepto de propina que se adiciona de forma automática al costo total del producto o servicio adquirido.

B) Respecto a la presunta infracción del numeral 2.2 del artículo 2 del Código:

52. En este extremo, se imputó a RAPPI que a través de su APP habría brindado información que no resultaba apropiada y de fácil comprensión para los consumidores, toda vez que para adquirir un producto o servicio sin adicionar el concepto de propina debía realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma distinto al castellano, lo cual constituye una presunta infracción al numeral 2.2. del artículo 2 del Código.
53. Al respecto, el referido artículo señala que el proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, la información proporcionada debe ser de fácil comprensión y apropiada, además debe ser brindada en idioma castellano.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

54. Sobre el particular, RAPPI reconoció la presunta infracción imputada³⁸ y solicitó la aplicación de atenuantes de conformidad con el artículo 257 del TUO de la LPAG y el Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM.
55. Al respecto, el artículo 257 del TUO de la LPAG reconoce como una circunstancia atenuante de responsabilidad, además de los supuestos que puedan establecer las normas especiales, el reconocimiento que formule el administrado, de forma expresa y por escrito, luego del inicio del procedimiento. Debe indicarse que dicha figura implica admitir la responsabilidad administrativa respecto de los hechos que fueron imputados por la autoridad administrativa, renunciando así a plantear argumentos de defensa³⁹.
56. En el caso concreto, el 20 de febrero de 2023, RAPPI alegó haber reconocido la conducta imputada en este extremo. En ese sentido, se evidencia la voluntad de reconocer la conducta imputada desde su escrito de descargos a la Resolución N.º 1, es decir, antes del IFI. No debe perderse de vista que la figura del reconocimiento de responsabilidad administrativa implica la admisión del hecho imputado, en este caso, respecto de la segunda imputación contenida en la Resolución N.º 1, lo cual a su vez implica la renuncia a sus argumentos de defensa. En tal sentido, queda acreditada su responsabilidad de RAPPI tanto por la documentación obrante en el expediente, como de su propia declaración⁴⁰.
57. Ahora bien, teniendo en cuenta que el reconocimiento formulado por RAPPI fue expreso y por escrito, corresponde aplicar los efectos de dicha figura al momento de graduar la sanción que corresponda imponer, conforme lo establece el literal a) del numeral 2 del artículo 257 del TUO de la LPAG y finalmente, en relación a los argumentos referidos a justificar el nivel de afectación de la conducta, ello será materia de análisis al momento de graduar la sanción que corresponda imponer a RAPPI, en este extremo.
58. Por los fundamentos expuestos, se concluye que RAPPI habría vulnerado lo dispuesto en el numeral 2.2. del artículo 2 del Código toda vez que a través de su aplicativo móvil brindó información que no resultaba apropiada y de fácil comprensión para los consumidores, toda vez que, para adquirir un producto o servicio, en el que no desee, adicionar el concepto de propina, debía realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma distinto al castellano.

C) MEDIDA CORRECTIVA

59. Respecto a las medidas correctivas, en el artículo 105 del Código se establece la facultad de la Comisión para adoptar las medidas que reviertan los efectos que la conducta infractora hubiera ocasionado o evitar que esta se repita⁴¹.

³⁸ A través del escrito del 20 de febrero de 2022.

³⁹ "La confesión implica una admisión de los hechos en que se funda la pretensión. El allanamiento implica un reconocimiento de la petición de la pretensión". GONZÁLEZ PÉREZ, Jesús. "Comentarios a la Ley de la Jurisdicción Contencioso Administrativa", Tomo II, Cuarta Edición. Madrid: Civitas Ediciones, pág. 1488.

⁴⁰ Se precisa que, en estos casos, dicho hecho no podrá ser materia de controversia, en la medida que quedaría plenamente verificado y su cuestionamiento en el futuro carecería de fundamento.

⁴¹ **Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor publicada en el Diario Oficial El Peruano el 2 de septiembre de 2010**

Artículo 105.-El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) es la autoridad con competencia primaria y de alcance nacional para conocer las presuntas infracciones a las disposiciones contenidas en el presente Código, así como para imponer las sanciones y medidas correctivas establecidas en el presente capítulo, conforme al



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

60. Por su parte, en el artículo 246⁴² del TUO de la LPAG se señala que las entidades solo podrán dictar medidas correctivas siempre que estén habilitadas por Ley o Decreto Legislativo y mediante decisión debidamente motivada y observando el Principio de Proporcionalidad, asimismo, en el artículo 251⁴³ del referido cuerpo normativo se ha previsto que las sanciones administrativas que se impongan al administrado sean compatibles con el dictado de medidas correctivas conducentes a ordenar la reposición o la reparación de la situación alterada por la infracción a su estado anterior, incluyendo la de los bienes afectados.
61. En el presente caso, se acreditó que RAPPI asigna de forma predeterminada un monto por concepto de propina que se adiciona automáticamente al costo total del producto o servicio adquirido, incluso antes de que el Rappitendero preste el servicio contratado por el consumidor. Por tal motivo, considerando que la propina constituye un reconocimiento al Rappitendero, esta Comisión considera que corresponde imponer una medida correctiva al administrado, a fin de que modifique la oportunidad y la manera en la que dispone el concepto de propina a través de cualquiera de sus plataformas digitales.
62. En el plazo máximo de quince (15) días hábiles, contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, la opción de propina deberá estar disponible al usuario luego de que el Rappitendero haya realizado la entrega del producto adquirido por el consumidor; y, deberá consignar en su plataforma por defecto o como opción predeterminada la alternativa de S/.00.0 soles por dicho concepto, dando la opción de que el consumidor pueda modificar este monto.
63. Vencido el plazo otorgado, RAPPI deberá en el plazo máximo de cinco (05) días hábiles cumplir con presentar ante la Comisión, los medios probatorios pertinentes (videos o capturas de pantalla) que acrediten el cumplimiento de la medida correctiva ordenada.
64. En caso no cumpla con acreditar el cumplimiento de la medida correctiva ante la Comisión, será pasible de imponerse una multa coercitiva en su contra, de conformidad con lo establecido en el artículo 117 del Código⁴⁴, en cuyo

Decreto Legislativo N.º 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi. Dicha competencia solo puede ser negada cuando ella haya sido asignada o se asigne a favor de otro organismo por norma expresa con rango de ley. (...)

⁴² **Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N.º 004-2019-JUS publicado en el Diario Oficial El Peruano el 25 de enero de 2019**

Artículo 246.- Medidas cautelares y correctivas

Las entidades solo podrán dictar medidas cautelares y correctivas siempre que estén habilitadas por Ley o Decreto Legislativo y mediante decisión debidamente motivada y observando el Principio de Proporcionalidad.

⁴³ **Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N.º 004-2019-JUS publicado en el Diario Oficial El Peruano el 25 de enero de 2019**

Artículo 249.- Determinación de la responsabilidad

249.1 Las sanciones administrativas que se impongan al administrado son compatibles con el dictado de medidas correctivas conducentes a ordenar la reposición o la reparación de la situación alterada por la infracción a su estado anterior, incluyendo la de los bienes afectados, así como con la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados, las que son determinadas en el proceso judicial correspondiente. Las medidas correctivas deben estar previamente tipificadas, ser razonables y ajustarse a la intensidad, proporcionalidad y necesidades de los bienes jurídicos tutelados que se pretenden garantizar en cada supuesto concreto.

249.2 Cuando el cumplimiento de las obligaciones previstas en una disposición legal corresponda a varias personas conjuntamente, responderán en forma solidaria de las infracciones que, en su caso, se cometan, y de las sanciones que se impongan.

⁴⁴ **Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor publicada en el Diario Oficial El Peruano el 2 de septiembre de 2010**

Artículo 117.- Multas coercitivas por incumplimiento de mandatos

Si el obligado a cumplir con un mandato del Indecopi respecto a una medida correctiva o a una medida cautelar no lo hace, se le impone una multa coercitiva no menor de una (1) Unidad Impositiva Tributaria, tratándose de una microempresa; en todos los otros supuestos se impone una multa no menor de tres (3) Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

En caso de persistir el incumplimiento de cualquiera de los mandatos a que se refiere el primer párrafo, el órgano resolutorio puede imponer una nueva multa, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de doscientas (200) Unidades



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

pronunciamiento se precisará el plazo que tendrá este Colegiado, de persistirse en el incumplimiento de lo ordenado, para imponer una nueva multa coercitiva, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de doscientas (200) UIT.

III. GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN

65. Para determinar la sanción a imponer deben aplicarse los criterios de graduación previstos en el Código y en el TUO de la LPAG, así como lo dispuesto en el Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM. Sin embargo, se manera previa al desarrollo de la graduación de la sanción, este Colegiado analizará los argumentos que cuestionan la recomendación de sanción contenida en el IFI ascendente a 70 UIT por la aplicación de métodos comerciales coercitivos y de 1.3 UIT por contravención al deber de información.
66. En lo que respecta a la graduación de sanción por la aplicación de métodos comerciales coercitivos previstos en el artículo 56 del Código, RAPPI, solicita se aplique el criterio de la Sala (Resolución N.º1950-2021/SPC-INDECOPI) que hace referencia a que ante una nueva interpretación/precedente de un hecho, del cual no ha tenido la posibilidad de anticiparse, corresponde ser sancionada con una amonestación.
67. En el presente caso, la conducta infractora se encuentra relacionada con un modelo de negocio particular pues este se brinda a través de un aplicativo móvil – APP Rappi, conducta consistente en asignar de forma predeterminada un monto por concepto de propina que se adiciona automáticamente al costo total del producto o servicio adquirido, todo lo cual involucra una temática analizada y atendida por primera vez por la autoridad administrativa y por RAPPI.
68. El contexto complejo y debatible que ha rodeado la conducta infractora justifica a criterio de este Colegiado la pertinencia de aplicar el criterio señalado por la Sala a través de la Resolución N.º1950-2021/SPC-INDECOPI del 06 de setiembre de 2021 en el que sancionó con amonestación un hecho investigado cuya temática configuraba una circunstancia especial al tratarse de una conducta que no había sido analizada con anterioridad a este pronunciamiento.
69. En línea de lo señalado por la Sala, este Colegiado también considera que corresponde atender situaciones especiales al momento de efectuar la graduación de la sanción a imponer a los administrados⁴⁵ -como las que se presentan en el caso en cuestión- por tanto, corresponde sancionar a RAPPI con una amonestación por vulneración de lo establecido en el literal b) del artículo 56 del Código.
70. Cabe precisar que, lo desarrollado no debe interpretarse como el amparo de los argumentos esgrimidos por RAPPI, toda vez que, en ningún momento este Colegiado parte de la noción de reconocer la legalidad de la conducta investigada.
71. Respecto a los demás argumentos presentados contra la graduación propuesta por la Secretaría Técnica en el IFI -en el extremo referido a la vulneración del artículo 56°

Impositivas Tributarias (UIT). La multa que corresponda debe ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días hábiles, vencido el cual se ordena su cobranza coactiva.
No cabe la impugnación de las multas coercitivas previstas en el presente artículo.

⁴⁵ A modo de ejemplo, ver la Resolución 0219-2018/SPC-INDECOPI del 2 de febrero de 2018.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

- del Código- carece de sentido atender estos, en la medida que se está sancionando a RAPPI con amonestación.
72. Por otro lado, en relación con la graduación del hecho contenido en el artículo 2 del Código se señala que el IFI contiene dos porcentajes de descuento (10% y 30%) es decir un 40% y no sólo 10% como señaló RAPPI.
 73. Sobre este punto, de acuerdo con el Anexo del Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM, la multa preliminar (M) se estima en función de la multiplicación de una multa base (m) por un componente que captura el efecto de las circunstancias agravantes y atenuantes presentes en cada caso (F), conforme a la siguiente fórmula: $M = m \times F$. Finalmente, dicho monto (M) es ajustado conforme a los topes máximos legales pertinentes, hasta obtener una multa final (M^*).
 74. Asimismo, para el caso de las sanciones impuestas por la Comisión, la multa base (m) representa una aproximación directa o indirecta del beneficio ilícito o afectación (perjuicio económico o daño) generada por el infractor; y para calcularla se utiliza una de los siguientes dos (2) tipos de métodos: (i) método basado en valores preestablecidos, o (ii) método ad hoc.
 75. Según la norma, el método basado en valores preestablecidos se elegirá siempre que la infracción cumpla la totalidad de las siguientes tres (3) características: (i) se desarrolle por un periodo menor a 2 años, (ii) no dañó ni puso en riesgo la vida y/o salud de las personas, y (iii) tuvo un alcance geográfico menor al nivel nacional.
 76. En el caso concreto, se gradúa el extremo referido a la vulneración de lo establecido en el artículo 2 del Código, toda vez que través de su aplicativo móvil (APP) brindó información que no resultaba apropiada y de fácil comprensión para los consumidores, incluso en un idioma que no era el castellano.
 77. Dicha infracción se ha desarrollado en un periodo menor a dos (2) años, no dañó ni puso en riesgo la vida o salud de los consumidores, sin embargo, de acuerdo con la información provista por el administrado, este ofrecía sus servicios en distintas localidades de Perú⁴⁶, por lo obtuvo un alcance geográfico a nivel nacional; en consecuencia, para calcular la multa base (m) se utilizará el método ad-hoc (método clásico).
 78. El numeral C del Anexo del Decreto Supremo, la multa base (m) bajo la metodología clásica se estima dividiendo el factor β (beneficio ilícito, perjuicio económico causado o daño) entre el factor p (probabilidad de detección).
 79. Para el presente caso, la estimación del factor β será bajo el enfoque de beneficio ilícito por costo evitado, en la medida que el administrado no habría implementado las medidas o gestiones necesarias que hubieran permitido cumplir con la normativa vigente.
 80. Para la aproximación del factor β se desarrollará bajo el enfoque de costo evitado, que según la tipología dada por el Decreto Supremo en mención se clasifica como

⁴⁶ Mediante el escrito N.º 2 de fecha 7 de febrero de 2023, el administrado informó que el aplicativo de Rappi tiene alcance en las siguientes localidades: Lima, Arequipa, Trujillo, Piura, Cusco, Chiclayo, Ica, Chimbote, Huancayo, Cajamarca, Punta Hermosa (Lima) y Asia (Lima).



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

beneficio ilícito por costo evitado, asimismo se requiere de información mínima⁴⁷ para la estimación de dicho factor; en ese sentido, se optará por estimar el costo evitado en función a la variable de costos de cumplimiento.

81. Para la valoración del costo evitado, se toma en cuenta como parámetro objetivo las medidas o mecanismos necesarios que le hubieran permitido cumplir con la normativa vigente, esto es, informar a los consumidores de manera apropiada y de fácil comprensión al realizar un pedido en la plataforma RAPPI sin adicionar el concepto de propina debía realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma distinto al castellano.
82. En ese sentido, el mencionado parámetro objetivo viene a ser el costo contratar un servicio de asesoría legal adecuado, lo cual le permitiría conocer la normativa vigente y, en consecuencia, cumplir con la normativa. Según fuentes de información consultadas, el costo promedio de contratar un servicio de asesoría legal adecuada se estima en S/. 2 390.0⁴⁸ y, por otro lado, el costo de contratar un servicio de programación que configure la aplicación de RAPPI en función a lo requerido, lo cual hubiese permitido brindar a los usuarios facilidades al adquirir un producto o servicio sin realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma distinto al castellano, según fuentes de información consultadas, el costo promedio de contratar un servicio de programación se estima en S/ 3 100.0⁴⁹. En tal sentido, el beneficio ilícito hasta este punto asciende a S/ 5 490.0⁵⁰.
83. Asimismo, el factor p representa la probabilidad de detección, dicho factor permite que la multa base incorpore la expectativa o percepción que tiene el agente infractor sobre la posibilidad de poder ser detectado por la administración, lo cual está relacionado con la capacidad y el esfuerzo que realiza el Estado para detectar el incumplimiento.

⁴⁷ Ver cuadro 28 del Anexo del Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM:

Ítem	Enfoque Beneficio ilícito por incremento de ingresos	Beneficio ilícito por costo evitado	Perjuicio económico causado o daño
Variable	Ventas o ingresos (precios y cantidades) del producto específico y, de ser el caso, la utilidad o ratio de utilidad/ventas.	Costos de cumplimiento.	Ingresos o valor de los recursos económicos perdidos, gastos en exceso o VVE.
Agente	El (los) infractor(es) y eventualmente de un agente o mercado/ industria lo más idéntico posible.		El(los) afectado (s) y eventualmente un agente o mercado/industria lo más idéntico posible.
Período	Antes, durante y/o después de la infracción y la materialización de sus efectos. La longitud del período antes o después de la infracción debe ser similar al del período en el que se desarrolló la infracción o como mínimo de un año.		

En caso no sea posible determinar el beneficio ilícito, costo evitado o perjuicio económico o daño o algún otro parámetro para estimar el factor β , u obtener la información vinculada a las condiciones previas al período de la infracción, una alternativa es emplear razonablemente la información pública de empresas competidoras que operen en el mismo mercado o sector, o usar parámetros de estudios publicados por la academia o por organismos internacionales. Naturalmente, bajo cualquier escenario puede resultar bastante útil consultar fuentes de información oficial y realizar los requerimientos de información necesarios a entidades públicas pertinentes.

⁴⁸ Se tomará el valor promedio del sueldo mínimo y máximo de ingresos en soles de un profesional en derecho entre el 2017 y 2019, siendo el valor mínimo de S/ 980 y valor máximo S/ 3 800, por lo cual el promedio es S/ 2 390, resultado de (S/ 980 + S/ 3 800)/2. Fuente: Ministerio de Educación – Ponte en Carrera. Disponible en: <https://www.ponteencarrera.pe/pec-portal-web/inicio/como-va-el-empleo>.

⁴⁹ Se tomará el valor promedio del sueldo mínimo y máximo de ingresos en soles de un profesional en Ingeniería de Sistemas y Computo entre el 2017 y 2019, siendo el valor mínimo de S/ 1 200 y valor máximo S/ 5 000, por lo cual el promedio es S/ 3 100, resultado de (S/ 1 200 + S/ 5 000)/2. Fuente: Ministerio de Educación – Ponte en Carrera. Disponible en: <https://www.ponteencarrera.pe/pec-portal-web/inicio/como-va-el-empleo>.

⁵⁰ Resultado de S/ 2 390 S/ + S/ 3 100.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

84. En el presente caso, la probabilidad de detección es alta⁵¹ en la medida que la información de los medios probatorios fue clara y de fácil entendimiento, además el presente caso responde a acciones programadas de supervisión y fiscalización por parte de la autoridad. De acuerdo con lo anterior, se le asigna a la probabilidad de detección el valor de 49.94%⁵². En consecuencia, la multa base (m) se estima en 2.2 UIT⁵³.

a) Circunstancias agravantes y/o atenuantes(F)

85. En el presente caso, el administrado ha reconocido su responsabilidad de manera expresa y por escrito, dicho acto se dio con anterioridad a la emisión del Informe Final de Instrucción (IFI), por lo que corresponde la aplicación de un atenuante de -10%⁵⁴.
86. Adicionalmente, el administrado mediante escrito N° 2 de fecha 7 de febrero de 2023, informó debido a una actualización de Plataforma Virtual (APP), se generó el error detectado en la configuración, específicamente, en el botón detectado por la palabra "Other" (en inglés), el cual únicamente estuvo activo entre mediados del mes de noviembre de 2022 y el día 31 de enero de 2023, fecha en se corrigió dicho error involuntario (ahora en castellano). Por dicha acción, corresponde la aplicación de un atenuante por "haber concluido la conducta ilegal y haber iniciado acciones necesarias para remediar sus efectos", con un valor de -30%⁵⁵.
87. En consecuencia, la multa preliminar (M) asciende a 1.3 UIT⁵⁶.

⁵¹ Para determinar el valor *p* es necesario definir su nivel (bajo, medio o alto) en función de las características que presente cada caso en concreto. Ver cuadro 29 del Anexo del Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM:

N.º	Características	Nivel
1	Acciones que conlleven a un ocultamiento de información. / Clandestinidad o informalidad.	Bajo
2	Denuncias de terceros / Reportes de terceros	Medio
3	Auto-reporte / Acciones programas de supervisión y fiscalización	Alto

⁵² Posteriormente a determinar el nivel de probabilidad, se considera el valor de la probabilidad que corresponde a cada órgano resolutorio. Ver cuadro 30 del Anexo del Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM:

Nivel de probabilidad	Protección al consumidor CC1, CC2 Y CC3
Baja	23.19%
Media	37.40%
Alta	49.94%

⁵³ Multa = Beneficio ilícito / Probabilidad de detección = S/ 5 490.0 / 0.4994 = S/ 10 993.2
Multa en UIT (año 2023) = S/ 10 993.2/ S/ 4 950.00 = 2.2 UIT

⁵⁴ En el presente caso, se aplica el porcentaje correspondiente a la circunstancia atenuante *f 10*. Ver cuadro N°2 del Anexo del Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM:

Circunstancias atenuantes	
<i>f 10</i> : Cuando el denunciado reconoce su responsabilidad de forma expresa y por escrito con anterioridad y posterioridad al Informe Final de Instrucción	
2. El administrado reconoce su responsabilidad con anterioridad al Informe Final de Instrucción	-10%

⁵⁵ En el presente caso, se aplica el porcentaje correspondiente a la circunstancia atenuante *f 8*. Ver cuadro N°2 del Anexo del Decreto Supremo N.º 032-2021-PCM:

Circunstancias atenuantes	
<i>f 8</i> : Cuando el denunciado acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de esta y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma*	
2. El denunciado acredite haber concluido con la conducta ilegal y haber iniciado las acciones necesarias para remediar sus efectos	-30%

* Solo aplica a los procedimientos regulados por la Ley N.º 29571.

⁵⁶ Multa preliminar (M) = m x F = 2.2 x (1-10% -30%) = 1.3 UIT



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

b) Ajuste de la multa según los topes legales (determinación de la multa final M^*)

88. En este extremo, se analiza si la multa preliminar (M) se encuentra dentro del tope máximo establecido en el marco normativo, el cual puede estar expresado en función del monto máximo a imponer en términos de UIT (número de UIT) o en términos de un porcentaje máximo de los ingresos totales de la empresa infractora en el último año (% ingreso total).
89. En el presente caso, deberá considerarse que, según el artículo 110 del Código, la multa no podrá superar los 450 UIT.
90. De esa forma, la multa final a imponer (M^*) queda determinada conforme a la siguiente expresión:

$$M^* \cong \text{Mín} \{M, N^{\circ}UIT, \%IT\}$$

91. Para el presente caso, se tomará el valor de la multa preliminar (M) de 1.3 UIT y el tope legal de la infracción de 450 UIT.

$$M^* \cong \text{Mín} \{M, N^{\circ}UIT\}$$

$$M^* \cong \text{Mín} \{1.3, 450\}$$

$$M^* = 1.3 \text{ UIT}$$

92. En consecuencia, corresponde sancionar a RAPPI con una multa de 1.3 UIT

IV. SOBRE EL REGISTRO DE INFRACCIONES Y SANCIONES

93. Este Colegiado dispone la inscripción de las infracciones y sanciones impuestas a RAPPI en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi una vez que la presente Resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119⁵⁷ del Código.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Sancionar a RAPPI S.A.C. con una amonestación por infracción al literal b) del artículo 56° de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que, en las relaciones de consumo que entabla a través de su aplicativo móvil (APP), asigna de forma predeterminada un monto por concepto de propina que se adiciona de forma automática al costo total del producto o servicio adquirido.

SEGUNDO: Sancionar a RAPPI S.A.C. con una multa de 1.3 Unidades Impositivas Tributarias por infracción al numeral 2.2 del artículo 2° de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que, que a través de su aplicativo móvil (APP) brindó información que no resultaba apropiada y de fácil comprensión para los consumidores, toda vez que, para adquirir un producto o servicio sin adicionar el concepto

⁵⁷ Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor publicada en el Diario Oficial El Peruano el 2 de septiembre de 2010

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.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

de propina debía realizar acciones complementarias como ingresar a un nuevo ítem en idioma distinto al castellano.

Dicha multa será rebajada en 25% si el administrado consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a quince (15) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

TERCERO: Ordenar a RAPPI S.A.C. como medida correctiva que, en el plazo máximo de quince (15) días hábiles, contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, modifique la oportunidad y la manera en la que dispone el concepto de propina a través de cualquiera de sus plataformas digitales, en tanto que la opción de propina deberá estar disponible al usuario luego de que el Rappitendero haya realizado la entrega del producto adquirido por el consumidor; y, deberá consignar en su plataforma por defecto o como opción predeterminada la alternativa de S/.00.0 soles por dicho concepto, dando la opción de que el consumidor pueda modificar este monto.

Vencido el plazo otorgado, RAPPI S.A.C deberá en el plazo máximo de cinco (05) días hábiles cumplir con presentar ante la Comisión, los medios probatorios pertinentes (videos o capturas de pantalla) que acrediten el cumplimiento de la medida correctiva ordenada.

En caso no cumpla con acreditar el cumplimiento de la medida correctiva ante la Comisión, serán posible de imponerse una multa coercitiva en su contra, de conformidad con lo establecido en el artículo 117 del Código, en cuyo pronunciamiento se precisará el plazo que tendrá este Colegiado, de persistirse en incumplimiento de lo ordenado, para imponer una nueva multa coercitiva, duplicando sucesivamente el monto de la última multa impuesta hasta el límite de doscientas (200) UIT.

CUARTO: Informar a RAPPI S.A.C., 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 218⁵⁸ 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.

QUINTO: Disponer la inscripción de la infracción y sanción impuesta a RAPPI S.A.C. en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi una vez que la presente resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119º de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

SEXTO: Requerir a RAPPI S.A.C. el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4 del artículo 205º del Texto Único

⁵⁸ Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N.º 004-2019-JUS publicado en el Diario Oficial El Peruano el 25 de enero de 2019
Artículo 218

218.1 Los recursos administrativos son:

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

Solo en caso 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."

(...)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3
SEDE CENTRAL

EXPEDIENTE N.º 075-2022/CC3

Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General,⁵⁹, precisándose que, los actuados serán remitidos a la Unidad de Ejecución Coactiva para los fines de ley en caso de incumplimiento.

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**

⁵⁹ **Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N.º 004-2019-JUS publicado en el Diario Oficial El Peruano el 25 de enero de 2019**

Artículo 205 Ejecución forzosa

Para proceder a la ejecución forzosa de actos administrativos a través de sus propios órganos competentes, o de la Policía Nacional del Perú, la autoridad cumple las siguientes exigencias: (...)

4. Que se haya requerido al administrado el cumplimiento espontáneo de la prestación, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable.