



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Protección al Consumidor

RESOLUCIÓN 3341-2023/SPC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0547-2022/CC2

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR – SEDE LIMA SUR N° 2

PROCEDIMIENTO : DE PARTE

DENUNCIANTE : NOUVELLE DÉFENSE

DENUNCIADOS : JUNTOZ PERÚ S.A.
CONECTA MARKET PLACE S.A.C.

MATERIA : INFORMACIÓN RELEVANTE

ACTIVIDAD : OTRAS ACTIVIDADES DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE SERVICIOS INFORMÁTICOS

SUMILLA: *Se confirma la Resolución 2896-2022/CC2, que declaró infundada la denuncia interpuesta por Nouvelle Défense contra Conecta Market Place S.A.C. por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor; en el extremo referido a que dicho proveedor no está obligado a consignar en su página web, dentro de las características de los televisores inteligentes en cuestión, la información consistente en: memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador (versión, año de lanzamiento, núcleos) y el sistema operativo (versión y año de lanzamiento).*

Lima, 5 de diciembre de 2023

ANTECEDENTES

1. El 6 de abril de 2022, la asociación de consumidores Nouvelle Défense –la Asociación– denunció a Juntoz Perú S.A.¹ –Juntoz– por presuntas infracciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor –el Código–, bajo los siguientes argumentos:
 - i) Que, no proporcionaba información relevante de los televisores inteligentes, conocidos como *Smart TVs*, respecto de características como memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador (versión, año de lanzamiento, núcleos) y el sistema operativo (versión y año de lanzamiento).
 - ii) Que, la información cuestionada impactaba en los consumidores, pues se encontraban con *Smart TVs* lentos, que no podían cargar *apps* a velocidad y que no soportaban almacenamiento mayor; además, al no indicarse el sistema operativo, no se podrían descargar las aplicaciones que deseaba el usuario, por espacio o compatibilidad, desconociéndose si tenían la versión actual, y cuándo podrían quedar obsoletos.
 - iii) Que, el usuario de un televisor inteligente merecía conocer no solo que su *Smart TV* tuviera aplicaciones como *Netflix*, *Youtube*, *Amazon Prime*, entre otras, sino también que podrían usarse en mediano y largo plazo sin problemas.

¹ R.U.C.: 20600276566, con domicilio fiscal ubicado en Av. José Álvarez Calderón Nro. 680 Dpto. 303, Urb. San Gabriel, distrito de San Isidro, provincia y departamento de Lima.



- iv) Que, al no indicarse la versión del sistema operativo ni el año de lanzamiento, los usuarios no sabían si adquirirían un producto de última tecnología.
2. Mediante Resolución 1 del 19 de mayo de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor – Sede Lima Sur N° 2 –la Secretaría Técnica de la Comisión– admitió a trámite la denuncia interpuesta contra Juntoz por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código, en tanto este no habría informado a los consumidores respecto a las características de los televisores ofertados, a través de su página web.
3. El 22 de julio de 2022, Conecta Market Place S.A.C.² –Conecta Market Place– se apersonó al procedimiento al tomar conocimiento del procedimiento iniciado contra Juntoz. Asimismo, informó que, desde el 11 de febrero de 2022, es propietaria de la página web “<https://juntoz.com>”, en la cual se alojaron las publicaciones materia de cuestionamiento.
4. Mediante Resolución 2 del 26 de setiembre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión incluyó en calidad de co-denunciado a Conecta Market Place, por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código, en tanto este no habría informado a los consumidores respecto a las características de los televisores ofertados, a través de su página web³, conforme al siguiente detalle:

	Descripción	Enlace de compra	Información no consignada
Producto 1	Televisor LED 32" HD Smart DAEWOO DW-32A214HD Digital	https://juntoz.com/p/televisor-led-32-hd-smart-daewoo-dw-32a214hd-digital-15963340206000051802202206372279702	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación.
Producto 2	Televisor Led Smart Tv WebOS de 32" JVC LT-32KB116	https://juntoz.com/p/televisor-led-smart-tv-webos-de32-jvc-lt-32kb116-15963340206000382302202208052218619	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación.
Producto 3	Tv Led LG Smart32" HD 32LK540BPSA Wifi Incorp, Model.2018 - Negro	https://juntoz.com/p/tv-led-lg-smart-32-hd-32lk540bpsa-wifi-incorp-model2018-negro-1110264532lk540bpsa1	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y sistema operativo.
Producto 4	Televisor Philips 6800 series Smart TV LED HD 32	https://juntoz.com/p/televisor-philips-6800-series-smart-tv-led-hd-32-2072406032phd68251907202106431803497	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación.

² R.U.C.: 20609101416, con domicilio fiscal ubicado en Av. El Derby Nro. 254 (Edificio Lima Central Tower Of. 2105), distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima.

³ Cabe precisar que, dicha resolución fue notificada a Conecta Market Place el 3 de octubre de 2022 (ver foja 200 del expediente).



Producto 5	Televisor Xiaomi 32" HD P1 L32M6 MTK	https://juntoz.com/p/televisor-xiaomi-32-hd-p1-l32m6-mtk-17704111tv032xia041403202207120901567	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 6	Televisor SMART TV 32" FULL HD AOC ROKU TV SERIE 5195 - 32S5195	https://juntoz.com/p/televisor-smart-tv-32-full-hd-aoc-roku-tv-serie-5195-32s5195-2072405932s51952801202208595452947	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación
Producto 7	Televisor JVC Led Smart TV HD 32 LT-32KB208	https://juntoz.com/p/televisor-jvc-led-smart-tv-hd-32-lt-32kb208-3791505lt-32kb2082510202112085920743	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación
Producto 8	Televisor LED SmartTV HD 32" SAMSUNG UN32T4300AG	https://juntoz.com/p/televisor-led-smart-tv-hd-32-samsung-un32t4300ag-159633402100132606202103533768716	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y sistema operativo
Producto 9	Televisor Smart 32 FULL HD Android RLED-L32D1200A Recco	https://juntoz.com/p/televisor-smart-32-hd-android-rled-l32d1200a-recco-3791505l32d1200a241020211480012696	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación
Producto 10	Televisor LG HD TV32 LM637B con AI - 32LM637BPSB	https://juntoz.com/p/televisor-lg-hd-tv-32-lm637b-con-ai-32lm637bpsb-20734062309642506202107210476171	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, sistema operativo y año de fabricación
Producto 11	TV Panasonic Smart 32" HD 32JS500P	https://juntoz.com/p/tv-panasonic-smart-32-hd-32js500p-17704111tc-32js500p1311202109173904913	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación
Producto 12	Televisor SMART TV 43 "FULL HD AOC ROKU TV SERIE 5195 - 43S5195	https://juntoz.com/p/televisor-smart-tv-43-full-hd-aoc-roku-tv-serie-5195-43s5195-2072405943s51951211202109221367640	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación
Producto 13	Televisor LED 32" AI ThinQ Smart HD LG 32LM637B	https://juntoz.com/p/televisor-led-32-ai-thinq-smart-hd-lg-32lm637b-159633402100012506202109314342320	Memoria RAM y memoria de almacenamiento
Producto 14	Televisor Xiaomi 43" UHD P1 L43M6 MTK	https://juntoz.com/p/televisor-xiaomi-43-uhd-p1-l43m6-mtk-17703601tv043xia051403202207032077195	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 15	TELEVISOR JVC 43 Full Hd Tv LT-43KB315	https://juntoz.com/p/televisor-jvc-43-full-hd-tv-con-netflix-youtube-3791505lt-43kb3152510202102071519948	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 16	TELEVISOR PHILIPS LED FULL HD 43" SMART TV 43PFD6825	https://juntoz.com/p/televisor-philips-led-full-hd-43-smart-tv-43pfd6825-379150543pfd68252510202112275948829	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación
Producto 17	Televisor LG FHD 43" Smart ThinQ AI 43LM6370PSB	https://juntoz.com/p/televisor-lg-fhd-43-smart-thinq-ai-43lm6370psb-	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Protección al ConsumidorRESOLUCIÓN 3341-2023/SPC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0547-2022/GC2

		20734062310801510202104023864843	
Producto 18	TV Samsung Ultra HD 43" Smart TV ThinQ AI UN43AU7000GXPE	https://juntos.com/p/tv-samsung-ultra-hd-43-smart-tv-thinq-ai-un43au7000gxpe-17703601un43au7000g0107202112454563370	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, sistema operativo y año de fabricación
Producto 19	Televisor Philips 7600 series Smart TV LED 4K UHD 50"50PUD7625	https://juntos.com/p/televisor-philips-7600-series-smart-tv-led-4k-uhd-50-2072406050pud76250107202111253134348	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 20	Televisor Crystal Smart TV 43" 4K UHD SAMSUNG43AU7000	https://juntos.com/p/televisor-crystal-smart-tv-43-4k-uhd-samsung-43au7000-15963340206000412302202208331352198	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 21	Televisor LG UHD 43" 4k Smart ThinQ AI 43UP7700PSB	https://juntos.com/p/televisor-lg-uhd-43-4k-smart-thinq-ai-43up7700psb-20734062313861510202102062009220	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 22	TELEVISOR LG LED SMART TV 4K 43' 43UN7100PSA	https://juntos.com/p/televisor-lg-led-smart-tv-4k-43-43un7100psa-379150543un7100psa2510202101105669422	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y sistema operativo.
Producto 23	Televisor LED SmartTV 4K UHD 50" AOC 50U6305	https://juntos.com/p/televisor-led-smart-tv-4k-uhd-50-aoc-50u6305-15963340206000342302202206063800171	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación
Producto 24	Televisor LED ThinQ AI 4K UHD LG 43UP7700PSB 2021	https://juntos.com/p/televisor-led-thinq-ai-4k-uhd-lg-43up7700psb-2021-15963340206000362302202206375417877	Memoria RAM y memoria de almacenamiento.
Producto 25	Televisor Samsung Smart TV 55" UHD 4K UN55AU7090GXPE	https://juntos.com/p/televisor-samsung-smart-tv-55-uhd-4k-un55au7090gxpe-17703601un55au7090g0803202205195631642	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, sistema operativo y año de fabricación
Producto 26	Televisor Philips 7600 series Smart TV LED 4K UHD 58" - 58PUD7625	https://juntos.com/p/televisor-philips-7600-series-smart-tv-led-4k-uhd-58-58pud7625-2072406058pud76252509202112470466342	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación
Producto 27	Televisor Philips 6700 series Smart TV 4K LED UHD55PUD7625	https://juntos.com/p/televisor-philips-6700-series-smart-tv-4k-led-uhd-con-ambientlight-en-3-lados-55-2072406055pud67940107202111253148406	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación.
Producto 28	Televisor LG UHD 50" 4k Smart ThinQ AI - 50UP7750PSB (2021)	https://juntos.com/p/televisor-lg-uhd-50-4k-smart-thinq-ai-50up7750psb-2021-20734062313161410202112120954817	Memoria RAM y memoria de almacenamiento.
Producto 29	TV Hyundai Ultra HD 50" Smart TV HYLE5017W4KM	https://juntos.com/p/tv-hyundai-ultra-hd-50-smart-tv-hyled5017w4km-	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema



		17703601hyled5017w4km1108202103580532850	operativo y año de fabricación
Producto 30	Televisor Crystal Smart TV 55" 4K UHD SAMSUNG55AU7000	https://juntoz.com/p/televisor-crystal-smart-tv-55-4k-uhd-samsung-55au7000-15963340206000011802202205324734940	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 31	SAMSUNGTV 50" Crystal UHD Modelo 2021 50" UN50AU8000GXPE	https://juntoz.com/p/televisor-samsung-un50au8000gxpe-12572861un50au8000gxpe1808202102521482813	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, sistema operativo y año de fabricación.
Producto 32	TELEVISOR XIAOMI UHD 50"P1L50M6MTK	https://juntoz.com/p/televisor-xiaomi-uhd-50-p1l50m6mtk-20744063p1l50m6mtk1503202208135211048	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación.
Producto 33	Televisor AOC Smart TV LED 4K UHD 50" 50U6305	https://juntoz.com/p/televisor-aoc-smart-tv-led-4k-uhd-50-50u6305-2072405950u63052509202101050407625	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación.
Producto 34	Televisor Crystal Smart TV 58" 4KUHD SAMSUNG58AU7000	https://juntoz.com/p/televisor-crystal-smart-tv-58-4k-uhd-samsung-58au7000-15963340206000031802202206162529179	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación.
Producto 35	SAMSUNG SmartTV 58" AU7000 UHD 4K 2021 UN58AU7000GXPE	https://juntoz.com/p/smart-tv-58-au7000-uhd-4k-2021-12572861un58au7000gxpe1011202105454949739	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y sistema operativo.
Producto 36	TV Hyundai Ultra HD 55" Smart TV HYLED5521W4KM	https://juntoz.com/p/tv-hyundai-ultra-hd-55-smart-tv-hyled5521w4km-17703601hyled5521w4km1108202103580564098	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación.
Producto 37	Televisor Philips 6700 series SmartTV 4K LED UHD 65PUD6794	https://juntoz.com/p/televisor-philips-6700-series-smart-tv-4k-led-uhd-con-ambilight-en-3-lados-65-2072406065pud67940107202111253162474	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación.
Producto 38	TV Hyundai UltraHD 65" Smart WebOS HYLED6508W4KM	https://juntoz.com/p/tv-hyundai-ultra-hd-65-smart-webos-hyled6508w4km-17703601hyled6508w4km1908202106300140468	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación
Producto 39	Televisor LG NanoCell 55" 4K Smart TV ThinQ AI -55NANO75SPA	https://juntoz.com/p/televisor-lg-nanocell-55-4k-smart-tv-thinq-ai-55nano75spa-20734062310811510202104240162561	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación.
Producto 40	Televisor SAMSUNG UHD 4K 55"UN55AU7000GXPE	https://juntoz.com/p/televisor-samsung-uhd-4k-55-un55au7000gxpe-20744063un55au7000gxpe2801202208374392552	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación.
Producto 41	SAMSUNG 60" AU7000 UHD 4K Smart TV 60" UN60AU7000GXPE	https://juntoz.com/p/televisor-samsung-un60au7000gxpe-12572861un60au7000gxpe1808202102521551570	Memoria RAM, memoria de almacenamiento, sistema operativo y año de fabricación



Producto 42	SMART TV LED XIAOMI ULTRA HDMI TV 4S 55 ELA4374GL	https://juntoz.com/p/smart-tv-led-xiaomi-ultra-hd-mi-tv-4s-55-20744063ela4374gl1309202111265453129	Año de fabricación
Producto 43	TELEVISOR XIAOMI LED 4S 65" ELA4457RU	https://juntoz.com/p/smart-tv-led-xiaomi-ultra-hd-mi-tv-4s-65-20744063ela4457ru1309202111265459577	Año de fabricación
Producto 44	Televisor LG LED 65" UHD 4K SmartTV 65UK6550PSB	https://juntoz.com/p/televisor-lg-led-65-uhd-4k-smart-tv-65uk6550psb-1207279465uk6550psb38	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y año de fabricación
Producto 45	SAMSUNG 55" Neo QLED 4K Smart TV (2021) QN55QN85AAGXPE	https://juntoz.com/p/televisor-samsung-qn55qn85aagxpe-12572861qn55qn85aagxpe1808202102521522019	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y sistema operativo
Producto 46	TV LG NanoCell 75" 4k Smart ThinQ AI 75NANO75SPA (2021)	https://juntoz.com/p/tv-lg-nanocell-75-4k-smart-thinq-ai-75nano75spa-2021-1770411175nano75spa0301202204552953784	Memoria RAM, memoria de almacenamiento y procesador.

5. El 6 de octubre de 2022, Conecta Market Place solicitó una prórroga del plazo para poder presentar sus descargos, por lo que la Secretaría Técnica de la Comisión le otorgó el plazo de dos (2) días hábiles mediante la Resolución 3 del 12 de octubre de 2022. Posteriormente, el 14 de octubre del mismo año, el denunciado presentó sus descargos negando y contradiciendo la imputación formulada.
6. El 28 de octubre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión emitió su Informe Final de Instrucción –IFI–, otorgando a las partes del procedimiento el plazo de cinco (5) días hábiles para que presenten sus observaciones. En respuesta, el 10 de noviembre Conecta Market Place presentó su postura respecto de este, solicitando –en esencia– se declare improcedente la denuncia en su contra por carecer de legitimidad para obrar pasiva.
7. Por Resolución 2896-2022/CC2 del 27 de diciembre de 2022, la Comisión de Protección al Consumidor – Sede Lima Sur N° 2 –la Comisión– emitió el siguiente pronunciamiento:
 - i) Declarar improcedente por falta de legitimidad para obrar pasiva la denuncia contra Juntoz por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código.
 - ii) Declarar infundada la excepción por falta de legitimidad para obrar pasiva presentada por Conecta Market Place.
 - iii) Declarar infundada la denuncia interpuesta contra Conecta Market Place, por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código.
 - iv) Denegó las medidas correctivas solicitadas, así como el pago de las costas y costos del procedimiento.



8. El 16 de enero de 2023, la Asociación apeló la Resolución 2896-2022/CC2, exponiendo los siguientes argumentos:
- i) Que, no se estaba hablando de un televisor tradicional, sino de un *Smart TV* (televisores inteligentes), es decir, un televisor con un procesador y sistema operativo, el mismo que como cualquier dispositivo inteligente se desfasaba en el tiempo para actualizaciones; y que teniendo en cuenta las características que ofrecía cada dispositivo, tendría una vida útil y un uso predeterminado.
 - ii) Que, los televisores ofertados se adquirirían para visualizar programas vía *streaming*, lo que conllevaba a que se necesiten características apropiadas para poder conectarse a internet.
 - iii) Que, no era lo mismo adquirir un televisor con la intención de que carguen las aplicaciones -o siquiera que se puedan descargar las aplicaciones deseadas, lo cual se dificultaba al no informar cuál sistema operativo tenía el *Smart TV*, ya que no todos los sistemas operativos disponían de la misma capacidad para descargas las aplicaciones de preferencia personal- de manera celer, que uno con especificaciones y/o características más limitadas, por lo que no bastaba generalizar a todos los bienes estimando que eran *Smart TVs*, sin expresar datos relevantes.
 - iv) Que, el hecho de poner a disposición de los potenciales compradores una pestaña para poder acceder a información adicional, no suplía la obligación que tenía el proveedor de informar sobre las características de los televisores inteligentes.
 - v) Que, las medidas correctivas solicitadas –además de la pedida en la denuncia–, como ordenar al denunciado lanzar un comunicado en su página web y redes sociales sobre la afectación para que los usuarios perjudicados pidan la devolución del producto y correspondiente reintegro de su dinero o cambio del *Smart TV* “*por uno que negocie con la información esencial y completa por parte del proveedor*” (sic.), eran razonables y necesarias para que el consumidor promedio pudiera tomar una decisión acorde a sus requerimientos, teniendo en cuenta que los *Smart TV* ya no solo se empleaban para acceder a canales de señal abierta o cable, sino que eran necesarios para acceder a programas vía *streaming* (aplicaciones).
9. El 27 de junio de 2023, Conecta Market Place señaló que no había cometido ninguna infracción, pues brindó información relevante sobre los productos, entre sus argumentos, adujo lo siguiente:
- i) Que, en su recurso de apelación, la denunciante solo hizo referencia a la información relacionada al sistema operativo, es decir, no desarrolló algún argumento para sostener que la información sobre la memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación, sería relevante, lo cual debía considerarse al resolver.
 - ii) Que, la información cuestionada por la Asociación no era relevante para la decisión de compra e incluso esta podría ser excesiva o compleja para



- los consumidores, lo cual podría resultar incluso contrario al deber de información.
- iii) Que, a fin de brindar información adicional a la publicada en su página web, colocó a disposición de los consumidores el canal de “*chat en línea*”.
 - iv) Que, la información colocada respecto de los televisores inteligentes fue proporcionada por los fabricantes de estos, siendo ellos quienes –en base a sus conocimientos técnicos y a su experiencia comercial– pueden determinar qué información resulta relevante y pertinente para ser trasladada a los consumidores.
 - v) Que, la Asociación no ha probado la importancia de la información cuestionada en la decisión de compra de un *Smart TV* por parte de los consumidores, pese a que tenía la carga de probarlo; asimismo, no ha demostrado que la ausencia de esta información haya causado un perjuicio a los consumidores.
10. El 17 de noviembre de 2023, Conecta Market Place solicitó la programación de una audiencia de informe oral.
11. El 5 de diciembre de 2023, se llevó a cabo una audiencia de informe oral, contando con la participación de los representantes de Conecta Market Place y la Asociación. Asimismo, dicho día, la parte denunciada ingresó dos (2) escritos a fin de que se tengan presentes al momento de resolver.
12. Considerando que, en tanto los extremos i) y ii) detallados en el considerando 7 de la presente no han sido apelados por la Asociación y Conecta Market Place, estos se tienen por consentidos.

ANÁLISIS

Cuestión previa: sobre el recurso de apelación interpuesto por la Asociación

13. En el presente caso, Conecta Market Place señaló que la parte denunciante se limitó a abordar la información relacionada al sistema operativo, sin argumentar por qué la información sobre la memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador y año de fabricación sería relevante.
14. Dado que, en el presente caso, la Asociación apeló la Resolución 2896-2022/CC2 dentro del plazo de ley solicitando se revoque la decisión de la Comisión que declaró infundada su denuncia, ejerciendo válidamente su derecho a impugnar el acto administrativo, este Colegiado considera que, en virtud de los Principios de Informalismo y Eficacia⁴; así como al amparo del

⁴ **TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, APROBADO POR DECRETO 004-2019-JUS. Artículo IV. Principios del procedimiento administrativo.** 1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo: **1.10. Principio de eficacia.** - Los sujetos del procedimiento administrativo deben hacer prevalecer el cumplimiento de la finalidad del acto procedimental, sobre aquellos



deber del Estado de garantizar la protección de los intereses involucrados en los procedimientos de protección al consumidor, dicho argumento resultaba suficiente para sustentar el recurso de apelación contra lo dispuesto por la resolución emitida por la Comisión, en todos los extremos que le desfavorecieron.

15. Por las razones expuestas, corresponde evaluar todos los extremos de la resolución de Comisión que le ocasionaron agravio a la Asociación y emitir un pronunciamiento sobre los mismos.

Sobre el deber de información

16. El derecho a la información que poseen los consumidores, en el marco de una economía social de mercado, constituye uno de los derechos más importantes, debido a que, a través de su ejercicio, los consumidores cumplen su función económica de ordenar el mercado, premiando con su elección a las empresas más eficientes y orientando las prácticas productivas en función a sus preferencias. No en vano es el primer derecho reconocido constitucionalmente a favor de los consumidores^{5 6}.
17. La información genera certidumbre y facilita el comportamiento del consumidor, lo cual le permite conocer sus derechos y obligaciones, así como prever posibles contingencias. Cabe agregar que la información es un proceso de naturaleza dinámica y que, por tanto, no es exigible únicamente al momento de la configuración de la relación de consumo, sino también a lo largo de esta. Ello permitirá al consumidor contar con toda la información relevante y suficiente para hacer valer sus derechos en caso de que se produjera alguna controversia.
18. Al respecto, el artículo 1°.1 literal b) del Código⁷, señala que los consumidores tienen derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección

formalismos cuya realización no incida en su validez, no determinen aspectos importantes en la decisión final, no disminuyan las garantías del procedimiento, ni causen indefensión a los administrados.

En todos los supuestos de aplicación de este principio, la finalidad del acto que se privilegie sobre las formalidades no esenciales deberá ajustarse al marco normativo aplicable y su validez será una garantía de la finalidad pública que se busca satisfacer con la aplicación de este principio.

⁵ **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ DE 1993. Artículo 65°.**- El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población.

⁶ Lo señalado no implica que los derechos a la salud y a la seguridad cedan paso en importancia a la información, pues estos derechos se reconocen a la persona humana en su condición de tal sin importar la función económica que cumplen, como es el caso de los consumidores.

⁷ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 1°.- Derechos de los consumidores.** 1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos: (...) b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.



de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

19. Además, el artículo 2°.1 de la misma norma establece el deber que tienen los proveedores de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios ofertados. Asimismo, el artículo 2°.2 del Código, dispone que la información brindada deberá ser veraz, suficiente, apropiada y muy fácilmente accesible al consumidor o usuario⁸.
20. Ahora bien, el artículo 2°.3 del Código indica que, para analizar la información relevante, se deberá tener en cuenta toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos sustancialmente diferentes, debiéndose examinar si la información omitida desnaturalizaba las condiciones de la oferta.
21. Cabe precisar que el marco teórico del deber de información guarda sus propias particularidades de acuerdo con la actividad económica y contexto en la que pretenda ser aplicable. Así, se entiende que dicha obligación responde a aquellas necesidades especiales de distintos sectores económicos, cada uno de los cuales posee sus respectivas exigencias y garantías, las mismas que pueden estar contenidas en un cuerpo normativo, ser de carácter objetivo al momento de ofrecer el bien o servicio, o, tener una naturaleza implícita, según corresponda a la situación analizada.
22. En ese sentido, se entiende que la información relevante, en los términos del Código, es aquella que, entre otros, sirve al consumidor para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, cuya ausencia podría determinar que la decisión de consumo no se realice o, en su defecto, ocurra en términos distintos.
23. En el caso concreto, la Comisión declaró infundada la denuncia sobre la presunta falta de información relevante por parte de Conecta Market Place respecto a características como memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador, sistema operativo y año de fabricación de cuarenta y seis (46) televisores ofrecidos en su página web, al considerar que, estos detalles no formaban parte de la información mínima que los proveedores debían proporcionar al ofertar televisores inteligentes; siendo que aspectos como precio, marca, modelo y tamaño de pantalla constituían información suficiente con la que debía contar el consumidor para entablar una relación de consumo, al ser características esenciales en los *Smart TVs*. Asimismo, señaló que, dicha postura no limitaba el derecho de un consumidor, en tanto este tenía la

⁸ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo 2°. - Información relevante.**
2.1 El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. 2.2 La información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debiendo ser brindada en idioma castellano.



posibilidad de solicitar información adicional a un proveedor respecto a las características de un producto, lo cual se condecía con las herramientas que Conecta Market Place puso a disposición de sus clientes en su página web.

24. En su apelación, la Asociación argumentó lo indicado en los antecedentes de esta resolución.
25. Como se evidencia, la controversia en este caso se centra en determinar si la información cuya omisión fue denunciada por la Asociación era relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo acorde con sus intereses.
26. De forma preliminar, resulta necesario precisar el rol de la proveedora en la controversia. Al respecto, a través del acta de verificación realizada por la Secretaría Técnica de la Comisión, se aprecia que el denunciado ofrece a través de su página web, entre muchos otros productos, *Smarts TVs* que pueden ser adquiridos accediendo a dicha plataforma. A partir de esto, se observa que el denunciado posee la condición de comercializador, toda vez que esta cumple con ser una persona jurídica que vende o provee productos o servicios destinados finalmente a los consumidores⁹.
27. Bajo esta afirmación, es en la proveedora en quien recae el deber de brindar la información relevante sobre las características de los televisores inteligentes ofertados, cumpliendo con las cualidades detalladas en el artículo 1°.1 literal b) del Código. Para corroborar ello, la Comisión ha recabado el detalle de la información consignada en la página web del denunciado.
28. Como se mencionó precedentemente, la controversia se generó a partir de la falta de traslado de información relevante como memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador (versión, año de lanzamiento, núcleos), sistema operativo (versión y año de lanzamiento) y año de fabricación. En ese sentido, toda vez que la Asociación aludió a estos, citaremos algunos conceptos sobre tales características presentes en los televisores inteligentes:
 - i) Memoria RAM (RAM= Random Access Memory - Memoria de acceso aleatorio): La memoria RAM, para los *Smart TV*, está diseñada para encargarse de todas las aplicaciones y recursos del televisor, tales como la asistencia de Televisión Digital Terrestre, el navegador del Internet, las aplicaciones del televisor, reproducción de videos, entre otros,

⁹ **LEY 29571. CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Artículo IV°.- Definiciones.** Para efectos del presente Código, se entiende por:
(...) **2. Proveedores.-** Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:
1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público. (...)



permitiendo la reserva de memoria suficiente de cada recurso para el procesamiento de este. En otras palabras, entre más capacidad tenga una memoria RAM, más rápido va a andar -mejor rendimiento- el *Smart TV*, haciendo que lo que se haga en ella se ejecute de manera fluida¹⁰.

- ii) Memoria de almacenamiento: El almacenamiento integrado del televisor consta de dos partes: almacenamiento interno, que se utiliza para almacenar el sistema operativo y los archivos del sistema; y, el almacenamiento accesible para el usuario, que es el área de almacenamiento a la que pueden acceder y utilizar los usuarios¹¹.
- iii) Procesador: El procesador se encarga de ejecutar y procesar todos los datos del *Smart TV*, y trabaja en conjunto con la memoria RAM¹². Según se refiere en la página web oficial de LG Electronics, el procesador es un elemento clave a la hora de escoger un televisor, ya que de este dependen directamente otros factores como la resolución, la gestión de contenido HDR, la precisión de colores, los movimientos en las escenas, entre otros detalles que acaban por definir la experiencia de ver contenido¹³.

Un procesador más potente también permite disfrutar de otras funcionalidades extras en los televisores, como por ejemplo poder dividir la pantalla en varias ventanas, teniendo hasta cuatro diferentes en la misma la pantalla dividida. Esto permite navegar por Internet mientras se mira la televisión, pero también tener la guía de programas abierta en otra o una red social en la cuarta. Esta es una opción cada vez es más interesante, sobre todo si se siguen programas de televisión que tienen aplicaciones interactivas¹⁴.

- iv) Sistema operativo: En la actualidad, cualquier aparato tiene un sistema operativo, es decir, una especie de programa que permite gestionar los recursos del aparato, proporcionar una interfaz gráfica y añadir un sin fin de funciones. Cuando hablamos de sistemas operativos para *Smart TV* hacemos referencia al software que permite navegar a través de las diferentes opciones de la televisión; es lo que permite instalar ciertas aplicaciones, navegar por Internet o configurar el propio televisor. En las últimas décadas, han ido apareciendo distintos sistemas operativos para

¹⁰ *Características a tener en cuenta antes de comprar un Smart Tv.* Recuperado de: <https://www.diselco.co/post/caracter%C3%ADsticas-a-tener-en-cuenta-antes-de-comprar-un-smart-tv> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2023).

¹¹ Información extraída de la página de soporte de Sony España, respecto a televisores del tipo "Android TV". Recuperado de: <https://www.sony.es/electronics/support/articles/00223285> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2023).

¹² *Características a tener en cuenta antes de comprar un Smart Tv.* Recuperado de: <https://www.diselco.co/post/caracter%C3%ADsticas-a-tener-en-cuenta-antes-de-comprar-un-smart-tv> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2023).

¹³ *¿Cuál es la importancia del procesador a la hora de comprar un televisor?* Recuperado de: <https://www.lg.com/pe/acerca-de-lg/prensa-y-medios-de-comunicacion/cual-es-la-importancia-del-procesador-a-la-hora-de-comprar-un-televisor> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2023).

¹⁴ *Cómo influye el procesador de tu televisor en la calidad de imagen.* Recuperado de: <https://www.xatakahome.com/samsungcurveduhdtv/como-influye-el-procesador-de-tu-televisor-en-la-calidad-de-imagen> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2023).



televisiones inteligentes, cada uno con sus propias características y funciones. Android TV de Google es el más popular, ya que ofrece tantas opciones como cualquier móvil Android, y, además, es una opción fácil de implementar para las marcas. Recientemente, se le cambió el nombre a Google TV. Además, hay otros también conocidos como *Tizen* de Samsung o *WebOS* de LG¹⁵.

- v) Año de fabricación: año en el que el producto fue fabricado.
29. Ahora, de la revisión del cuadro elaborado por la Comisión (ver fojas 234 a 238 del expediente), se observa que el denunciado brindó como mínimo a los consumidores la información respecto al tamaño de la pantalla, la resolución de la pantalla, el sistema de sonido, el procesador, la cantidad de puertos, si contaba con bluetooth, si contaba con control remoto, las dimensiones, el peso, el tipo de pantalla, la marca, el modelo, el precio, entre otras características dependiendo de cada modelo ofertado. Estas especificaciones, desde el punto de vista de la Comisión y el denunciado, eran información que revestía de relevancia al momento de optar por adquirir un televisor inteligente, además de ser suficiente para el consumidor.
30. Debe considerarse que la Asociación ha alegado que la información sobre memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador (versión, año de lanzamiento, núcleos) y el sistema operativo (versión y año de lanzamiento) sería relevante, toda vez que conocer estas especificaciones impacta en la funcionalidad del *Smart TV*. Sin embargo, pese a que la carga probatoria recaía sobre ella, esta no ha respaldado su afirmación. La mera alegación de la importancia de dichos detalles no es suficiente para concluir que es información relevante para los consumidores. Esta afirmación no se ha respaldado con evidencia concreta ni datos que demuestren la percepción real de los consumidores respecto a las características que aludió (por ejemplo, que los consumidores, al comprar este tipo de productos, se interesan por la memoria RAM, la memoria de almacenamiento, entre otros).
31. A consideración de los vocales que suscriben el presente voto, la adquisición de productos tecnológicos como los *Smart TVs* implica una serie de valoraciones más prácticas y visibles para el usuario, tales como el precio, la marca, el modelo y el tamaño de pantalla. Por lo tanto, información que abarque aspectos técnicos como la memoria RAM, la memoria de almacenamiento, el procesador, el sistema operativo y el año de fabricación, resulta cuestionable en términos de su relevancia para la decisión de consumo, ya que esta posee un carácter técnico y detallado.
32. Pese a que la información aludida por la Asociación podría ser de interés para consumidores con conocimientos especializados, no debe perderse de vista que esta suele ser compleja y de comprensión limitada para el consumidor promedio. Por lo tanto, la omisión de estos detalles técnicos no puede

¹⁵ *Sistemas operativos para Smart TV: ¿Cuál es el mejor?* Recuperado de: <https://www.pccomponentes.com/sistemas-operativos-smart-tv> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2023).



considerarse perjudicial, ya que los elementos esenciales para una elección de consumo informada estaban disponibles de forma accesible y comprensible en su página web.

33. Inclusive, en caso de que la Autoridad Administrativa acceda a la petición de la denunciante y exija este estándar mayor de información, esto podría resultar en una carga excesiva para los proveedores.
34. De otro lado, no debe perderse de vista que exigir información como la alegada por la Asociación resultaría razonable para equipos tecnológicos como computadoras de escritorio¹⁶ o laptops¹⁷, las cuales –por su naturaleza, función e importancia– son dispositivos diseñados principalmente para el trabajo, la productividad y la realización de tareas complejas. Por estos motivos, el enfoque de su uso se centra en la capacidad de procesamiento, almacenamiento y rendimiento, ya que están destinadas a ejecutar programas y aplicaciones exigentes.
35. En cambio, los televisores inteligentes son dispositivos orientados principalmente al entretenimiento (visualización de canales de señal abierta, plataformas de *streaming*, entre otros). Tienen conexión a Internet, ejecutan un sistema operativo y tienen su propio servicio de aplicaciones, en otros términos, es el resultado de una TV + Internet + Aplicaciones¹⁸.
36. En este sentido, exigir que se comunique al consumidor la información aludida (como la memoria RAM) para la comercialización de televisores inteligentes sería equiparar este a un producto con propósitos y funciones ampliamente

¹⁶ De la información extraída en internet, el objetivo principal de un ordenador de escritorio es procesar datos y ejecutar instrucciones para realizar diversas tareas de forma eficiente. Puede utilizarse para el procesamiento de textos, el diseño gráfico, los juegos, la enseñanza, la contabilidad, la organización y el acceso a Internet. Su flexibilidad y potencia lo convierten en la opción preferida de los usuarios que necesitan un alto rendimiento informático.

Parafraseo del texto original (traducción libre), basado en:

"(...) The primary purpose of a desktop computer is to process data and execute instructions to perform various tasks efficiently. It can be used for word processing, graphic design, gaming, teaching, bookkeeping, organizing, and accessing the Internet. Its flexibility and power make it a preferred choice for users who require high computing performance. (...)".

Recuperado de la página web de *PC Master Tips*, conformada por expertos y entusiastas en la materia de computadoras y con la misión de brindar información valiosa a individuos en general: https://pcmastertips.com/what-is-desktop-computer-and-its-function/#Definition_and_Purpose (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

¹⁷ De la información extraída en internet, una *laptop* u ordenador portátil es un equipo de fácil portabilidad. Es un dispositivo diseñado para uso personal y puede realizar diversas funciones, como navegar por Internet, crear documentos, jugar, etc. Los portátiles suelen ser de menor tamaño que los ordenadores de sobremesa y funcionan con batería.

Parafraseo del texto original (traducción libre), basado en:

"A laptop is a portable computer that can be easily carried around. It's a device designed for personal use and can perform various functions such as browsing the internet, creating documents, playing games, etc. Laptops are generally smaller in size than desktop computers and are battery powered."

Recuperado de la página web de *Lenovo*, empresa manufacturera de equipos tecnológicos con amplia presencia internacional: <https://www.lenovo.com/us/en/glossary/what-is-laptop/?orgRef=https%253A%252F%252Fwww.google.com%252F> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

¹⁸ ¿Qué es Smart TV? Recuperado de: <https://www.samsung.com/es/tvs/smart-tv/what-is-smart-tv/> fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



diferentes (como una computadora), lo cual no reflejaría las necesidades reales de los consumidores al optar por adquirir un *Smart TV*.

37. Adicionalmente, se advierte que el proveedor proporcionó una amplia gama de información sobre los productos cuestionados, evidenciando su esfuerzo por suministrar detalles relevantes y técnicos sobre sus productos a fin de que los consumidores puedan tomar una decisión en base a sus preferencias basándose en la variedad de detalles proporcionados en la descripción de la oferta del *Smart TV* y su ficha técnica. Pese a que no consignó la información aludida por la Asociación, la proveedora ha facilitado canales de atención al cliente, con lo que brindaba a los consumidores la oportunidad de obtener información adicional, realizar consultas específicas y aclarar dudas sobre las características técnicas de los productos. A través de estos medios, se garantizaba que los consumidores interesados en detalles más específicos puedan acceder a la información técnica de manera directa y especializada a través de los canales de atención proporcionados por la empresa.
38. Por lo tanto, corresponde confirmar la decisión apelada, en el extremo que declaró infundada la denuncia interpuesta contra Conecta Market Place por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código; en tanto se probó que el denunciado brindó información suficiente respecto a las características de los televisores inteligentes en venta.

RESUELVE:

Confirmar la Resolución 2896-2022/CC2 del 27 de diciembre de 2022, emitida por la Comisión de Protección al Consumidor – Sede Lima Sur N° 2, que declaró infundada la denuncia interpuesta por Nouvelle Défense contra Conecta Market Place S.A.C. por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor; en el extremo referido a que dicho proveedor no estaría obligado a consignar en su página web, dentro de las características de los televisores inteligentes en cuestión, la información consistente en: memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador (versión, año de lanzamiento, núcleos) y el sistema operativo (versión y año de lanzamiento).

Con la intervención de los señores vocales Hernando Montoya Alberti y José Abraham Tavera Colugna.



Firmado digitalmente por MONTOYA
ALBERTI Hernando FAU
20133840533 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06.01.2024 10:30:04 -05:00

HERNANDO MONTOYA ALBERTI
Presidente



El voto en discordia de los señores vocales Camilo Nicanor Carrillo Gómez y Julio Baltazar Durand Carrión es el siguiente:

Sobre el deber de información

1. El derecho a la información que poseen los consumidores, en el marco de una economía social de mercado, constituye uno de los derechos más importantes, debido a que, a través de su ejercicio, los consumidores cumplen su función económica de ordenar el mercado, premiando con su elección a las empresas más eficientes y orientando las prácticas productivas en función a sus preferencias. No en vano es el primer derecho reconocido constitucionalmente a favor de los consumidores¹⁹.
2. La información genera certidumbre y facilita el comportamiento del consumidor, lo cual le permite conocer sus derechos y obligaciones, así como prever posibles contingencias. Cabe agregar que la información es un proceso de naturaleza dinámica y que, por tanto, no es exigible únicamente al momento de la configuración de la relación de consumo, sino también a lo largo de esta. Ello permitirá al consumidor contar con toda la información relevante y suficiente para hacer valer sus derechos en caso de que se produjera alguna controversia.
3. Al respecto, el artículo 1°.1 literal b) del Código²⁰, señala que los consumidores tienen derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
4. Además, el artículo 2°.1 de la misma norma establece el deber que tienen los proveedores de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios ofertados. Asimismo, el artículo 2°.2 del Código, dispone que la información brindada deberá ser veraz, suficiente, apropiada y muy fácilmente accesible al consumidor o usuario²¹.
5. Ahora bien, el artículo 2°.3 del Código indica que, para analizar la información relevante, se deberá tener en cuenta toda aquella sin la cual no se hubiera adoptado la decisión de consumo o se hubiera efectuado en términos sustancialmente diferentes, debiéndose examinar si la información omitida desnaturalizaba las condiciones de la oferta.
6. Cabe precisar que el marco teórico del deber de información guarda sus propias particularidades de acuerdo con la actividad económica y contexto en

¹⁹ Ver pies de página 5 y 6 de la presente resolución.

²⁰ Ver pie de página 7 de la presente resolución.

²¹ Ver pie de página 8 de la presente resolución.



la que pretenda ser aplicable. Así, se entiende que dicha obligación responde a aquellas necesidades especiales de distintos sectores económicos, cada uno de los cuales posee sus respectivas exigencias y garantías, las mismas que pueden estar contenidas en un cuerpo normativo, ser de carácter objetivo al momento de ofrecer el bien o servicio, o, tener una naturaleza implícita, según corresponda a la situación analizada.

7. En ese sentido, se entiende que la información relevante, en los términos del Código, es aquella que, entre otros, sirve al consumidor para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, cuya ausencia podría determinar que la decisión de consumo no se realice o, en su defecto, ocurra en términos distintos.

Diferencia entre información importante y relevante para la elección de consumo

8. No cabe duda de que la información sobre un producto es muy importante para la decisión de consumo que adopta el consumidor. Podemos concluir, de manera pacífica, que conceptos como el precio o las funciones principales resultan información relevante que, necesariamente, debe ser brindada por los proveedores.
9. Esto no quiere decir que toda la información deba ser proporcionada. De hecho, comunicar información en exceso podría llevar al consumidor a la confusión o a perder de vista aquella que podría resultar de mayor importancia, teniéndose entonces el efecto contrario al buscado.
10. Por dicha razón, conforme se mencionó anteriormente, el Código establece que no toda información debe ser proporcionada al consumidor, sino únicamente la que resulte relevante para la decisión de consumo.
11. Teniendo en cuenta ello, los vocales que suscriben este voto consideran que puede hacerse una diferencia entre información importante e información relevante para la decisión de consumo.
12. Por información importante podemos entender aquella que tiene una incidencia gravitante en el producto o servicio, ya sea en su funcionamiento, sus características, entre otros. Por ejemplo, en el caso de una computadora, será importante conocer el número de *slots* de memorias RAM que tiene la placa base, pues esto permite conocer si se podrá ampliar la capacidad del aparato, mejorando así su funcionamiento y alargando su vida útil.
13. Si bien lo precitado es, sin duda, información importante, esta Sala considera que no es relevante.
14. Por información relevante se entiende, según ya se ha explicado, aquella que resulta cardinal para la decisión de consumo, teniendo en cuenta lo que esperaríamos un consumidor promedio en el mercado.



15. La información puesta como ejemplo anteriormente es de conocimiento especializado, propia de consumidores expertos en informática o acostumbrados al uso intensivo de aparatos tecnológicos (por ejemplo, jugadores profesionales de videojuegos, personas dedicadas al diseño gráfico o al medio audiovisual, entre otros). Si bien es importante, no es relevante para el consumidor promedio, pues no es experto y no está familiarizado con ello (en consecuencia, no lo evalúa al adoptar una decisión de consumo).
16. En definitiva, la labor de la autoridad, al determinar si una información específica es relevante para la decisión de consumo, requiere la delimitación de criterios claros que le permitan dilucidar cuando estará ante información importante y cuando está ante información relevante. Solo esta última deberá ser proporcionada por defecto en la oferta.
17. A fin de realizar dicho análisis, corresponderá tener en cuenta dos criterios: a) el tipo de consumidor que compra estos productos; y, b) la naturaleza del producto.

Estándar de consumidor aplicable al caso

18. Un “*consumidor promedio*”, conforme indica Sosa Sacio -citando a Kresalia y Ochoa (2009)-, ejercita su derecho al consumo “*como lo ejercitaría habitualmente un hombre corriente, un hombre promedio, lo que tradicionalmente se ha venido a denominar un buen padre de familia*”; noción que, en conjunción a la lectura de la Constitución que efectúa dicho autor, desemboca en concluir que, incluso la protección que otorga dicha norma rectora atañe al consumidor que existe, tal cual es, mas no a una construcción ideal -es decir, un consumidor como quisiéramos que fuera-, menos aun con algún afán pedagógico para encaminarlo a lo que debería de ser²².
19. Asimismo, conforme señala Durand Carrión “*es innegable que puede haber en el mercado en general, es decir en el círculo de consumidores destinatarios, algunos que destacan por su nivel de conocimientos y otros particularmente ignorantes, pero para los efectos de la aplicación de la Ley de Protección del Consumidor, la de competencia desleal o de publicidad, creemos que lo que se debe buscar es la imagen del consumidor medio, es decir de aquel normalmente informado, conforme al medio en que actúa*”²³.
20. Se debe considerar que el consumidor promedio, como cualquier persona en sociedad, se encuentra influenciado por el contexto al que pertenece. Esto determina, por ejemplo, que, dependiendo del espacio y tiempo, puede estar familiarizado con el uso de determinados productos y/o conceptos.

²² SOSA SACIO, Juan Manuel. “Una mirada constitucional a la defensa del consumidor, con especial referencia a la jurisprudencia del Tribunal Constitucional”. En: “Ensayos sobre Protección al Consumidor en el Perú”. Lima: Universidad del Pacífico, 2011. pp. 150-151.

²³ DURAND CARRIÓN, Julio. “Tratado de Derecho del Consumidor”. Fondo editorial USMP, 2007 pág. 145.



21. Así, al momento de identificar cuáles son las características de un consumidor promedio en el mercado peruano, se debe tener en consideración que, en el trimestre enero-febrero-marzo 2022, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI²⁴, el 72,5% de la población de seis (6) años a más de edad del país utilizaba la Internet. De ese porcentaje, el 94,5% lo utilizaba para comunicarse, el 86,2% para actividades de entretenimiento como jugar videojuegos u obtener música y películas y el 81% para obtener información.
22. De acuerdo con la Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones 2021 elaborado por el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones²⁵ -OSIPTEL-, el 70,6% de los peruanos tienen acceso a un teléfono celular con conexión a la Internet y, en general, el 82,2% de los hogares peruanos tienen acceso a algún dispositivo móvil para conexión a la Internet (teléfono móvil, laptop y Tablet).
23. De tal forma no se puede soslayar que el uso de productos altamente tecnológicos, como los celulares inteligentes, así como la Internet, se encuentra ampliamente extendida en la sociedad, por lo que, actualmente, un consumidor promedio en el mercado está habituado al uso de la tecnología, aunque a distintos niveles.
24. Esto quiere decir que el consumidor también está habituado a las características propias de los aparatos tecnológicos (como sus funciones o diseño) y, en gran medida, a elementos relacionados a los mismos (como lo es la memoria RAM, la capacidad de almacenamiento, el sistema operativo, entre otros). Es pertinente acotar que los conceptos antes mencionados son usuales en las ofertas de computadoras y celulares que realizan los proveedores, por lo que los consumidores están acostumbrados a estos.
25. Por otro lado, los consumidores, cuando realizan compras de productos de alta tecnología, de gran valor o poco frecuentes, suelen basar su decisión de compra en su conocimiento, informándose previamente sobre las características de los productos²⁶.
26. De hecho, en una encuesta realizada en consumidores del NSE A y B de Lima Metropolitana²⁷, más de la mitad de estos declararon realizar búsquedas de información antes de elegir qué televisor adquirir.

²⁴ Estadística de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares. Trimestre enero-febrero-marzo 2022. Ver: "<https://acortar.link/ZMQnBG>". Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

²⁵ Ver: "<https://acortar.link/MITIQw>". Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

²⁶ COLET AREÁN, Ramón y POLÍO MORÁN, José Eduardo (2014). *Procesos de Venta. Ciclo formativo Grado Medio*. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L. Página 10. Ver: "<https://acortar.link/CxsNzU>". Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

²⁷ NAQUIRA STIPANICHI, Franchesca Lisset y OLANO ARANA, Deyanira Gabriela (2020). *Análisis del proceso de decisión de compra de Smart TV entre julio de 2017 y diciembre de 2018 en personas del NSE A y B de Lima Metropolitana basado en el Modelo de Blackwell, Miniard y Engel*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad



27. En conclusión, considerando la realidad peruana en sus ámbitos social, cultural, económico y educativo, podemos tomar como referencia para este caso, en lo referido al estándar de consumidor de este tipo de productos, lo que se conoce como “*consumidor promedio*”. Este es lo que se puede denominar como “*persona de a pie*”, quien está habituado al uso de la tecnología (aparatos tecnológicos y la Internet) y valora sobremanera la información que se encuentre disponible sobre determinado aparato tecnológico (de otra forma, no realizaría búsquedas de información antes de adoptar una decisión de consumo).

Naturaleza del producto en controversia (televisor inteligente)

28. La televisión fue inventada por John Logie Baird en 1926²⁸. No obstante, no fue hasta la década de los 50 del siglo XX que la televisión se popularizó como un medio de comunicación masivo²⁹. En el Perú, los primeros canales de televisión se fundaron en 1958³⁰.
29. Con el pasar de los años, la televisión ha tenido varios cambios a raíz del avance de la tecnología³¹. Desde las primeras transmisiones en blanco y negro, pasando por las transmisiones a color y la televisión digital, este aparato, finalmente, ha sufrido uno de sus más cambios importantes con el advenimiento de la Internet y el desarrollo de la informática. En efecto, en un contexto en que los smartphones e Internet evolucionaban a un ritmo exponencial, los televisores también se hicieron inteligentes integrando *widjets*, y comenzaron a adquirir funciones convenientes como ofrecer información meteorológica y acceso rápido a la búsqueda de Google o YouTube. Más tarde, lo que nació como accesorio a la televisión tradicional consiguió su propio espacio, para ahora sí, sustituir completamente a la televisión de toda la vida con la llegada de servicios de *streaming*, dando paso a la explosión de otros mercados de servicios como Netflix³².
30. De acuerdo con fuentes consultadas³³, los *Smart TV* irrumpieron en el mercado entre finales de la primera e inicios de la segunda década del siglo

Católica del Perú] p. 60. Ver: “<http://hdl.handle.net/20.500.12404/15811>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

²⁸ Ver: “<https://www.ipp.edu.pe/blog/historia-de-la-television/>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

²⁹ Ver: “<https://www2.claro.com.co/institucional/historia-de-la-television/>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

³⁰ Ver: “<https://elcomercio.pe/archivo-elcomercio/dia-mundial-de-la-television-television-peruana-noticia/>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

³¹ Ver: “<https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200522/481296775199/television-evolucion-tecnologica-blanco-y-negro-vida-domestica.html>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

³² *De la televisión tradicional a la Smart TV: historia evolutiva*. Ver: “<https://hipertextual.com/2016/02/smart-tv-suhd/>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

³³ Ver: “<https://acortar.link/B2wVI5>” y “<https://acortar.link/8fhXE5>”. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.



XXI. Estos televisores se caracterizan por integrar funciones de Internet y Web 2.0 interactiva³⁴, como el uso de aplicaciones, navegación web, entre otros³⁵.

31. Al respecto, la Organización de Consumidores y Usuarios de España (OCU)³⁶ señala que un *Smart TV* es un televisor conectado a Internet que ofrece una variedad de funciones online, como el acceso a los servicios de transmisión de vídeo más populares, además de la posibilidad de compartir contenido desde dispositivos móviles. La gran mayoría de los televisores actuales son modelos "*inteligentes*" -*Smart TV*-, con lo que hay muchos modelos para elegir. Dentro de las ventajas de un *Smart TV*, se consideran:

- *Aplicaciones*. Las aplicaciones en los *Smart TV* vienen preinstaladas o están disponibles para descargar desde una tienda de aplicaciones. La mayoría ofrecen transmisión de video en plataformas como YouTube, Netflix y Amazon Prime, transmisión de audio, en Spotify o Deezer, redes sociales en Facebook y Twitter (ahora, X), además de varios videojuegos.
- *Streaming y casting*. Los *Smart TV* permiten siempre algún tipo de posibilidad de compartir contenido desde dispositivos móviles, como un Smartphone o tablet. Aquí hay muchas opciones diferentes, desde el conveniente Google Cast y Apple Airplay 2, hasta otras soluciones menos atractivas basadas en la duplicación de pantalla.
- *Recomendaciones*. Si optas por este servicio en el primer proceso de configuración, muchos televisores ahora recomendarán programas y películas según lo que has estado viendo y tus géneros favoritos.
- *Control inteligente del hogar*. En un hogar conectado, la pantalla del televisor servirá de centro de control, permitiendo acceder y controlar todo en la misma red, como lavadoras, bombillas, termostatos y más.
- *Control por voz*. Los televisores de gama media y alta ya admiten la búsqueda de contenido a través de la entrada de voz, así como el control

³⁴ "El término Web 2.0 se utilizó por primera vez en el año 2004, cuando Tim O'Reilly y Dale Dougherty, de la editorial estadounidense especializada en libros de tecnología O'Reilly Media utilizaron este término en una conferencia en la que expusieron sobre el renacimiento y evolución de la Web.

Un sitio Web 2.0 permite a sus usuarios interactuar con otros usuarios o cambiar contenidos del sitio Web, en contraste con los sitios Web no interactivos en los que los usuarios se limitan a la visualización pasiva de información que se les proporciona.

Como su nombre lo indica, la Web 2.0 es la evolución de una web anterior, la Web 1.0, que es la Web tradicional, que se caracteriza porque el contenido e información de una página o sitio es producido por una persona, el editor o webmaster. Esos contenidos son, una vez publicados, visitados por los navegantes, sin la posibilidad de ser modificados, opinar sobre ellos o agregar contenidos nuevos.

La Web 1.0 es estática, es decir, los datos que se encuentran en esta no se pueden cambiar, se encuentran fijos, no varían, no se actualizan. En el modelo de la Web 2.0, en cambio, la información y contenidos se producen directa o indirectamente por los usuarios del sitio Web y es compartida"

Web 2.0. Recuperado de la página web "Educ.ar Sociedad del Estado*": "<https://www.educ.ar/recursos/120271/web-2-0>" (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

*Educ.ar es la sociedad del Estado del Ministerio de Educación de la Nación Argentina, referente de la transformación digital en el acceso al conocimiento.

³⁵ Ver: "<https://www.tcl.com/es/es/blog/playbooks/history-of-tv>". Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

³⁶ La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) es una asociación privada independiente y sin ánimo de lucro que nació en 1975 con un objetivo claro: la información y atención de los consumidores y la defensa de sus intereses. "<https://www.ocu.org/info/quienes-somos#Quienes%20somos>" (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



de algunas funciones básicas del televisor a través de la voz: integran un micrófono que suele estar en el mando (o en el propio televisor)³⁷.

32. En su página oficial, la empresa Samsung, por su parte, señala que un televisor *Smart TV* significa que tiene conexión a Internet, que se ejecuta en un sistema operativo y tiene su propio servicio de aplicaciones. En resumen, TV + Internet + Aplicaciones = *Smart TV*³⁸.
33. Por consiguiente, queda claro que un televisor *Smart TV*, lejos de tener como única o principal función la transmisión de señales de televisión abierta o por cable, tiene como funcionamiento preponderante la posibilidad de utilizar aplicaciones y la navegación en Internet. Afirmar lo contrario significaría desconocer su naturaleza de *“televisor inteligente”*.
34. En este punto, a manera de complemento de lo antes mencionado, resulta relevante destacar que diversas fuentes corroboran que los consumidores eligen televisores *Smart TVs* por sus funcionalidades propias de su categoría (a su naturaleza) y no necesariamente por sus funciones tradicionales (ver televisión abierta o por cable):
- Conforme a un estudio de Comscore -citado por el Diario Gestión³⁹, el 7,6 millones de peruanos son espectadores de Connected TV (CTV)⁴⁰. El 36% de estos lo hacen mediante un *Smart TV*.
 - Según la declaración de un representante de un fabricante, *“los televisores ahora son centros de entretenimiento. Según algunos estudios, buena parte de la gente no lo usa para ver señal abierta o cable, sino para streaming, videojuegos, exhibiciones y hasta para clases online”* -declaraciones del director de ventas de LG Perú a Diario Gestión⁴¹.

³⁷ ¿Qué es un Smart TV y cómo funciona? Recuperado de: [“https://www.ocu.org/tecnologia/television/informe/smart-tv/”](https://www.ocu.org/tecnologia/television/informe/smart-tv/) fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

³⁸ ¿Qué es Smart TV? Recuperado de: [“https://www.samsung.com/es/tvs/smart-tv/what-is-smart-tv/”](https://www.samsung.com/es/tvs/smart-tv/what-is-smart-tv/) fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

³⁹ Ver: [“https://acortar.link/fQ9c9K”](https://acortar.link/fQ9c9K). Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

⁴⁰ “Con *“TV conectada”*, nos referimos a los dispositivos de televisión que tienen conexión a Internet, ya sea porque la incluyen de fábrica (como las *smart TVs*) o porque la consiguen mediante un dispositivo externo (como un dispositivo de streaming o un reproductor multimedia digital).
En los dispositivos de TV conectada se pueden mostrar diferentes tipos de contenido, incluidos los siguientes:

- *Over-the-tops*: contenido de vídeo similar al de la televisión que distribuyen por Internet proveedores de vídeo.
- *Televisión lineal o en directo*: contenido televisivo tradicional que tiene una programación fija y se emite por los canales de difusión tradicionales.
- *Vídeo bajo demanda*: programas o series de televisión que se emiten cuando lo solicita el espectador. A veces también se denomina *“visualización no lineal”* o *“en diferido”*.

TV conectada (CTV). Recuperado de: [“https://support.google.com/authorizedbuyers/answer/7048954?hl=es”](https://support.google.com/authorizedbuyers/answer/7048954?hl=es) (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁴¹ Ver pie de página 39 de la presente resolución.



- De acuerdo con el Diario Gestión⁴², un estudio reveló que el 66% de usuarios peruanos de las plataformas de *streaming* utilizan un *Smart TV* para hacer uso de estas.
 - En una encuesta realizada a consumidores del NSE A y B de Lima Metropolitana⁴³, el 86% declaró que adquirió un *Smart TV* para ver contenido en *streaming*.
35. Solo a manera de referencia (pues se trata de data sobre un país extranjero), es importante resaltar que, por ejemplo, en una encuesta realizada en Colombia por un fabricante de televisores⁴⁴, se halló que el 39% de los consumidores que adquirirían un televisor lo hacían por sus funciones Smart.
36. Cabe indicar que la data brindada previamente se proporciona a manera de referencia, pues la naturaleza del producto no se define por las preferencias del consumidor, sino por sus propias características, las cuales ya fueron explicadas al inicio de esta sección.
37. Ahora bien, teniendo en cuenta lo expuesto, podemos concluir que los criterios relevantes utilizados por los consumidores para adquirir televisores han ido cambiando a lo largo del tiempo. Así, se estima que, antes de la llegada de los *Smart TV*, aspectos como la calidad de imagen, sonido, vida útil, tamaño y resolución, por ejemplo, eran considerados como determinantes por los consumidores para su elección de compra. No obstante, a medida que el avance de la tecnología y su asequibilidad permitió el acceso de más personas a los denominados televisores inteligentes, las características más valoradas por los usuarios respecto de estos bienes -a diferencia de los televisores tradicionales- fueron cambiando, por lo que ahora ya no solo se espera que el dispositivo proyecte imágenes -estáticas y en movimiento- con altos estándares de calidad, sino también que cuente con funciones adicionales que la distinguen de sus antecesores, como la conexión a Internet, acceso a aplicativos de búsqueda, música digital y video, posibilidad de instalar, ejecutar y desinstalar software, juegos y otras aplicaciones, entre otros⁴⁵.
38. Respecto de este tipo de bienes, la Asociación aludió a conceptos como memoria RAM, memoria de almacenamiento, procesador (versión, año de

⁴² García, M. (1 de diciembre de 2023). Crece la suscripción de peruanos a plataformas de streaming, ¿cuál será el futuro del cable?. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/empresas/streaming-plataformas-de-streaming-tv-tv-por-cable-cable-crece-la-suscripcion-de-peruanos-a-plataformas-de-streaming-cual-sera-el-futuro-del-cable-noticia/?ref=gesr>. Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2023.

⁴³ NAQUIRA STIPANICHI, Franchesca Lisset y OLANO ARANA, Deyanira Gabriela (2020). *Análisis del proceso de decisión de compra de Smart TV entre julio de 2017 y diciembre de 2018 en personas del NSE A y B de Lima Metropolitana basado en el Modelo de Blackwell, Miniard y Engel*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú] p. 59. Ver: "<http://hdl.handle.net/20.500.12404/15811>". Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

⁴⁴ Ver: "<https://acortar.link/66vZXY>". Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023.

⁴⁵ *Diferencia entre Smart TV y televisor Led*. Recuperado de: <https://montech.pe/blogs/news/diferencia-entre-smart-tv-y-televisor-led#:~:text=Un%20Smart%20TV%20es%20un,del%20contenido%20de%20TV%20normal>. (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



lanzamiento y núcleos), sistema operativo (versión y año de lanzamiento) y año de fabricación. En ese sentido, en los siguientes párrafos, citaremos algunos conceptos sobre tales características presentes en los televisores inteligentes.

39. La memoria RAM, para los *Smart TV*, está diseñada para encargarse de todas las aplicaciones y recursos del televisor, tales como la asistencia de Televisión Digital Terrestre, el navegador del Internet, las aplicaciones del televisor, reproducción de videos, entre otros, permitiendo la reserva de memoria suficiente de cada recurso para el procesamiento de este. En otras palabras, entre más capacidad tenga una memoria RAM, más rápido va a andar -es decir, habrá mejor rendimiento- el *Smart TV*, haciendo que lo que se haga en ella se ejecute de manera fluida⁴⁶.
40. Otra fuente nos indica que, en un televisor inteligente -conectado a Internet-, la memoria RAM es la memoria de ejecución. Ayuda a respaldar el software del televisor y almacena los datos de las aplicaciones del televisor. Una vez que se inicia sesión en una *app* o se tiene un programa previamente seleccionado, esta información se almacena en la RAM. Además, los programas en segundo plano también siguen ejecutándose a través de la RAM, no obstante, una vez que se apague el televisor, los datos de la RAM se perderán⁴⁷.
41. Otros expertos⁴⁸ indican que la RAM permite un acceso rápido a los datos y contribuye a una experiencia de usuario fluida; por lo que, una mayor cantidad de RAM puede mejorar el rendimiento de, por ejemplo, el sistema operativo Android TV, al reducir el retardo (*lag*), el almacenamiento en búfer (*buffering*: pausa no deseada en la transmisión de un video) y los bloqueos (*crashes*), especialmente cuando se ejecutan varias aplicaciones o se transmiten contenidos de alta calidad⁴⁹. No obstante, esta memoria temporal -que utiliza

⁴⁶ *Características a tener en cuenta antes de comprar un Smart Tv.* Recuperado de: <https://www.diselco.co/post/caracter%C3%ADsticas-a-tener-en-cuenta-antes-de-comprar-un-smart-tv> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁴⁷ Parfraseo del texto original (traducción libre), basado en:
"What Does RAM Do on a Smart TV? (Answered!)
How is RAM used on a smart TV?
On a smart TV, RAM is the running memory. This helps support your TV's software and stores data from your TV's apps. Once you log in to an app or have a show you previously selected, this information is stored on the RAM. Background programs also keep running via RAM. Once your TV is turned off, RAM data will be lost. There is no need to worry about your RAM if you're watching cable TV or using a satellite dish; RAM is only useful for a smart TV connection that uses the internet for your display.
Recuperado de: <https://whatsabyte.com/what-does-ram-do-on-a-smart-tv/> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁴⁸ **Techreviewspot** (Mithun Roy): Techreviewspot es una plataforma tecnológica global dedicada que ofrece información técnica, soporte técnico, consejos y trucos, características y reseñas de dispositivos de TI. (Fuente: <https://techreviewspot.com/about-us/>, consultada el 30 de noviembre de 2023)
Robots.net: Se esfuerza por hacer que las últimas tendencias tecnológicas sean accesibles para todos a través de guías introductorias, artículos de noticias y reseñas de productos. Cuenta con un equipo de expertos en tecnología y escritores experimentados se dedica a elaborar artículos simples pero perspicaces para facilitar el aprendizaje. (Fuente: <https://robots.net/about-us/>, consultada el 30 de noviembre de 2023).

⁴⁹ Parfraseo del texto original (traducción libre), basado en:



el dispositivo para almacenar las aplicaciones y procesos activos- tiene un tamaño limitado y, una vez que alcanza su capacidad, el rendimiento del *Smart TV* puede verse afectado⁵⁰.

42. Sobre la memoria de almacenamiento, el almacenamiento integrado del televisor consta de dos partes: almacenamiento interno, que se utiliza para almacenar el sistema operativo y los archivos del sistema; y, el almacenamiento accesible para el usuario, que es el área de almacenamiento a la que pueden acceder y utilizar los usuarios⁵¹.
43. Otra fuente nos indica que, la memoria de almacenamiento, también conocida como almacenamiento interno, es aquel lugar en el cual el *Smart TV* almacena aplicaciones, juegos, archivos multimedia y datos del sistema. Esta capacidad de almacenamiento varía entre los distintos modelos de *Smart TV*, y cuanto más memoria de almacenamiento haya disponible, más aplicaciones y archivos se podrá almacenar⁵².
44. Sobre el procesador, se encarga de ejecutar y procesar todos los datos del *Smart TV*, y trabaja en conjunto con la memoria RAM⁵³. Según se refiere en la página web oficial de LG Electronics, el procesador es un elemento clave a la hora de escoger un televisor, ya que de este dependen directamente otros factores como la resolución, la gestión de contenido HDR, la precisión de colores, los movimientos en las escenas, entre otros detalles que acaban por definir la experiencia de ver contenido⁵⁴.
45. Un procesador más potente también permite disfrutar de otras funcionalidades adicionales en los televisores, como por ejemplo poder dividir la pantalla en

"A. RAM (Random Access Memory) is a crucial Android TV component, temporarily storing data used by the operating system and apps. It enables fast access to data and contributes to a smooth user experience.

B. Increasing RAM can improve the performance of Android TV by reducing lag, buffering, and crashes, especially when running multiple apps or streaming high-quality content".

Recuperado de: <https://techreviewspot.com/how-to-increase-ram-in-android-tv/> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵⁰ Parafraseo del texto original (traducción libre), basado en:

"RAM: RAM is the temporary memory that your Smart TV uses to store active applications and processes. It allows for quick access and multitasking capabilities. However, RAM is limited in size, and once it reaches its capacity, the performance of your Smart TV may be affected".

Recuperado de: <https://robots.net/tech/how-to-free-up-memory-on-a-smart-tv/> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵¹ Información extraída de la página de soporte de Sony España, respecto a televisores del tipo "Android TV". Recuperado de: <https://www.sony.es/electronics/support/articles/00223285> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵² Traducción libre del siguiente texto:

"Storage Memory: Storage memory, also known as internal storage, is where your Smart TV stores applications, games, media files, and system data. This storage capacity varies among different Smart TV models, and the more storage memory available, the more apps and files you can store".

Recuperado de: <https://robots.net/tech/how-to-free-up-memory-on-a-smart-tv/> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵³ *Características a tener en cuenta antes de comprar un Smart Tv.* Recuperado de: <https://www.diselco.co/post/caracter%C3%ADsticas-a-tener-en-cuenta-antes-de-comprar-un-smart-tv> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵⁴ *¿Cuál es la importancia del procesador a la hora de comprar un televisor?* Recuperado de: <https://www.lg.com/pe/acerca-de-lg/prensa-y-medios-de-comunicacion/cual-es-la-importancia-del-procesador-a-la-hora-de-comprar-un-televisor> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



varias ventanas, teniendo hasta cuatro diferentes en la misma la pantalla dividida. Esto permite navegar por Internet mientras se mira la televisión, pero también tener la guía de programas abierta en otra o una red social en la cuarta; opción cada vez es más interesante, sobre todo si se siguen programas de televisión que tienen aplicaciones interactivas⁵⁵.

46. Siendo conscientes de la importancia del procesador en cualquier equipo tecnológico, se advierte que, en los *Smart TV*, la relevancia del referido componente es similar a lo que ocurre con los teléfonos inteligentes -en los cuales es claro que, con un mejor procesador, todo funcionará sin ningún retraso o incompatibilidad-; aunque hay más variables a tener en cuenta aparte de la apertura de aplicaciones, pues dicho componente también afecta la experiencia audiovisual en los televisores.
47. En efecto, conforme a lo indicado en diversas páginas web sobre el tema, uno de los aspectos en donde se aprecia cuál es la potencia de un procesador, es principalmente la fluidez de la navegación, tanto a través del menú de configuración como por la plataforma del *Smart TV*⁵⁶. Asimismo, la reproducción de los contenidos está intrínsecamente ligada al procesador, siendo el encargado de codificar y decodificar los datos, lo que resulta en una mala experiencia cuando el procesador no termina de dar la talla⁵⁷.
48. Sobre el sistema operativo, en la actualidad, la mayoría de los aparatos tienen un sistema operativo, es decir, un programa informático que permite administrar sus recursos, proporcionar una interfaz gráfica y añadir múltiples funciones.
49. Cuando hablamos de sistemas operativos para *Smart TV*, hacemos referencia al software que permite navegar a través de las diferentes opciones de la televisión: es lo que permite instalar ciertas aplicaciones, navegar por Internet o configurar el propio televisor⁵⁸.
50. En las últimas décadas, han ido apareciendo distintos sistemas operativos para televisiones inteligentes, cada uno con sus propias características y funciones, tales como⁵⁹:

⁵⁵ *Cómo influye el procesador de tu televisor en la calidad de imagen.* Recuperado de: <https://www.xatakahome.com/samsungcurveduhdtv/como-influye-el-procesador-de-tu-televisor-en-la-calidad-de-imagen> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵⁶ *Todo lo que necesitas saber del procesador a la hora de elegir un televisor* [contenido ofrecido por TVAV Editorial Multimedia S.L.] Recuperado de: <https://www.revistaonoff.es/todo-lo-que-necesitas-saber-del-procesador-a-la-hora-de-elegir-un-televisor/> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵⁷ *Todo lo que necesitas saber sobre la pieza clave de tu televisor* [contenido ofrecido por LG]. Recuperado de: <https://computerhoy.com/patrocinado/todo-necesitas-saber-pieza-clave-televisor-1142991> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵⁸ *Sistemas operativos para Smart TV: ¿Cuál es el mejor?* Recuperado de: <https://www.pccomponentes.com/sistemas-operativos-smart-tv> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁵⁹ *Smart TV: Los sistemas operativos más populares.* Recuperado de: <https://hipertextual.com/2018/09/smart-tv-sistemas-operativos-mas-populares> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



- a) *Android TV* de Google, utilizada por fabricantes como Sharp y Sony, es una versión adaptada del sistema operativo Android disponible en smartphones, tablets, relojes, altavoces y demás dispositivos; ofrece las ventajas de Android con una interfaz adaptada y acceso a Google Play, donde pueden encontrarse aplicaciones como YouTube, Netflix y cualquier servicio de *streaming* que tenga app oficial.
 - b) *Tizen* de Samsung, está basado en Linux. Su interfaz es muy visual, es compatible con otros dispositivos a través de cable, WiFi y/o mediante aplicaciones oficiales como *Smart View*, recibe actualizaciones automáticas, y aunque no tiene Google Play sí ofrece una tienda de aplicaciones amplia y variada, entre ellas las más habituales como Netflix, HBO, Spotify, YouTube, etc.
 - c) *WebOS* de LG, está basado en Linux. Ofrece aplicaciones habituales como YouTube, Netflix, Prime Video o Spotify, entre otras, así como la posibilidad de enviar contenido desde un smartphone y tablet o navegar por la web.
51. Sobre el año de fabricación, este dato no necesita mayor explicación; no obstante, es razonable estimar que, conforme los avances tecnológicos ocurren a pasos acelerados, dentro de un mismo año, podrían fabricarse para el mercado diversos modelos de televisores inteligentes, por lo que ambos tipos de información podrían evaluarse en conjunto para tener un mejor entendimiento del nivel de modernidad del equipo.
52. En conclusión, los televisores inteligentes son productos tecnológicos en auge que permiten, a diferencia de los televisores tradicionales, hacer uso de aplicaciones y navegar en Internet. Asimismo, en concordancia con esta naturaleza, los consumidores adquieren estos productos, preponderantemente, por sus funcionalidades novedosas y exclusivas que los diferencian de los televisores convencionales.

Sobre el proceso de compra de televisores inteligentes

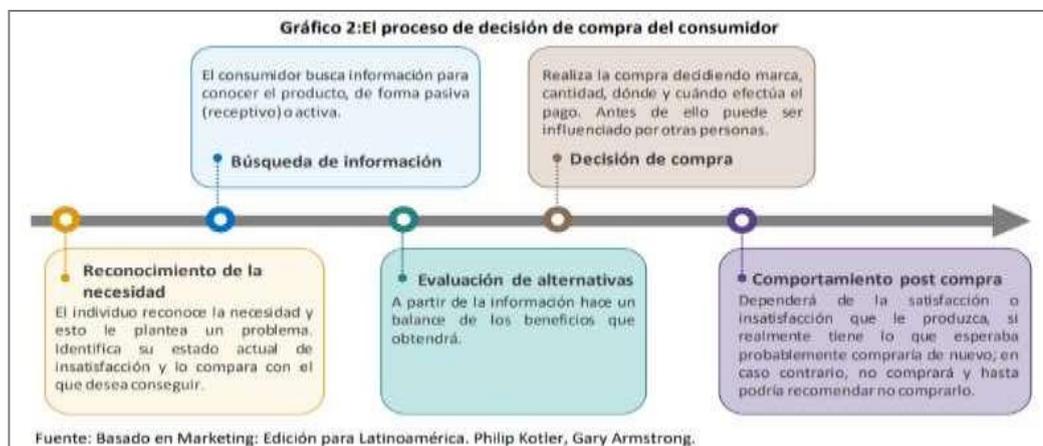
53. Conforme a un estudio realizado por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. – CPI, entre el 2015 al 2017, el crecimiento en la tenencia de *Smart TV* en hogares ha sido de tipo exponencial en el Perú; pues, de 5,1% de tenencia en el 2015, pasa a 21,4% en el 2017, es decir, un incremento de casi cuatro veces más. Este incremento, aunque pareciera paradójico, se dio con más fuerza en nivel socioeconómico D y E, donde la tenencia creció ocho (8) veces más a nivel nacional, aunque en promedio la tenencia para el 2017 en este sector fue del 9,1% de hogares. Mientras que en los niveles A/B y C, la tenencia aumentó tres y cuatro veces más, respectivamente⁶⁰.
54. En este contexto, como puede verse, es importante que el consumidor que adquiere un *Smart TV* tenga a la mano toda la información relevante sobre el

⁶⁰ Edición 008/2017: *Evolución del mercado de Smartphone y Smart TV en el Perú*. Recuperado de: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_tenencia_smartphone_smarttv_2017.pdf (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



producto, pues de este modo puede conocer con claridad sus alternativas y finalmente elegir la que estime más adecuada, en función a diversos factores.

55. En este punto, es pertinente detenernos un momento en lo que se entiende por proceso de compra; puesto que, en dicho marco, precisamente se hace evidente la necesidad de contar con toda la información relevante que permita efectuar una adecuada elección de consumo, conforme lo previamente expuesto.
56. De acuerdo con Philip Kotler, en general, el proceso de decisión de compra del consumidor puede darse en las siguientes cinco (5) etapas⁶¹; las cuales vienen a ser ilustrativas, pues no todos los consumidores atraviesan la integridad de esas etapas:



57. Por ejemplo, en materia inmobiliaria, la Sala ya ha precisado⁶² que el proceso de compra está comprendido por aquel periodo desde el cual un consumidor, quien inicialmente pudo tener conocimiento sobre un proyecto inmobiliario a través de distintos medios, realiza diversas conductas con la finalidad de obtener un mayor alcance sobre el bien que va a adquirir (por ejemplo, consultas vía correo electrónico o visitas a casetas de ventas), hasta aquel momento previo a la consolidación de la relación de consumo (suscripción de contrato); dentro de este espacio temporal el consumidor debe haber obtenido toda la información necesaria sobre las condiciones ofrecidas por el proveedor. En dicho espacio temporal el consumidor puede reflexionar sobre las ventajas o desventajas de lo ofrecido, de manera que pueda adoptar una decisión de consumo que se adapte a sus necesidades y circunstancias. Así, este momento es tan importante como aquel en el que el consumidor revisa el contrato y se dispone a suscribirlo.

⁶¹ Información y gráfico extraídos de: *Documento de trabajo: El perfil del consumidor en el Perú: un enfoque de protección - Abril 2021*, de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC). Recuperado de: "https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/Perfil_Consumidor_PeruUrbano_2021/ab1b1b0f-f808-b038-b71e-4effc15afff8" (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁶² Ver Resoluciones 0314-2017/SPC-INDECOPI del 23 de enero de 2017, 1355-2020/SPC-INDECOPI del 19 de agosto de 2020 y 0840-2021/SPC-INDECOPI del 19 de abril de 2021.



58. Trasladando dicho razonamiento a un campo como es el que sustenta la denuncia, esto es, el mercado de adquisición de equipos electrónicos para el hogar, podemos asumir que, en este también se recurre a una serie de averiguaciones previas a la adquisición del producto –como un Smart TV–, similares a las antes descritas; debido a las novedosas características que trae –a comparación de un televisor ordinario– y la importancia que tiene el mismo para los consumidores –por ejemplo, para efectos de entretenimiento–, así como el precio de dichos bienes, los cuales oscilan en un rango bastante amplio, como podemos ver –para el caso concreto– en los siguientes ejemplos: producto 1: S/ 799,00; producto 20: S/ 1949,00; producto 22: S/ 2 229,00; y, producto 46: S/ 4 699,00 (ver fojas 76, 107, 112 y 143 del expediente, respectivamente).
59. En ese sentido, nos encontramos en un ámbito del mercado donde, de la mano con los avances tecnológicos, conceptos como procesador, sistema operativo o memorias de los dispositivos electrónicos pueden ser conocidos por sus usuarios; quienes, además, tienen acceso cada vez más masivo y frecuente a herramientas de interconexión global como la Internet, espacio en el cual pueden acceder fácilmente a la información que necesiten⁶³.
60. De hecho, conforme indica el INEI y según se citó previamente, para el trimestre enero a marzo de 2022⁶⁴:
- El 56,9 % de los hogares a nivel nacional disponen del servicio de Internet.
 - El 66,7% de la población de 6 años y más de edad que usa Internet, lo hace exclusivamente por teléfono móvil.
 - Del total de la población usuaria de Internet, el 48,9% lo hace a través de un teléfono celular sin plan de datos, el 40,9% mediante un celular con plan de datos, y el 9,1% lo hace a través de otro tipo de dispositivo como un televisor *Smart*.
 - el 86,2% de la población utiliza Internet para realizar actividades de entretenimiento como juegos de videos y obtener películas o música y el 81,0% recurre a Internet para obtener información.
61. De tal forma, se entiende que, respecto de productos electrónicos que cuentan con múltiples funciones –como conexión a Internet, aplicativos, interconexión

⁶³ *El mercado de televisores inteligentes está impulsado por la creciente popularidad de las plataformas de transmisión OTT y la gran disponibilidad de contenido a pedido. Además, la penetración de los teléfonos inteligentes junto con la accesibilidad de Internet ha impulsado las ventas de televisores inteligentes en los últimos años. Actualmente, el mundo está presenciando un cambio positivo en las preferencias de compra de los consumidores, es decir, de Android TV a Smart TV. Entonces, esta tendencia también se está siguiendo en América Latina, lo que está elevando las ventas de televisores inteligentes en diferentes países. Perspectiva del Mercado Latinoamericano de Televisión Inteligente.* Recuperado de: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_tenencia_smartphone_smarttv_2017.pdf
<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-de-smart-tv> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁶⁴ Informe Técnico 02 – junio 2022: *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*, emitido por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2022.pdf> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



de dispositivos, etc.- y, por tanto, tienen componentes integrados que condicionan esa versatilidad y funcionamiento óptimo, existirá información importante -sobre aspectos técnicos bastante específicos⁶⁵-, que debería ser conocida por el usuario de este tipo de tecnología, a efectos de que pueda manejarla adecuadamente e incluso sacarle el máximo provecho al producto.

62. Sin embargo, -y como ya se explicó- cabe anotar que, justamente, por su nivel de especialización, no toda información importante será relevante para la elección de consumo de una persona promedio en este tipo de mercado; puesto que, si bien este puede tener ciertas nociones básicas de algunas características de los *Smart TV*, por el uso cada vez más masivo de otros artefactos tecnológicos con funciones similares, tales como los Smartphones, por ejemplo -donde también se pueden usar aplicaciones, tienen un sistema operativo y un procesador integrados-, no necesariamente contará con nociones profundas sobre todos los componentes y funciones de los mismos en el producto, lo cual más bien podría estar reservado a aquellos que sean especialistas en la materia.
63. En ese sentido, a efectos de verificar el cumplimiento del deber de brindar información relevante a los usuarios, en la línea de lo dispuesto en los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código, no se considerará aquella información que, si bien es importante, no es necesaria -desde la perspectiva de un consumidor promedio- para poder efectuar una adecuada elección de consumo.

Aplicación al caso concreto

64. En principio, se aprecia que la información antes mencionada es importante, en la medida que, tal como hemos visto al momento de describir su significado, cada uno de los componentes del *Smart TV* citados tiene una función específica que influye, en suma, en el correcto funcionamiento y fluidez del equipo electrónico; por lo que su conocimiento por parte de un consumidor sería lo esperable.
65. No obstante, las máximas de la experiencia nos inducen a pensar que, la mayoría de los consumidores -en específico, aquellos calificados como promedio- de este tipo de aparatos, si bien pueden conocer conceptos básicos sobre el funcionamiento de, en general, un dispositivo inteligente, no siempre tendrán un conocimiento más profundo sobre el tema; por lo que detalles técnicos que tienen influencia en ciertas funciones más avanzadas de los equipos, no necesariamente formarían parte de los criterios relevantes para su decisión de compra, salvo que estén buscando un dispositivo con características muy específicas -lo cual daría cuenta de que es un consumidor especializado-.
66. En ese sentido, los vocales que suscriben este voto aprecian que, en el caso concreto, sí deviene en relevante para la elección de consumo, informar sobre las siguientes características:

⁶⁵ Como la frecuencia del procesador, que se mide en megahercios (MHz), cuya mayor frecuencia de funcionamiento incrementa la potencia para el tratamiento de las imágenes, por ejemplo.



- i) Capacidad de la memoria RAM y de almacenamiento, en tanto el consumidor promedio está habituado a este tipo de conceptos, por ejemplo, debido al uso masivo de *smartphones*; por lo que entiende y le interesa conocer el límite de dichos componentes, a fin de efectuar su elección de consumo si, por ejemplo, tiende a preferir el uso de ciertas aplicaciones, para lo cual necesitará conocer el espacio disponible en su televisor inteligente, en caso requiera instalarla. Además, también es importante conocer este dato, si lo que se privilegia es la fluidez del funcionamiento del aparato.
 - ii) El tipo y versión del sistema operativo, ya que el consumidor promedio está familiarizado a interactuar con aparatos que cuentan con sistemas operativos, por lo que puede comprender y le interesa conocer dichas características específicas del televisor inteligente de su interés, pues influyen en los alcances y limitaciones en la actualización e instalación de aplicaciones; de tal modo que, dicha información puede servirle para optar entre uno u otro producto.
 - iii) Tipo y generación del procesador, en tanto de este dependen directamente otros factores que influyen en la visualización de las imágenes y movimientos en las escenas, poder dividir la pantalla en varias ventanas, además de otros detalles que definen la experiencia de ver contenido. Así, un consumidor promedio, al conocer estos datos del procesador, puede comparar las opciones que el mercado le ofrece, y en función a esto decidir cuál es el que se ajusta con mayor exactitud a sus intereses, más aún si el uso tradicional de un televisor es el de la visualización de contenido, ya sea de la programación en televisión digital terrestre o de las plataformas de contenido cuyas aplicaciones estén instaladas en el dispositivo.
 - iv) Año de fabricación, pues por costumbre en el mercado, el consumidor promedio sabe que, como regla general, los modelos de años más actuales suelen ser los que tienen tecnología más novedosa. Este dato le da una idea a un consumidor promedio sobre el nivel de modernidad que podrían tener los *Smart TVs* ofertados.
67. Cabe precisar que, si bien la denunciante aludió a las “versiones” de los procesadores –los cuales forman parte del hardware (parte tangible) en un *Smart TV*–, este concepto aplicaría más bien al *software* –parte intangible– de un equipo electrónico, como lo es el sistema operativo. Más bien, a lo que se podría hacer referencia, de manera más común, es a la generación del procesador, tal como ocurre en el caso de este tipo de componente para las computadoras (de escritorio y personales), siendo un ejemplo de ello las diferentes generaciones de los procesadores Intel⁶⁶.

66

Convenciones de nomenclatura de los procesadores Intel

Para distinguir las diferencias entre las CPU Intel, necesitas conocer las partes que conforman el nombre. Cada nombre de procesador tiene una marca, un modificador de marca, una generación, unidad de mantenimiento de existencias (o SKU en inglés) y una línea de productos. Una vez que sepas lo que significa cada uno de ellos, puedes identificar cada procesador de un vistazo. Vamos a ver:

Las partes del nombre en un procesador Intel:



68. En este punto, es pertinente precisar que, conforme aparece en el Acta de verificación del 17 de mayo de 2022 -ver fojas 76 a 145 del expediente-, la misma Secretaría Técnica de la Comisión verificó que en la página web del denunciado, a la fecha de la diligencia, no aparecía información alguna sobre catorce (14) de los cuarenta y seis (46) televisores cuestionados, cuyos links fueron precisados en un anexo de la denuncia; por lo que, considerando además que dicha verificación fue efectuada antes de la notificación de imputación de cargos al denunciado -3 de octubre de 2022-, corresponde acotar la cantidad de productos cuya información relevante se habría omitido, a treinta y dos (32) televisores inteligentes.
69. Por un lado, de la revisión de los actuados del expediente, se desprende que el proveedor no ha negado haber omitido informar a través de su página web sobre todas las características de los *Smart TV* requeridas por la Asociación y detalladas en la imputación de cargos (ver considerando 2 de esta resolución); pues su defensa ha estado orientada, más bien, a demostrar que dichos datos no eran esenciales para proceso de compra, pues incluso podrían constituir información excesiva.
70. En efecto, de la revisión de la información esquematizada por la Comisión en el cuadro (ver fojas 249 a 251 del expediente), se desprende que, al menos⁶⁷, una de las cinco características cuestionadas -memoria RAM- no se encuentra dentro de la información que brindó Conecta Market Place al ofrecer dichos productos en su página web⁶⁸; por lo que, la sola omisión de ese único dato evidencia que no se brindó toda la información relevante para la elección de consumo.
71. Asimismo, Conecta Market Place tampoco ha desvirtuado que los productos cuestionados califiquen como televisores inteligentes o *Smart TVs*; debiendo resaltarse que, dicha condición fue expresamente precisada en la mayoría de

Marca: la línea general del producto, como Core, Xeon, Pentium o Celeron.

Modificador de marca: en el caso de la marca Core (y solo allí), encontrarás modificadores como i3, i5, i7 o i9 después del nombre "Core". Los números de modificadores más altos significan un mejor rendimiento y más funciones.

Indicador de generación: después de la marca y el modificador, verás un indicador de generación como 9, 10 u 11, seguido de cerca por un código de referencia del SKU. Esto indica cuándo se hizo el chip. (Por ejemplo, los chips de novena generación salieron en 2018-2019, la décima generación en 2019-2020 y la undécima generación en 2020-2021).

SKU: Stock-keeping-unit o unidad de mantenimiento de existencias es un número más específico dentro de cada marca y generación. Generalmente, un número más alto, significa un procesador con más funciones. Pero no puedes comparar los números de una marca a otra, como Core contra Xeon.

Línea de productos: el sufijo de la línea de productos al final de cada nombre te permite saber para qué está destinado cada procesador. Por ejemplo, la "XE" al final del nombre se asigna a un chip de escritorio de máximo rendimiento.

Guía completa sobre los procesadores Intel. Recuperado de: <https://www.hp.com/pe-es/shop/tech-takes/guia-completa-procesadores-intel> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).

⁶⁷ Esto significa que, en algunos productos, se omitió informar sobre más de una de las características cuestionadas, e incluso en algunos casos, no se brindaron todos esos datos. Por ejemplo, en el Producto 9, se omitió consignar las cinco (5) características referidas por la denunciante.

⁶⁸ Salvo en el caso del producto 43, en el cual sí brindó información sobre la memoria RAM, la memoria de almacenamiento, el sistema operativo y el procesador.



los televisores en cuestión, conforme puede apreciarse de manera esquematizada en el cuadro antes mencionado.

72. De otro lado, el denunciado tampoco ha demostrado, más allá de su mera alegación e incluso cuestionamiento como información excesiva, que los datos requeridos por la Asociación no estuvieran relacionados con la naturaleza del producto; ni ha probado que, su conocimiento no fuera necesario para orientar al consumidor durante el proceso de compra.
73. Así, a diferencia de la Comisión, los vocales que suscriben este voto estiman que, la información omitida en la página web del proveedor –medio por el cual se ofertaban los televisores inteligentes– sí tenía la calidad de relevante; y, en tal medida, debió ser colocada en dicho medio virtual para conocimiento de los consumidores, sin necesidad de que estos previamente lo requirieran.
74. Se reitera, esto no implica que deba, necesariamente, brindarse un detalle extenso y pormenorizado con todas las características técnicas sobre el sistema operativo y el procesador, sino más bien que, se precisen mínimamente aquellos datos que permitan trasladar información relevante para la elección del bien, de fácil comprensión para los usuarios de este tipo de productos, tal como lo son el tipo y versión del primero, así como el tipo y generación del segundo.
75. En el artículo V inciso 5 del Título Preliminar del Código, se habla del Principio de Buena Fe, que es una categoría conceptual propia de la dogmática del Derecho y que constituye una línea transversal a todo el sistema jurídico, el Derecho Civil y Contractual, así como el de Protección al Consumidor; por tanto, es sobre la base de este principio que debe analizarse la información relevante que debe trasladarse al comprador de un *Smart TV*, porque quien acude al mercado a adquirir un producto siempre lo hace basándose en la buena fe y en la confianza que genera la información que se traslada, toda vez que es esa información la que permite tomar una decisión de consumo eficiente y que satisface adecuadamente las necesidades de los consumidores. En consecuencia, si la información dada es incompleta, difusa o errática, se afecta al consumidor de buena fe que acude al mercado a comprar.
76. Cabe añadir que, la data o información que no fue transmitida por el denunciado es relevante en la medida que en el estándar de tecnología actual (estado de la técnica como se llama en el Derecho de Patentes) es importante para el consumidor ciertos datos técnicos de los *Smart TVs* para poder tomar una adecuada y eficiente decisión de consumo y adquirir un equipo de acuerdo con sus necesidades. En la actualidad, cada modelo de televisor tiene ventajas comparativas y competitivas distintas para acceder a una serie de prestaciones técnicas. En efecto, hoy en día, las pantallas tienen una serie de aplicaciones multifuncionales, es decir, ya no se trata solo de acceder a canales de televisión, sino de contar con un monitor polifuncional mediante el cual se



disfruta además de navegación en Internet, karaoke, películas, servicios de *streaming*, entre otros. Es decir, se adquiere un *Smart TV* para aprovechar funcionalmente todas las ventajas tecnológicas que nos proporciona, por ello se requiere el traslado de información de carácter técnico para decidir la compra y obtener las mayores ventajas tecnológicas de un televisor.

77. De otro lado, en contraposición a lo expresado por la Comisión, los vocales que suscriben este voto aprecian que, aunque el proveedor disponía de canales de atención virtual y telefónica para absolver consultas sobre los productos ofrecidos en su sitio web, eso no justificaba la omisión de brindar información relevante sobre los televisores materia de denuncia; más aún si esta podía influir en la elección de compra de los usuarios interesados en hacer transacciones con el proveedor. Por lo tanto, el hecho de que Conecta Market Place haya puesto a disposición un canal de virtuales y telefónicos para brindar información adicional no eximía su responsabilidad de proporcionar la información listada precedentemente, dado que esta debía consignarla sin necesidad que el consumidor la solicite por otras vías de atención.
78. Esto es lo que justamente se aprecia en el caso concreto, en tanto el conocimiento de características como las referidas por la Asociación, era de tal importancia que, podría haber influido en la decisión de compra de los consumidores; en el entendido de que buscaran un tipo de producto ajustado a sus necesidades, como por ejemplo la conexión a Internet, aplicaciones para disfrutar contenido audiovisual vía *streaming*⁶⁹, uso de pantalla dividida, entre otros.
79. En la misma línea, se aprecia que si bien no existe una norma sectorial expresa que prescriba la obligación de los proveedores de brindar la información observada, lo cierto es que, por la naturaleza del producto y las características de los consumidores promedio de dicho tipo de bienes, datos como la capacidad de la memoria RAM y de almacenamiento, el tipo y versión del sistema operativo, el tipo y generación del procesador y el año de fabricación del televisor, devienen en relevantes durante el proceso de compra, pues pueden tener incidencia en la elección de consumo que vaya a realizar el

⁶⁹

¿Qué es el streaming?

El streaming es la tecnología que permite transmitir de forma continua archivos de audio o video desde un servidor a un cliente.

La principal característica del streaming es que el archivo multimedia que reproduces está almacenado lejos de la ubicación de reproducción, y se transmite unos pocos segundos por vez a través de Internet.

¿Cómo funciona el streaming?

La esencia del streaming es su capacidad de transmitir archivos de audio y video en tiempo real. Como tal, es mucho más eficiente que la descarga de archivos multimedia.

Si recuerdas, hace tiempo la única forma de disfrutar de un archivo multimedia era disponiendo del archivo descargado en su totalidad en el disco duro.

Al usar la tecnología streaming, el navegador o la aplicación reproduce el audio y el video sin copiarlo ni guardarlo; el video carga poco a poco en lugar de todo a la vez, y la información del navegador se almacena de modo virtual, no local.

Al igual que otros tipos de datos que se envían por Internet, los archivos de audio y video se dividen en paquetes de datos. Cada paquete contiene un pequeño fragmento del archivo.

Con la tecnología de streaming, un reproductor de audio o video en el navegador del usuario toma esos paquetes de datos continuos y los interpreta como video o audio por pocos segundos a la vez.

¿Qué es streaming? Conoce cómo funciona la tecnología de las videollamadas y películas online. Recuperado de: <https://blog.movistar.com.pe/tecnologia/que-es-streaming> (fecha de consulta: 30 de noviembre de 2023).



consumidor. Dado que eran relevantes, era información que obligatoriamente debía ser proporcionada por defecto.

80. En efecto, tal como hemos mencionado en párrafos previos, estos datos permiten al usuario conocer ciertas características técnicas que impactarían en las preferencias particulares y el uso que brindará a tal bien; como lo serían, entre otras, la instalación de ciertas aplicaciones favoritas del usuario, el uso de servicios de *streaming*, uso simultaneo de varias funciones del televisor – redes sociales y programación televisiva, por ejemplo–.
81. En este punto, conviene abordar el argumento de Conecta Market Place que sugiere que la Asociación no ha demostrado un perjuicio derivado de la ausencia de la información en cuestión y que, de acuerdo con sus fuentes consultadas, esta carecería de relevancia. Al respecto, cabe destacar que, a lo largo de este voto, los vocales que suscriben este voto han detallado y sustentado las razones fundamentales por las cuales el traslado de esta información resultaba relevante para la toma de decisiones de los consumidores⁷⁰; dado que la naturaleza intrínseca del producto –centrada en el uso de aplicaciones e Internet– destaca la importancia de conocer elementos como la memoria RAM, la capacidad de almacenamiento, el procesador, el sistema operativo y el año de lanzamiento. Cabe hacer énfasis en que las afirmaciones realizadas a lo largo de la presente se encuentran sustentadas por diversas fuentes. Además, se sostiene que el consumidor promedio está familiarizado con estos conceptos y, por ende, la ausencia de esta información constituye un perjuicio al limitar su capacidad para tomar decisiones informadas sobre la compra de *Smart TVs*, específicamente, con base en sus funciones inteligentes.
82. Entre otro de los argumentos, Conecta Market Place enfatizó la irrelevancia de la información cuestionada al no ser proporcionada por las marcas fabricantes, es importante destacar que los consumidores son quienes determinan la relevancia de la información al momento de realizar una elección de compra en este tipo de productos, puesto que dichas decisiones se basan en las necesidades y preferencias individuales de los consumidores –como se desarrolló anteriormente (ver puntos 18 a 27 del presente voto)– en función al contexto en el que viven. Por lo tanto, el hecho de que esta información haya sido omitida por el fabricante, no implica que esta sea irrelevante.
83. Adicionalmente, no resulta menos importante destacar que la afirmación de que la información denunciada careció de relevancia se ve cuestionada por el hecho de que al menos en el producto 43 se consignó la memoria RAM, la memoria de almacenamiento, el sistema operativo y el procesador (ver fojas 140 y 141 del expediente). Este hecho por sí solo sugeriría que existe al menos cierto grado de importancia o utilidad en proporcionar este tipo de detalles técnicos sobre los televisores inteligentes. Es así que la presencia de esta

⁷⁰ Información referida a la capacidad de la memoria RAM y de almacenamiento, el tipo y versión del sistema operativo, el tipo y generación del procesador y el año de fabricación del televisor.



información –en al menos un producto– indica que existe un reconocimiento (parcial) de la trascendencia de estas especificaciones para los consumidores en la etapa de decisión de compra. Por ende, argumentar que la información no es relevante en absoluto se debilita frente al hecho de que, al menos en un caso, se consideró lo contrario.

84. Bajo las consideraciones expuestas, se concluye que Conecta Market Place debía proporcionar información a los consumidores respecto de las características detalladas precedentemente de los *Smart TVs*, incluso en ausencia de una solicitud específica, dado que dicha información es relevante para el proceso de compra de dichos productos. Sin embargo, el proveedor omitió probar haber brindado esta información de manera completa para los treinta y dos (32) productos en cuestión, por lo que la decisión de la Comisión sobre este aspecto debe revocarse.
85. De otro lado, en cuanto a la información referida al año de lanzamiento del sistema operativo y procesador, y núcleos del procesador, se aprecia que Conecta Market Place no estaba obligada a informar a través de su página web y por propia iniciativa dichos datos; en tanto constituyen información que, si bien puede ser importante, no es relevante para la elección de consumo de un usuario promedio, al requerir de un conocimiento más avanzado y específico que el estándar explicado inicialmente.
86. Sin perjuicio de lo antes señalado, es pertinente precisar que, el hecho de que se concluya que la información antes mencionada no sea relevante en los términos precisados, no quiere decir que el proveedor deba negarse a brindarla; por el contrario, si el consumidor pide dichos datos de manera expresa, la empresa deberá entregárselos, por ser información importante sobre el bien. No obstante, debe tenerse presente que, en este caso, la denuncia no estuvo referida a ese tipo de supuestos, sino más bien a un contexto más amplio, conforme al cual el denunciado se encuentra en la obligación de consignar sin requerimiento previo, al ofertar sus productos a través de la página web hacia el público en general, cierta información relevante para la elección de consumo.
87. En ese sentido, la decisión de la Comisión en el extremo precisado –año de lanzamiento del sistema operativo y procesador, y núcleos del procesador– debe confirmarse, modificando sus fundamentos.
88. Cabe destacar que, en el presente pronunciamiento, nosotros nos hemos limitado a evaluar la relevancia de la información señalada por la Asociación como ausente, en congruencia con la imputación de cargos; por lo que, la emisión de este pronunciamiento no cierra la posibilidad de que, en el futuro, otro tipo de datos o características técnicas de los televisores inteligentes adquieran relevancia, en función a las nuevas preferencias de los consumidores, su nivel de conocimiento sobre tales conceptos, los avances tecnológicos que se incorporen a dicho tipo de bienes y otros factores que puedan influir en su decisión de consumo.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Protección al Consumidor

RESOLUCIÓN 3341-2023/SPC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0547-2022/GC2

89. En tal sentido, los vocales que suscriben este voto estiman que corresponde:
- Revocar la decisión apelada, en el extremo que declaró infundada la denuncia interpuesta contra Conecta Market Place por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código; y, en consecuencia, declarar fundada la misma respecto de que, dicho proveedor no puso en conocimiento de los consumidores, a través de su página web, alguna o todas de las características mencionadas a continuación, respecto de treinta y dos (32) televisores inteligentes ofertados –cuyo detalle se encuentra en la imputación de cargos–: la capacidad de la memoria RAM y de almacenamiento, el tipo y versión del sistema operativo, el tipo y generación del procesador y el año de fabricación del producto; pese a que esta constituía información relevante para la decisión de consumo.
 - Confirmar, modificando sus fundamentos, la decisión apelada, en el extremo que declaró infundada la denuncia interpuesta contra Conecta Market Place por presunta infracción de los artículos 1°.1 literal b) y 2°.1 del Código; en tanto el proveedor no estaba obligado a consignar en su página web, dentro de las características de los televisores inteligentes en cuestión, la información referida a: i) Núcleos del procesador; y, ii) Año de lanzamiento del sistema operativo y procesador; pues para la comprensión de esta data se requiere cierto nivel de especialización que no necesariamente tienen los consumidores promedio de este tipo de productos.
90. Finalmente, en tanto los vocales que suscriben este voto consideran que debió declararse fundada en parte la denuncia, correspondería ordenar como medida correctiva que el proveedor brinde la información omitida, sancionarlo con una multa, condenarlo al pago de las costas y costos del procedimiento, otorgar un porcentaje de la multa impuesta a la denunciante y disponer la inscripción del denunciado en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi.



Firmado digitalmente por CARRILLO
GOMEZ Camilo Nicanor FAU
20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 05.01.2024 16:58:14 -05:00

CAMILO NICANOR CARRILLO GÓMEZ



Firmado digitalmente por DURAND
CARRION Julio Baltazar FAU
20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 05.01.2024 09:43:26 -05:00

JULIO BALTAZAR DURAND CARRIÓN



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Protección al ConsumidorRESOLUCIÓN 3341-2023/SPC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0547-2022/GC2

Dado que se ha producido un empate en la votación sobre la denuncia interpuesta por Nouvelle Défense contra Conecta Market Place S.A.C., el Presidente de la Sala hace ejercicio de su voto dirimente establecido en el artículo 15º de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada mediante Decreto Legislativo 1033⁷¹.

En consecuencia, mediante la presente resolución se adopta la decisión de acoger la posición adoptada por los señores vocales Hernando Montoya Alberti y José Abraham Tavera Colugna.

Cabe acotar que, si bien en un pronunciamiento anterior⁷² la Sala por unanimidad consideró que no se brindó información relevante a los consumidores (la misma información cuestionada en este procedimiento), mediante el presente pronunciamiento se realiza un cambio de criterio, considerando los argumentos previamente expuestos.

Firmado digitalmente por MONTOYA
ALBERTI Hernando FAU
20133840533 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03.01.2024 12:03:03 -05:00

HERNANDO MONTOYA ALBERTI
Presidente

⁷¹ **DECRETO LEGISLATIVO 1033. LEY DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INDECOPI. Artículo 15º.- De la organización de las Salas del Tribunal. (...)**

15.2 Cada Sala requiere la concurrencia de cuatro (4) vocales para sesionar. Aprueba sus resoluciones con tres (3) votos conformes. El Presidente de Sala tiene voto dirimente en caso de empate. (...)

⁷² Ver Resolución 2672-2023/SPC-INDECOPI del 27 de septiembre de 2023, alojada en: <https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/getDoc?docID=workspace://SpacesStore/1381f6c7-163e-461f-8a5c-868e17a2f9c2>