



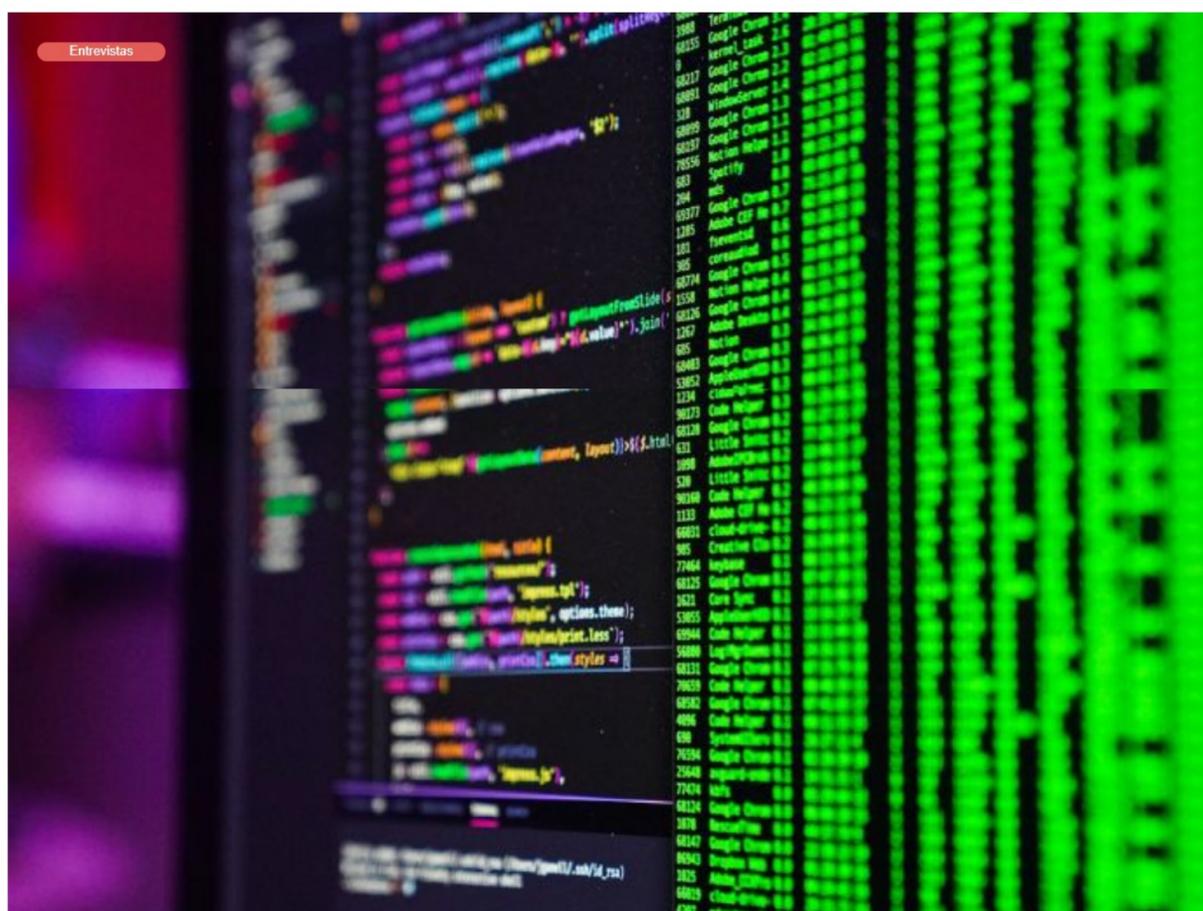
En **Ágora** encontraras detalles sobre esta y otras 15,000 ocurridas en América Latina

¡Quiero la prueba gratis de Ágora!



Decreto Legislativo 1729: Código del Consumidor incluye los dark patterns y amplía facultades de Indecopi frente al comercio electrónico

Entrevistas



Con esta modificación al Código del Consumidor, Perú se alinea con una tendencia regulatoria global orientada a actualizar la protección al consumidor frente a los riesgos del entorno digital. / Foto: Unsplash - Joan Gamell.

La reforma a la Ley 29571 tipifica el diseño digital manipulativo como práctica coercitiva, impone nuevas obligaciones de atención de reclamos y extiende exigencias a proveedores extranjeros.

Fecha de publicación: 26/02/2026

Etiquetas: Perú, INDECOPI, Plataformas, ente regulador

Este 13 de febrero, el Poder Ejecutivo de Perú aprobó el **Decreto Legislativo N.º 1729**, que modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley 29571) para incorporar expresamente los *dark patterns* —o interfaces diseñadas para engañar a los usuarios— como métodos comerciales coercitivos y ampliar las facultades de supervisión y sanción del **Indecopi** en el comercio electrónico, que podrá evaluar el diseño de interfaces y la arquitectura de decisiones cuando distorsionen la libertad de elección del consumidor.

Durante los últimos años, el crecimiento del comercio electrónico en América Latina ha superado el ritmo de actualización regulatoria. En paralelo con la sofisticación de las plataformas digitales y la experiencia de usuario, surgieron prácticas de diseño orientadas no solo a facilitar la navegación, sino a influir de manera decisiva en el comportamiento de consumo.

Perú aplica IGV a la prestación de servicios digitales y transferencia de intangibles a través de Internet

Dark patterns como métodos comerciales coercitivos

Uno de los cambios centrales es la incorporación del literal h) al artículo 56 del Código, que prohíbe las prácticas destinadas a distorsionar la voluntad del consumidor o inducir decisiones no deseadas, como suscripciones involuntarias o compras adicionales predeterminadas. Estas conductas pasan a calificarse como métodos comerciales coercitivos, habilitando expresamente su sanción en sede administrativa.

Para **Fabrizio Sánchez**, socio del área de Competencia y Propiedad Intelectual de **Benites, Vargas & Ugaz**, el alcance de la modificación es sustantivo.



“El reconocimiento expreso de los *dark patterns* como prácticas comerciales coercitivas aproxima al Perú a los estándares promovidos por la OCDE, que ha advertido que estas técnicas pueden orientar, engañar o manipular las decisiones de los consumidores y ha instado a los gobiernos a fortalecer sus marcos regulatorios en línea”, sostiene.

El abogado enfatiza que las empresas deberán revisar sus interfaces para identificar y eliminar elementos que puedan limitar, distorsionar o influir indebidamente en la libertad de elección del consumidor. Entre los principales focos de riesgo menciona:

- Procesos de cancelación de suscripciones excesivamente complejos frente a mecanismos de afiliación simples o inmediatos.
- Casillas premarcadas o configuraciones predeterminadas que impliquen pagos adicionales o consentimientos automáticos, como la inclusión de propinas o servicios opcionales.
- Diseño de botones, mensajes o contrastes visuales que, mediante lenguaje persuasivo o presión de urgencia, orienten la decisión hacia la opción más favorable para el proveedor.

En general, cualquier técnica que aproveche sesgos cognitivos o dificulte el ejercicio de una elección libre, informada y sencilla podría ser cuestionada bajo el nuevo marco normativo, afirma el socio.

¿A qué tipo de empresas podría impactar esta nueva disposición?

En la práctica, este nuevo estándar podría impactar a plataformas de retail, marketplaces y aplicaciones de delivery que operan en nuestro país, como Falabella, Ripley, Mercado Libre, Linio, Rappi y PedidosYa, entre otros, particularmente aquellas que utilicen suscripciones automáticas, cargos adicionales predeterminados o mecanismos de cancelación poco visibles. También podrían verse comprendidas plataformas de suscripción o streaming como Netflix o Spotify cuando orienten su oferta al mercado peruano.

Plataformas digitales deberán ajustar su negocio en México: ¿Qué plantea la iniciativa de reforma a la Ley del Seguro Social?

Nuevas obligaciones en la atención de reclamos

El decreto también refuerza las obligaciones en materia de atención de reclamos. Los proveedores que desarrollen actividades comerciales a través de plataformas digitales deberán contar con sistemas accesibles y permanentemente operativos, sin generar costos ni cargas innecesarias para el consumidor. Sánchez advierte que no bastará con habilitar un canal formal.

“Los mecanismos deben ser accesibles, eficaces y permanentemente operativos, y no deben imponer costos ni cargas innecesarias a los consumidores, tanto para la atención de reclamos, como para la resolución de controversias derivadas de las transacciones”, puntualiza el vocero.

En la práctica, ello implica implementar y mantener operativos canales como formularios web, chats o correos electrónicos, que deberán ser fácilmente ubicables y funcionales en todo momento. La exigencia eleva el estándar de cumplimiento y podría incrementar el escrutinio sobre los tiempos de respuesta y la trazabilidad de las gestiones realizadas.

Otro punto relevante es la modificación del artículo 24 del Código, que alcanza a proveedores no domiciliados que dirijan su oferta al mercado peruano. Estas compañías deberán contar, como mínimo, con una dirección de correo electrónico operativa para atender consultas y reclamos.

La disposición introduce un criterio claro de sujeción regulatoria para plataformas extranjeras que comercialicen bienes o servicios en el país. Aunque la exigencia mínima es contar con un canal digital de contacto, la norma refuerza la posibilidad de que la autoridad ejerza supervisión sobre operadores internacionales que orienten su actividad al mercado local.

Según la socia de Benites, Vargas & Ugaz, esta obligación de presencia digital básica busca garantizar que los consumidores puedan ejercer sus derechos de manera efectiva frente a plataformas internacionales, sin descartar que en el futuro puedan adoptarse mecanismos más exigentes.

La modificación se suma a la **Ley N.º 32495**, publicada el 11 de noviembre de 2025, que incorporó expresamente a las plataformas digitales de comercio electrónico dentro del ámbito de la obligación de contar con el Libro de Reclamaciones, físico o virtual.

En conjunto, ambas reformas evidencian una política legislativa orientada a reforzar la tutela administrativa del consumidor en el entorno digital y a reducir los espacios de ambigüedad frente a modelos de negocio basados en diseño persuasivo.

M&A en Perú: elecciones, resiliencia institucional y oportunidades para inversionistas en 2026

Perú con estándares regulatorios internacionales

Con esta modificación al Código del Consumidor, Perú se alinea con una tendencia regulatoria global orientada a actualizar la protección al consumidor frente a los riesgos del entorno digital y del comercio electrónico. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha advertido sobre el uso de técnicas digitales capaces de orientar o manipular decisiones de consumo.

“La Unión Europea viene abordando estas conductas bajo su régimen de prácticas comerciales engañosas y ha impulsado normativa para restringir diseños digitales manipulativos”, agrega.

En este contexto, la reforma posiciona a Perú dentro de la corriente internacional que busca garantizar entornos digitales transparentes, decisiones de consumo informadas y responsabilidades de diseño para los proveedores de servicios digitales.

El Poder Ejecutivo cuenta con un plazo de 180 días calendario para aprobar el reglamento que detallará la operatividad de estas obligaciones. No obstante, la norma entró en vigor el viernes 13 de febrero, por lo que las empresas que operan en el entorno digital ya se encuentran sujetas al nuevo estándar sancionador.