

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



UPAGU

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Carrera Profesional de Derecho



TESIS

**FUNDAMENTOS JURIDICOS QUE JUSTIFICAN LA REGULACIÓN DE LA TUTELA
JURÍDICA DEL CONSUMIDOR EN EL ÁMBITO DE LA CONTRATACIÓN
ELECTRÓNICA**

POR

Bach. Silvia, Castrejón Guadaña

Bach. Verónica Elizabeth, Rojas Rojas

ASESOR

Mg. Otilia Loyita Palomino Correa

Cajamarca - Perú

Diciembre - 2019

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



UPAGU

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Carrera Profesional de Derecho



TESIS

**FUNDAMENTOS JURIDICOS QUE JUSTIFICAN LA REGULACIÓN DE LA TUTELA
JURÍDICA DEL CONSUMIDOR EN EL ÁMBITO DE LA CONTRATACIÓN
ELECTRÓNICA**

**Tesis presentada en cumplimiento de los requerimientos para optar el Título Profesional de
Abogado**

Bach. Silvia, Castrejón Guadaña

Bach. Verónica Elizabeth, Rojas Rojas

Asesor: Mg. Otilia Loyita Palomino Correa

Cajamarca - Perú

Diciembre - 2019

COPYRIGHT ©. 2019 BY:
Silvia Castrejón Guadaña
Verónica Elizabeth Rojas Rojas
Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD DE
DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA PROFESIONAL DE DERECHO**

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL

FUNDAMENTOS JURIDICOS QUE JUSTIFICAN LA REGULACIÓN DE LA TUTELA
JURÍDICA DEL CONSUMIDOR EN EL ÁMBITO DE LA CONTRATACIÓN
ELECTRÓNICA

Presidente: Christian Fernando Tantalean Odar

Secretario: Fernando Augusto Chávez Rosero

Asesor: Otilia Loyita Palomino Correa

A:

Dios,

En primer lugar, a nuestros padres, por el apoyo constante, pues gracias ellos hemos logrado cumplir la meta en el ámbito profesional de buenos principios morales y éticos.

AGRADECIMIENTOS

A nuestra familia, por su comprensión y estímulo constante, además por su apoyo constante a lo largo de nuestros estudios.

A todas las personas que directa o indirectamente permitieron la culminación de este documento.

INDICE	
A:	i
AGRADECIMIENTOS	ii
INDICE	iii
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCION	1
CAPITULO I	3
ASPECTOS METODOLÓGICOS	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema:	5
1.3. Justificación:	5
1.4. Objetivos:	8
1.4.1. Objetivo General:	8
1.4.2. Objetivos específicos	8
1.5. MARCO TEÓRICO	8
1.5.1. Teorías que Sustentan la Investigación	8
1.5.2. Bases Teóricas	10
1.5.3. Antecedentes de la Investigación	12
1.6. DERECHO COMPARADO	16
1.6.1. La protección del consumidor en la contratación electrónica en España	16
1.6.2. Ley Federal de protección al consumidor en México	17
1.6.3. La protección del consumidor en la contratación electrónica en Colombia	17
1.6.4. Ley de Protección al Consumidor y al Usuario de Venezuela	18
1.6.5. Discusión Teórica	19
1.6.6. Definición de términos básicos	20
1.7. Hipótesis:	22
OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	23
Protección al sujeto frente a una relación de consumo electrónico.	23
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	24
1.8. ASPECTOS GENERALES	24
1.8.1. Enfoque:	24
1.8.2. Tipo:	24
1.8.3. Diseño:	25
1.8.4. Dimensión Temporal y espacial	25

1.8.5. Unidad de análisis, universo y muestra	25
Universo y Muestra.....	26
1.8.6. Método de Investigación:.....	27
1.8.7. Técnicas de Investigación	28
1.8.8. Instrumentos:.....	29
1.8.9. Limitaciones de la Investigación	29
1.8.10. Aspectos éticos de la investigación.....	29
CAPITULO II	30
2. Analizar la Ley N° 29571 Ley de protección al consumidor para DETERMINAR los fundamentos jurídicos que fortalecen la protección del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica.	30
2.1. Antecedentes históricos contratación electrónica	30
2.2. Nociones del surgimiento de relaciones contractuales mediante el internet y medios electrónicos.	30
2.3. Momento de perfección del contrato electrónico	35
2.3.1. La oferta	36
2.3.2. La aceptación	36
2.4. Antecedentes contratación electrónica en el Perú.....	37
2.5. Antecedentes normativos en el ámbito nacional	39
2.6. Contratación por medios electrónicos digitales u ópticos (inteligencia artificial)	44
2.7. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES	46
2.7.1. Noción y clasificación de los hechos jurídicos.....	46
2.7.2. Concepto de Consumidor	47
2.7.3. Derecho de los consumidores en la constitución de 1973.....	48
2.7.4. Derecho de los consumidores en la constitución de 1993.....	49
2.7.5. Derecho de los consumidores según la Ley N° 29571 Ley de protección y defensa de los consumidores.	49
2.7.6. Ley N° 27269 Ley de Firmas y Certificados Digitales.....	52
2.8. La manifestación de la voluntad en la contratación electrónica.....	56
2.9. Autenticidad de las manifestaciones de la voluntad electrónicas	57
2.10. Derecho a la Seguridad Jurídica	58
CAPITULO III.....	59
3. TEORIA GENERAL DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS	59
3.1. Contrato electrónico	59
3.2. Consumidor	59
3.3. Proveedor.....	59

3.4. Elementos.....	60
3.4.1. Consentimiento.....	60
3.4.2. Objeto.....	60
3.4.3. Causa.....	60
3.4.4. Clasificación por forma.....	61
3.5. Ventajas de contratar vía electrónica.....	62
3.5.1. Compras y Ventas las 24 horas del día.....	62
3.5.2. Mayor Alcance.....	63
3.5.3. No existen filas e espera para ser atendidos.....	63
3.5.4. Entregas a domicilio.....	63
3.5.5. Mejores precios.....	64
3.5.6. Comunicación inmediata entre contratantes.....	64
3.6. Desventajas de contratar vía electrónica.....	64
3.6.1. Desconfianza.....	64
3.6.2. No conocer normas.....	65
3.6.3. No puede ver ni probar el producto físico.....	65
3.7. Obligaciones Generales.....	65
3.7.1. Obligación de información.....	65
3.7.2. Obligación de confidencialidad.....	66
3.8. Obligación de seguridad.....	66
CAPITULO IV.....	68
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	68
4.1. Descripción de los Casos estudiados.....	68
4.2. Síntesis de la primera Resolución Analizada.....	68
4.3. Síntesis de la Segunda Resolución Analizada.....	71
4.4. Síntesis de la Tercera Resolución Analizada.....	75
4.5. Síntesis de la Cuarta Resolución Analizada.....	80
4.6. Síntesis de la Quinta Resolución Analizada.....	83
4.7. Síntesis de la Sexta Resolución Analizada.....	86
4.7.1. Caso 01: Resolución N° 2046-2013/PS3.....	90
4.7.2. Caso 02: Resolución N° 1050-2016/CC2.....	91
4.7.3. Caso 03: Resolución N° 1320-2015/PS3.....	92
4.7.4. Caso 04: Resolución 876-2015/PS3.....	93
4.7.5. Caso 05: Resolución 0126-2016/PS3.....	93
4.7.6. Caso 06: Resolución N° 1725-2013/PS3.....	94

4.8. Resultados Generales:	95
4.8.1. Protección al consumidor que se encuentra en el estado de vulnerabilidad frente a una relación de consumo electrónico.	95
4.9. Conclusión de la Primera Variable:	99
4.9.1. Fundamento Jurídico para la protección del consumidor en una relación de contrato electrónico.:	99
4.10. Conclusión sobre la segunda variable:	101
CAPITULO V	103
5. PROPUESTA DE INCORPORACION EN LA LEY N° 29571 proteccion y defensa del cosnumidor	103
CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES	108
REFERENCIAS	109

RESUMEN

La presente investigación responde al problema ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos que justifican una mejor regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica? El objeto principal del presente trabajo de investigación fue determinar los fundamentos jurídicos que justifican una mejor regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica mediante una norma ya que nuestra norma existente es insuficiente, y como objetivos específicos i) Analizar la Ley N° 29571 Ley de protección al consumidor para contemplar los fundamentos jurídicos que fortalecen la protección al consumidor en el ámbito electrónico ; ii) Incorporar dentro de la Ley N° 2957 Ley al Consumidor, un Capítulo sobre la contratación electrónica la cual brindará una mejor aplicación, mayor seguridad jurídica al consumidor en una relación de consumo electrónico. Se utilizaron como métodos, el exegesis jurídica y los demás métodos generales para esto se ha utilizado en el análisis la muestra de seis expedientes en donde claramente se deja entrever la aplicación de la norma a los derechos del consumidor en la contratación electrónica en la que se protege al consumidor frente al proveedor; para lo que se utilizaron como técnica de investigación el fichaje y el análisis documental. La Hipótesis de la investigación. Es la mejor protección al consumidor frente a la contratación electrónica con lo que se busca una mayor Seguridad jurídica con respecto a la información al momento de contratar por algún medio electrónico, y la no vulneración de los intereses económicos del consumidor dentro de una relación de consumo electrónico.

Palabras clave:

Fundamento, seguridad jurídica, contratación electrónica.

ABSTRACT

This research responds to the problem. What are the legal bases that justify better regulation of consumer legal protection in the field of electronic contracting? The main purpose of this research work was to determine the legal bases that justify a better regulation of the legal protection of the consumer in the field of electronic contracting by means of a standard since our existing standard is insufficient, and as specific objectives i) Analyze the Law No. 29571 Consumer protection law to contemplate the legal foundations that strengthens consumer protection in the electronic field; ii) Incorporate within the Law No. 2957 Consumer Law, a Chapter on electronic contracting which will provide a better application, greater legal security to the consumer in an electronic consumption relationship. It will be used as methods, legal exegesis and other general methods for this has been used in the analysis of the sample of six files where it is clearly suggested the application of the standard to consumer rights in electronic contracting in which the consumer is protected from the provider; for which the signing and documentary analysis will be used as a research technique. The research hypothesis. It is the best consumer protection against electronic contracting, which seeks greater legal security with respect to information when hiring by some electronic means, and the non-violation of the economic interests of the consumer within a consumer relationship electronic.

KEYWORDS

Foundation, legal security, electronic contracting.

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación titulado “Fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica”, tiene como objetivo principal Determinar fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica.

. El desarrollo del trabajo comprende capítulos:

El capítulo I, desarrolla los aspectos metodológicos que se utilizaron en la ejecución de la investigación, vale decir el planteamiento del problema, la formulación del problema de investigación y la hipótesis. Otros aspectos que involucra este capítulo, son los objetivos de investigación (generales y específicos), la metodología de desarrollo del trabajo (enfoque, tipo, diseño, dimensión temporal, unidad de análisis, universo y muestra, métodos y técnicas de investigación, instrumentos y técnicas de análisis de datos), desarrolla también el marco teórico, teorías que sustentan la investigación, operacionazilacion de variables y culminamos este capítulo con la metodología de la investigación.

El capítulo II, comprende la revisión de nuestro primer objetivo específico el cual es Analizar la Ley N° 29571 Ley de protección al consumidor para determinar los fundamentos jurídicos que fortalecen la protección al consumidor en el ámbito electrónico.

El capítulo III, se desarrolla La teoría general de los contratos electrónicos.

El capítulo IV, está referido a los resultados y la discusión, para ello se describe las seis sentencias, referentes a la protección y defensa de consumidor; luego de ello se analiza cada uno de los resultados.

El capítulo V, está referido con la propuesta de incorporación en la Ley N° 29571 Protección y defensa del consumidor.

1. Luego de ello se indican las conclusiones, siendo la más importante la siguiente: teniendo en cuenta la normatividad vigente Ley de Protección y Defensa al Consumidor, Ley N° 29571, el derecho de los consumidores está siendo vulnerado, por que como hemos estudiado no se han tomado en cuenta los factores para que actué la ley actual para la protección del consumidor en un contrato electrónico, pues se deberían tomar en cuenta el desarrollo y crecimiento de la tecnología y el cambio de estilo de vida de las personas que han ido ampliando sus requerimientos con respecto a todos los campos tecnológicos y van aumentando a medida que pasa el tiempo, por lo que se debería modificar la legislación vigente para el cual sea aplicable a las contrataciones electrónicas.

Por último, se indican las recomendaciones, las referencias bibliográficas y se anexan todos los documentos utilizados para recopilar y procesar información, así como las sentencias analizadas para la ejecución del presente trabajo de investigación.

CAPITULO I

ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.1. Planteamiento del problema

Debido a las diversas problemáticas que enfrenta la sociedad frente al uso de internet surgen las siguientes interrogantes respecto a este problema ¿qué es lo que conlleva la falta de seguridad al consumidor frente a un contrato electrónico? ¿La Ley de protección al consumidor es la correcta en cuanto a su aplicación?

De este modo se determinan fundamentos jurídicos los cuales se pueden identificar en los casos que se dan en la cotidianidad y en la sociedad actual muchas veces empleando el dinamismo de la normatividad, no siempre se puede cubrir los problemas que nuestra sociedad afronta, por esto muchas veces las normas han resultado ineficiente e insuficiente, en consecuencia la falta de amparo a la protección del consumidor para el contrato, en específico que estudiaremos ampliamente durante el desarrollo del nuestro trabajo, en la que se proteja al consumidor al realizar un contrato de electrónico y no se encuentre en desventaja ante el proveedor.

Así el mismo comportamiento social de uso de la tecnología es parte de nuestro día a día, este hecho es que surgen nuevas y complejas relaciones contractuales con la que nace la inquietud de estudiar y poder dar solución a lo que en estos últimos tiempos ha sido un “boom” de nuevas ideas y nuevas expectativas que ayudan a tener una vida más fácil y más rápida.

En mención al nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor en el art. VI; sobre Políticas Publicas y en la Constitución del Perú art. 6; muestran normas que deben ser analizadas para actuar y estar acorde a nuestra actualidad social con la finalidad de otorgar solución de problemas a la sociedad. De la misma manera el Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses.

La presente investigación es de suma importancia ya que daremos a conocer los supuestos que deban establecerse para proteger al consumidor en una relación de consumo electrónico. El presente estudio permite poner énfasis en las normas que aún no han sido actualizadas y por ende adoptadas por la legislación existente sobre todo en nuestra ciudad. Se trata pues de identificar factores y supuestos jurídicos para ser aplicadas dentro del margen que corresponde a este tipo de contrato.

Dentro del Código de Protección y Defensa del Consumidor Art. 47 Inc. C. “*Los consumidores tienen derecho a emplear mecanismos de forma, lugar y medios utilizados para la celebración de contratos para desvincularse de estos, como por ejemplo la vía telefónica, cualquier medio electrónico u otro análogo...*”, en la norma deja notar grandes rasgos de los supuestos en los que se expresa y en qué casos se pueden emplear medios electrónicos. Teniendo en cuenta que existente la norma de protección al consumidor asumiendo así una protección del mismo, en el contrato que se realiza ya sea de forma física, forma electrónica o cualquier otro medio que reconoce la ley. Pero no de forma explícita respecto a la contratación electrónica.

En la doctrina afirma que el uso de distintos medios utilizados para llevar a cabo un contrato de compra venta electrónica, se realizan y se ejecutan, pero no con la

suficiente garantía de brindar seguridad jurídica al consumidor; encontrándose en desventaja frente al proveedor.

En conclusión, podemos dejar notar que, por la norma aún no ha incorporado aspectos generales sobre contratación electrónica por lo que la norma debería ser actualizada, para brindar una mayor protección al consumidor online en el contrato que se realiza mediante internet; por este hecho con la siguiente investigación, estudio de legislación, doctrina nacional y derecho comparado buscamos los fundamentos jurídicos para la correcta aplicación de las normas. De la misma manera con la doctrina y leyes nacionales no existe una norma específica ni los supuestos para poder dar una correcta protección al consumidor frente a la contratación electrónica.

1.2. Formulación del problema:

¿Cuáles son los fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica?

1.3. Justificación:

El presente trabajo de Investigación se justifica porque existe una problemática ya que la norma aún no tiene teorías claras respecto al tema de contratación electrónica en la actual Ley de protección al consumidor Ley N° 29571, Constitución 1993 y en el Código Civil. Por lo que generalmente se aprecia la aplicación de la norma para los casos en que los contratos se realizan de forma tradicional y pues de esta forma nos cuestionamos porque a partir de la celebración del contrato mediante el internet no se da la debida aplicación de la norma para la protección del consumidor online, ya que los medios electrónicos se trata de un medio desmaterializado por el cual se pueden realizar múltiples transacciones comerciales entre los particulares en el cual el consumidor es un sujeto débil respecto a la contraparte.

Las partes emiten sus declaraciones de voluntad a través de las plataformas otorgadas por el Internet. Con el fin de determinar el momento de la celebración del contrato electrónico; es importante en la medida en que indicará desde cuándo las partes se encuentran sujetas a las condiciones del contrato y, por ende, a los derechos y obligaciones que de ella emanen Determinar el momento de celebración.

Se busca la aplicación de la ley en tal sentido que proteja al consumidor online para brindar mayor seguridad jurídica que el estado encarga mediante la norma, ya que en la actualidad vivimos en un mundo donde la tecnología se ha hecho parte de nuestra vida y necesaria para realizar nuestras actividades diarias, por lo que a raíz de eso se crean nuevas relaciones entre sujetos de una misma sociedad, es decir relaciones contractuales en la que empleamos medios electrónicos; por esto es que el uso de medios tecnológicos para realizar contratos de diferente índole facilita nuestras vidas por lo que no es necesario que se lleve a cabo con la presencia de los sujetos directos para la formalización del contrato sino mediante un medio desmaterializado que es el internet.

Por otro lado, existen normas que regulan y protegen los derechos de los consumidores viéndose en nuestra propia Constitución Política de Perú, Código Civil, en la “Ley N° 29571 de Código de Protección y Defensa del consumidor”; mas no existe una norma explicita que pueda dar mayor seguridad al consumidor online en los contratos electrónicos. Y es por eso que la presente investigación incide en la actualización de la norma y ponemos como antecedentes las normas internacionales la de México en el Capítulo VIII Los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, en la que desarrolla todo el capítulo para este tipo de contratos que se realizan a través de medios electrónicos; así mismo la Ley de Venezuela Ley de Protección del Usuario en

el capítulo V La Protección en el Comercio Electrónico; TLC Perú/Canadá – Capítulo de Comercio Electrónico. Relevancia Jurídica. Pues si la protección del consumidor frente a un contrato de compra venta regulado dentro de nuestra normativa. Pues en este sentido en nuestra sociedad existen grandes estándares de consumidores que se encuentran en estado de vulnerabilidad frente a este tipo de contrato de compra venta electrónica.

Por tanto, lo que buscamos que la presente investigación pueda establecer los fundamentos para la protección al consumidor online que se encuentra en desventaja frente al proveedor en cuanto al contrato electrónico que se realiza a través de medios electrónicos para que se dé la tutela de sus derechos como consumidor. Cuando el usuario pretende contratar de forma virtual no se da la misma relación en el contrato que normalmente conocemos que se lleva a cabo de forma tradicional en el que se emplea un documento y la existencia de dos sujetos físicos en un mismo tiempo y en un mismo lugar de esta manera la existencia de la prueba física de la intención de contratar es decir dejando constancia del contrato en un documento físico y prueba de la existencia de la relación que nace entre los contratantes, pues la investigación va enfocada a la figura que existe entre el consumidor, proveedor y el medio por el que se realiza la contratación que en este caso es el medio electrónico, por ello es que queremos garantizar y brindar mayor seguridad jurídica al consumidor online ya sea mediante la norma existente, modificación o la implementación de la misma.

La presente investigación abordará la importancia de la modificación de la ley o la incorporación de un capítulo nuevo de la Ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor para su correcta aplicación posteriormente y protección del consumidor online frente al contrato electrónico.

1.4.Objetivos:

1.4.1. Objetivo General:

Determinar fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica.

1.4.2. Objetivos específicos

a) Analizar la Ley N° 29571 Ley de protección al consumidor para determinar los fundamentos jurídicos que fortalecen la protección al consumidor en el ámbito electrónico.

b) Incorporar dentro de la Ley N° 29571 Ley De Protección Al qgor seguridad jurídica al consumidor en una relación de consumo electrónico.

1.5.MARCO TEÓRICO

1.5.1. Teorías que Sustentan la Investigación

Actualmente, en la mayoría de tareas o labores humanas, la computadora cumple una valiosa e imprescindible ayuda. Muchos valiosos descubrimientos y conquistas del hombre en beneficio de la sociedad; hubieran sido imposibles, sin ayuda de las computadoras (...) En un principio, los contratos informáticos se engloban en un solo (productos y servicios entre mezclados), lo que provoca la ambigüedad, favoreciendo la práctica de monopolios en perjuicio de la libre competencia (y por ende del consumidor). Mora (1990: p 25), precisa que para contrarrestar esto, surge “la diversificación contractual” (en inglés “unbundling”), que consiste en hacer una contratación por separado respecto de productos y servicios informáticos; que produjo el surgimiento de muchas nuevas

empresas especializadas en ambas áreas informáticas, nos menciona Pinillos y Sussoni en su texto.

Pero, actualmente existe una desproporción en la contratación informática: Primero, el proveedor debido a su mejor conocimiento técnico impone al usuario a aceptar sus condiciones, en razón de sus necesidades de informatización; y Segundo, debido a la ambición del proveedor para vender o arrendar sus equipos o programas, No dudara en muchas ocasiones en crear “supuestas” necesidades de informatización u ofrecer bienes o servicios que no correspondan a lo requerido. (Alfaro Pinillos y Velarde Sussoni, 2000, p. 211)

En forma casi unánime, un sector de la doctrina viene calificando a los contratos informáticos como una categoría contractual autónoma, es decir, como un contrato atípico que requiere, en la mayoría de ordenamientos, una regulación legal específica.

(...) doctrina española (...) para María del Carmen Gete-alonso Calera, los contratos informáticos son aquellos cuyo objeto viene constituido por un bien (cosa) y/o por un servicio informático”. En igual sentido, Carrascosa López, pozo Arranz y Rodríguez de Castro, sostienen que los contratos informáticos son aquellos que tienen por objeto los bienes y/o servicios relacionados con la informática. (...) En la doctrina argentina también existen definiciones sobre contratos informáticos. En un fallo de la Corte de Mendoza la doctora Aída Kemelmajer de Carlucci ha manifestado, que los contratos con aquellos que tienen por objeto la prestación de bienes y servicios vinculados a la información automatizada.

Claudia R. Brizzio define al contrato informático como aquel que tiene como objeto bienes y servicios informáticos. (Huayanay Chuquilanqui, 2010, p. 406,407).

El comercio electrónico, sin duda es un accionar trascendental de actividad para todo el mundo, y afecta a raíz de esto se dan ciertos aspectos tales como la oferta en la contratación, aceptación del consumidor, objeto del contrato para el que se emplea, formas de pago, lleva a preguntarse si los productos ofrecidos a través de internet son fiables y garantizados de los ofrecidos por los canales tradicionales.

Primero vemos que nuestra tesis se orienta a señalar específicamente al estudio del derecho de protección al consumidor en los medios electrónicos, enfocados a la protección del consumidor frente a una contratación electrónica. El estudio y análisis de las normas existentes y doctrina nos permitirán comprender en que momento del contrato el consumidor se encuentra desprotegido; y a falta de una norma es la necesidad de una norma actualizada de acuerdo a nuestra actualidad social la que favorezca e invierta el estado de vulnerabilidad del consumidor a la de garantizar la seguridad frente al contrato de compra venta, con la garantía y al amparo de la una norma.

1.5.2. Bases Teóricas

El presente tema de investigación es de suma importancia para el derecho, ya que debido a nuestro crecimiento social y crecimiento tecnológico pues ya existen diversos estudios que hacen más clara la visión y entendimiento del tema con respecto a medios electrónicos y como es el caso la contratación electrónica.

En este sentido hemos considerado estudios de trabajos realizados de mayor pertinencia con criterios y conclusiones que permitan darnos un mejor

reforzamiento y entendimiento de nuestra investigación, lo detallaremos a continuación.

La contratación electrónica ha generado una serie de teorías en la doctrina. Así tenemos:

- a) **Teoría de la Declaración.** El contrato se considera celebrado en el momento en que el aceptante manifiesta que su voluntad coincide con la del oferente; por tanto, no hay necesidad de ningún otro acto para que se considere formado el contrato. (Santander Rengifo, 2002, p. 2)
- b) **Teoría de la Emisión.** El contrato se considera celebrado en el momento de la expedición de su aceptación hacia el oferente En la compraventa por Internet esta expedición de la aceptación se efectúa a través de la elección de la opción de contratar ofrecida en la página Web. (Santander Rengifo, 2002, p. 2)
- c) **Teoría de la Recepción.** El contrato se considera celebrado con la llegada de la aceptación a la dirección del oferente, es decir, dicha aceptación debe ingresar en la esfera de dominio de quien emitió la oferta, siendo este último en el caso de la compraventa por Internet, el sistema informático y la actividad online del usuario. (Santander Rengifo, 2002, p. 2)
- d) **Teoría de la Cognición.** El contrato se considera celebrado en el momento en que la empresa tiene conocimiento de la aceptación del consumidor. En las transacciones de compraventa por internet se considera como conocimiento de la aceptación al procesamiento automático de la orden de compra emitida. (Santander Rengifo, 2002, p. 2)

La seguridad en Internet, en general, y en las transacciones comerciales, en particular, se ve afectada fundamentalmente por dos circunstancias. En primer lugar, las partes contratantes no se encuentran identificadas con total seguridad, es decir, siempre existe la posibilidad que sean diferentes de lo que informan ser. Esto se da básicamente debido al distanciamiento físico existente entre los contratantes y a su relativa imposibilidad de verificarlo por la necesaria rapidez de las transacciones exigida en este medio. En segundo lugar, los medios de pago tienen una característica particular en este ámbito, es decir, los datos referentes al pago realizado por los consumidores viajan a través de Internet. Por ello, existe el temor de que estos datos no sean transmitidos con total seguridad, pudiendo producirse su interceptación, para su posterior aprovechamiento ilícito. Similares consecuencias pueden darse en la transmisión de datos personales de los consumidores. Por ello, se ha creado una serie de mecanismos para lograr reducir la inseguridad existente para la identificación de los consumidores y las empresas en el entorno electrónico de Internet. (Santander Rengifo, 2002, p. 6)

1.5.3. Antecedentes de la Investigación

Se ha realizado la búsqueda de trabajos de investigación publicados en las bibliotecas de las universidades de Cajamarca y repositorios a nivel nacional, en dichas bibliotecas existen trabajos al respecto.

Por otro lado, se hace una investigación y búsqueda de repositorios de las universidades del Perú, se han encontrado los siguientes trabajos de investigación.

a) En la tesis titulada “Los contratos electrónicos como garantía de la seguridad jurídica de los consumidores en la actual Ley de Protección y Defensa al Consumidor N° 29571 en Trujillo, 2014”. Presentada en la Universidad Privada Antenor Orrego, indica entre sus conclusiones la siguiente:

En virtud a la regulación insuficiente de la contratación electrónica en la Ley de Protección y Defensa al Consumidor, Ley N° 29571, el derecho de los consumidores está siendo vulnerado, ya que no se ha tomado en cuenta el crecimiento y el desarrollo de la tecnología y del estilo de vida que las personas llevan a diario, por lo que se debería desarrollar una modificación a la legislación vigente la cual será aplicable para las contrataciones electrónicas. (Rodríguez Rodríguez, 2019)

Acorde a la investigación precedente, la autora considera que el contrato electrónico es un contrato atípico, considerando que es una conclusión bastante acertada, debido a que efectivamente no se encuentra debidamente regulado en la legislación nacional, específicamente, en la Ley de Protección y Defensa al Consumidor. Asimismo, la sociedad se ve en la necesidad, como se acotó en la investigación sujeta a comentario, de contar con una normatividad que se adecue a la economía actual peruana.

En este trabajo de investigación resalta la importancia que tiene sobre el contrato que se realiza es atípico considerándola que debería estar regulada dentro de la legislación nacional y la falta de regulación adecuándola a la economía actual peruana.

b) En la investigación titulada “Generando Confianza en el Comercio Electrónico: Análisis de la conveniencia de reconocer el derecho de retracto a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por internet” Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú Escuela de Posgrado, indica dentro de su contenido.

Ante la expansión de esta práctica comercial, en el año 2009 el Indecopi lanzó el registro denominado “Gracias...No insista” en el cual los consumidores que no desean recibir promociones (no solicitadas) de bienes y servicios pueden registrar sus direcciones electrónicas y/o números telefónicos a fin de ser excluidos de las listas de destinatarios que manejan las empresas que emplean centers, sistemas de llamado telefónico, sistemas de envío de mensajes de texto a celular o sistemas de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios. Por ello los consumidores suelen sentir desconfianza respecto de la identidad de la contraparte y de la autenticidad de sus manifestaciones de voluntad, del riesgo de incumplimiento o cumplimiento defectuoso de las prestaciones a cargo del proveedor, de la seguridad en la transmisión de sus datos personales, de la seguridad de los datos de sus tarjetas bancarias y de la disponibilidad real e un tercero neutral que esté a su alcance para la solución efectiva de eventuales controversias. (Barbosa Jaime, www.academia.edu, 2019)

En ese sentido, los consumidores no sólo evitan realizar una serie de gastos que en circunstancias normales tendrían que asumir para adquirir los productos o servicios de su interés (movilidad, parqueo, etc.), sino que además experimentan una reducción importante en el tiempo invertido para la realización de la compra.

La falta de confianza en el comercio electrónico constituye la causa principal de este problema, por lo que se hace necesario adoptar medidas que permitan aumentar la confianza en este tipo de comercio e incentivar la celebración de contratos electrónicos de consumo. (Barbosa Jaime, PUCP, 2013, p. 18)

Al hacer referencia de la importancia que tiene el comercio electrónico en la actualidad por el auge que ha tenido por todas las relaciones comerciales contractuales y por otro lado la desconfianza que conlleva contratar por el medio electrónico, la inseguridad que existe al tener que contratar con una persona que no se encuentra físicamente frente a frente con el contratante, es por eso que, opta por sugerir que se deben tomar medidas que permitan aumentar la confianza en la celebración de contratos electrónicos de consumo.

c) En la tesis titulada “Seguridad jurídica de los contratos electrónicos con garantía constitucional” Presentada en la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” escuela de post grado, indica dentro de su contenido.

En este mundo global donde impera el conocimiento, la viabilidad de las transacciones comerciales, la rapidez, se ha podido demostrar que no existe seguridad menos confiabilidad en las transacciones comerciales vía internet, por cuanto no hay un respaldo constitucional que pueda garantizar estos movimientos, en todo caso, las normas son muy insipientes y superficiales que no garantizan en absoluto la celebración de contratos electrónicos.

En los últimos tiempos, las compras por internet en tiendas virtuales se han multiplicado, y ya es el modelo de negocio principal de muchas empresas. Internet crece a un ritmo rápido, y los usuarios se adaptan a estas mejoras que en la mayoría de los casos les ofrecen múltiples ventajas. Sin embargo, la consultora tecnológica Adventure saca a la luz un informe en el que se concluye que el 21% de los usuarios estadounidenses de internet tiene pensado aumentar sus compras en tiendas físicas. Si se analiza el país donde se ha realizado el estudio, vemos que es uno de los mayores usuarios mundiales de las nuevas tecnologías y que internet está aquí más extendido que en otras regiones. (Choque Calasaya, 2015)

(...) en la actualidad en nuestro país se elaboran actos con carácter contractual lo cual produce un gran cambio en la opinión de los doctrinarios, así como una alteración de la percepción en nuestros legisladores quienes tendrán que crear nuevas leyes que puedan regular todo lo referido a este tipo de contrato. En el Perú dichos contratos existen en un buen porcentaje es por eso que tiene un amparo legal, más para nosotros no existe seguridad en dicho contrato hasta podríamos decir que existen vicios de la voluntad ya que creemos que esta forma de contratar no se perfecciona completamente así como no existe una certeza sobre la voluntad que las personas manifiestan a través de estos medios electrónicos ya que existe muchos internautas que tienen acceso a dicha

información así como los hackers, crackers, etc. Es por eso que consideramos que esa forma de contratar no es la más adecuada si bien ahorra tiempo dinero, no es totalmente segura y es imperfecta. (Choque Calisaya, 2015)

En el presente trabajo de investigación debemos resaltar la fuerza y acogida que ha tenido la informática para el empleo de nuestras vidas y señala que estos aspectos no están regulados dentro de nuestra legislación. También se señala que la forma de contratar no es adecuada ya que no es segura y es imperfecta. La manifestación a través de estos medios electrónicos, cada vez van en aumento y también con ello la inseguridad al encontrarse sin un respaldo constitucional ni tampoco por otras normas con exclusivamente protegen al consumidor.

1.6. DERECHO COMPARADO

1.6.1. La protección del consumidor en la contratación electrónica en España

En materia de contratación electrónica, al igual que sucede en la contratación tradicional, son de aplicación los artículos del Código Civil y de Comercio. En el Código Civil se encuentran en el Título II del Libro cuarto, y en el caso del Código de Comercio se encuentran en los artículos 51 y siguientes; asimismo, la legislación española, cuenta con la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE), la cual es una Ley de obligado cumplimiento por parte de todas las empresas, empresarios autónomos y particulares en general, que posean página Web o usen el correo electrónico con fines comerciales, siendo en términos generales, que esta Ley regula las comunicaciones y servicios que operan a través de Internet. (Rodríguez Rodríguez, 2019)

1.6.2. Ley Federal de protección al consumidor en México

La contratación electrónica en el ordenamiento jurídico mexicano, se rige por la ley federal de protección al consumidor, en el capítulo que fue incorporado en el año 2000.

Capitulo VIII: de los Derechos de los Consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

La misma que reconoce los derechos de los consumidores, en cuanto el proveedor mantenga informado al consumidor, mostrar transparencia, no usar prácticas engañosas, y a dar a conocer al consumidor la información correcta para que el usuario pueda presentar algún reclamo si así lo requiera, cuando se lleve a cabo la contratación o cuando haya culminado.

1.6.3. La protección del consumidor en la contratación electrónica en Colombia

Al igual que los anteriores países también en Colombia desde ya varios años cuenta con la norma de comercio electrónico, Ley 527 del año 1999 en la que regula la firma electrónica y la firma digital entre otros temas de protección al consumidor.

El artículo 49 del Estatuto del Consumidor Ley 1480 de octubre del 2011, hace una definición de comercio electrónico *“la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concentrados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios”*. Esta definición nos permite tener una idea mucho más clara con lo dispuesto en el

art. 2 de la Ley 527 en donde también hace definiciones de mensaje de datos, comercio electrónico, firma digital, entidad de certificación, intercambio electrónico de datos, sistema de información e interpretación; siendo así que aclara la idea del comercio electrónico y la protección del consumidor frente a las relaciones contractuales a través de medios electrónicos.

Por lo que la finalidad de la presente Ley y Estatuto hacen un empleo de la ley para beneficio de los consumidores que se encuentran en una relación jurídico comercial a través de intercambio de mensajes electrónicamente con el fin de realizar negocios mercantiles que es para lo que se protege al consumidor.

1.6.4. Ley de Protección al Consumidor y al Usuario de Venezuela

Venezuela desde algunos años ya cuenta con una norma de comercio electrónico, la Ley de Protección al consumidor y al usuario, de fecha 4 de mayo del 2004; en la que se regula aspectos que nos aclaran el panorama y nos define el comercio electrónico como tal.

El art. 31 e la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, define el comercio electrónico como *“Se entiende como comercio electrónico cualquier forma de negocio, transacciones comerciales o intercambio de información publicitaria con fines comerciales, que sea ejecutada a través del uso de tecnologías de información y comunicación. Los alcances de la presente ley son aplicables únicamente al comercio electrónico entre proveedor y consumidor o usuario y no en transacciones de proveedor a proveedor.”*

Además, en los art. De 32 al 41 de la misma ley reconoce los deberes de los proveedores; y los enumera y los desarrolla los mismos que son, información

confiable que se refiere sobre la información de los mismos proveedores que sea clara y precisa; procedimientos, que se refiere a implantar procedimientos fáciles efectivos para que puedan acceder los consumidores; Prevención, en publicidad los proveedores deben tener mucho más cuidado en la publicidad que va dirigida a los niños, ancianos, enfermos de gravedad y otras personas que no estén en la capacidad de entender claramente la información que se les publica; Información sobre el proveedor, y demás deberes que facultan la protección al proveedor.

De la misma manera en el art. 42 menciona sobre la educación al consumidor; mediante el Instituto para la defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU), los proveedores y las organizaciones de consumidores deben trabajar para fomentar el conocimiento para el marco legal de la protección del consumidor en internet para esto exige la6 misma ley deben incorporarse técnicas innovadoras.

1.6.5. Discusión Teórica

Como hemos podido observar en nuestra legislación nacional no encontramos normas que nos permitan dar un mayor entendimiento y mejor aplicación de la normativa con respecto al tema de investigación. Y con respecto al derecho comparado, doctrina y jurisprudencia comparada, tenemos con mayor claridad normas como el derecho de contratos y/o comercio y de la misma forma el derecho, cambiario y la Ley N° 29157 que nos dan mejor entendimiento, mayor estudio y aplicación de normas que facilitan la protección del consumidor frente al contrato de compra venta electrónico.

1.6.6. Definición de términos básicos

a) Contrato

Es un acuerdo de voluntades por el que dos o más personas se vinculan para crear, modificar o extinguir obligaciones, derecho real u otros efectos jurídicos patrimoniales. No hay contrato por el solo hecho de que una persona realice una prestación no solicitada a favor de otras, y esta permanezca en silencio o inactiva. (Vaquer Aloy, Del Pozo Carrascosa, & Bosch Capdevila, 2016, p. 15)

b) Fundamento jurídico

El fundamento jurídico es un término legal que determina si la parte que presenta la demanda tiene el derecho de hacerlo. El fundamento jurídico no se trata de los temas, sino de quién está presentando la demanda y si tiene el derecho legal de hacerlo. Es clave que se entienda que el fundamento jurídico significa que las cortes federales tienen jurisdicción específica sobre ciertos temas. Como regla general, las cortes federales sólo tienen autoridad de escuchar controversias genuinas, un término que no incluye “cuestiones políticas”.

c) Seguridad Jurídica

La noción de seguridad jurídica, encuentra su punto de apoyo en principios generales de derecho de validez absoluta en cuanto a tiempo y lugar, subyace detrás de ella la idea de justicia, libertad, igualdad y

demás derechos inherentes a la persona humana. (DE POMAR SHIROTA , 1992, p. 132)

d) Vía Electrónica

Todo servicio enviado desde la fuente y recibido por el destinatario de los servicios mediante equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, y que además se transmite, canaliza y recibe enteramente por hilos, radio, medios ópticos o cualquier otro medio electromagnético. (Leyva Saavedra, Derecho civil III contratos, 2003)

e) Internet.

Es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos. (Zamora Lucio, 2014)

f) Comercio Electronico

El comercio electrónico es, en estos momentos, un concepto que está revolucionando la percepción de los escenarios en los que se desarrollan las iniciativas empresariales y los mercados financieros. Los elementos que lo configuran se encuentran ligados al avance de la tecnología de la información, la cual, a través del uso de Internet y demás herramientas informáticas, permite la creación de nuevas relaciones

comerciales entre los agentes económicos. (Nieto Melgarejo, 2016, p. 60)

1.7.Hipótesis:

Los fundamentos jurídicos que justifican una mejor regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica son:

- Seguridad jurídica con respecto a la información al momento de contratar por algún medio electrónico.
- Vulneración de los intereses económicos del consumidor dentro de una relación de consumo electrónico.

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Tabla N° 01

Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	FUENTE
Variable A Protección al consumidor que se encuentra en el estado de vulnerabilidad frente a una relación de consumo electrónico.	Protección del consumidor.	Relación entre proveedor y consumidor.	Análisis de Rsl.
	Protección al consumidor que se encuentra en estado de vulnerabilidad.	Nivel de seguridad del consumidor al contratar por internet.	Análisis de Rsl.
	Protección al sujeto frente a una relación de consumo electrónico.	La correcta Información brindada al consumidor. La seguridad jurídica de los consumidores.	Análisis de Rsl. Análisis de Rsl.
Variable B Fundamento Jurídico para la protección del consumidor en una relación de contrato electrónico.	El consumidor vulnerado	La denuncia del consumidor al órgano correspondiente.	Análisis de Rsl.
	La Falta De Seguridad Jurídica en consumo electrónico.	Órgano Resolutivo de Procedimientos sumarísimos de protección al consumidor.	Análisis de Rsl.
	Propuesta de incorporación de un capítulo sobre contratación electrónica en la Ley N° 2957.		
Fuente: Creación propia			

Si bien es cierto en la actualidad se realizan un sin número de contratos en los cuales no siempre el consumidor se encuentra protegido, sobre todo que ahora existe el medio de internet que hace la vida más fácil y rápida es por ese hecho que estudiamos y modificaremos la norma para que el consumidor que realiza un contrato de compra venta electrónico se encuentre bajo la tutela de sus derechos.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

1.8.ASPECTOS GENERALES

La presente investigación respecto de los niveles de conocimiento científico se ubica como un conocimiento científico, es decir una investigación descriptiva porque “este tipo de estudio se orienta al conocimiento de la realidad tal y como se presenta en una situación espacio-temporal dada (...) aquí el investigador se centra en dar a conocer las características del fenómeno en evaluación” (Tantaleán Odar, 2015, p. 153).

1.8.1. Enfoque:

Cualitativo

La investigación tiene un enfoque cualitativo ya que se orienta principalmente a realizar un análisis profundo del derecho de contratos, la retroactividad y la exigibilidad de una norma para la protección del consumidor y las obligaciones que nacen a raíz del contrato, lo cual nos permitirá llegar al análisis, síntesis y comprensión para poder llegar a una solución a la problemática planteada.

1.8.2. Tipo:

En el tipo de investigación identificamos a la tesis como, tipo *lege ferenda* puesto que nuestra investigación busca interpretar una realidad jurídica dada y luego propone modificarlo; no lo modifica, solo sugiere y fundamenta su cambio.

1.8.3. Diseño:

Advertimos que las variables identificadas no se pueden manipular como se podría realizar en un laboratorio o en un trabajo de campo, vienen dadas por la realidad y sus cambios no pueden ser controlados por los investigadores es por ello que la investigación es de tipo *no-experimental*.

1.8.4. Dimensión Temporal y espacial

a) Dimensión Temporal

A nivel temporal analizaremos un momento único lineal en el tiempo por lo que la investigación es transversal. En cuanto al límite espacial implica todo nuestro estudio sobre nuestro territorio peruano.

b) Dimensión Espacial

La presente investigación se realizó en el entorno social y geográfico correspondiente, específicamente en la localidad de Cajamarca aplicando el análisis de la normativa nacional.

1.8.5. Unidad de análisis, universo y muestra

a) Unidad de análisis

Se aplica en sentido estricto ya que la presente investigación establece íntima relación en el entorno social frente al contrato y a los sujetos intervinientes en el mismo. Es el caso del vendedor y el consumidor y de la misma manera el medio desmaterializado que es el medio electrónico.

b) Universo

Luego de estudiar ampliamente el contenido de la ley de protección al consumidor Ley N° 29571 Código de Protección y defensa del Consumidor y las demás normas existentes consideramos que ello corresponde el universo de estudio.

c) Muestra

En el presente estudio del trabajo de investigación estuvo conformada por, de la Ley N° 29571 Código de Protección y defensa del Consumidor, código civil peruano en los que no existe una ley explícita respecto a la protección del consumidor en el contrato de compra venta electrónico.

También, vale decir por 06 expedientes en donde existen denuncias de vulneración de los derechos de los consumidores que contrataron vía internet, en la que se dejan entrever que la norma no es suficiente y es escasa con respecto a los contratos electrónicos, dado que es la intención de a tesis.

Universo y Muestra

Universo	Muestra	Unidad de análisis
06 resoluciones	06 resoluciones	No se ajusta al estudio de usuarios, en este caso se estudiará a cada uno de los expedientes que se resuelve favor del usuario.

Fuente: Tribunal de Defensa de la Competencia y La Propiedad Intelectual.

1.8.6. Método de Investigación:

A) Exégesis jurídica

Este método nos permitirá tener una interpretación objetiva, crítica y completa de las normas del derecho nacional y del derecho comparado sobre la regulación y la importancia de la modificación o reformulación de la ley existente y de este modo el consumidor no se encuentre en estado de vulnerabilidad en este tipo de contrato que se realiza por internet, realizando un estudio lineal de las normas tal como ella aparecen dispuestas en los textos legislativos.

B) Hermenéutica Jurídica

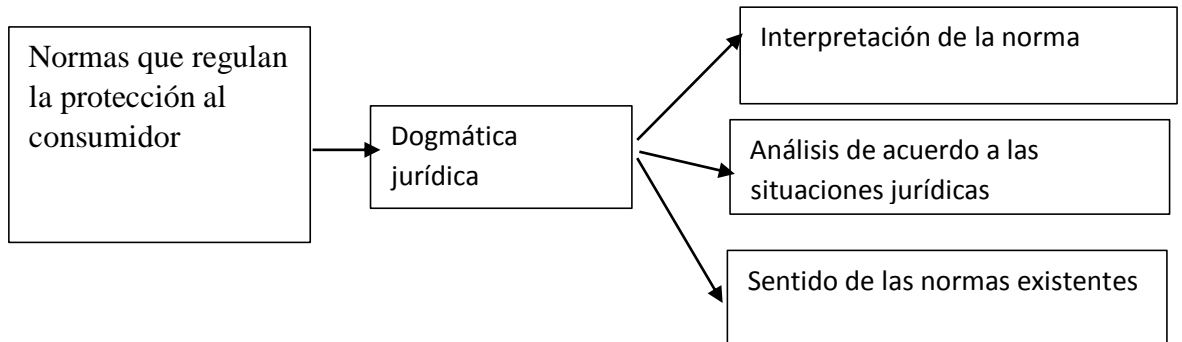
Haremos un uso constante de la hermenéutica jurídica, puesto que se tomará al hecho jurídico dentro del actual contexto sociológico, sostenido en la realidad conforme los postulados del profesor Emérito Miguel Reale.

Lo advierte Gadamer y Husserl, la interpretación está directamente ligada con la comprensión y el lenguaje, de tal forma que, al referirnos a la hermenéutica jurídica, la entendemos como la actividad dirigida a encontrar la solución al conflicto o al problema jurídico que se somete a estudio del intérprete (Benavides López, 2010, p. 19)

C) Dogmática jurídica

También estudiaremos las leyes existentes y compararemos la doctrina y jurisprudencia nacional e internacional para mayor

entendimiento de tema. por lo que el método dogmático utilizado en el presente trabajo de investigación jurídica se puede representar de la siguiente manera:



D) Empírico

Este método nos ayudará para la observación de la situación real sobre la sociedad y el empleo de sistemas informáticos para realizar contratos electrónicos y así su posterior protección.

1.8.7. Técnicas de Investigación

a) Investigación Bibliográfica o Documental

En el desarrollo de la investigación tomamos en cuenta libros, artículos, expedientes, trabajos de investigación entre otros. Los mismos que permiten el pleno desarrollo de la investigación de manera sistemática y secuencial en la recolección, clasificación y selección de datos por lo que la investigación es de observación documental y conceptual.

1.8.8. Instrumentos:

* Fichas de análisis documental

* Hojas de recojo de datos

1.8.9. Limitaciones de la Investigación

En primer lugar, una limitante la falta de estudios doctrinales en Derecho sobre el factor de contratación a través de medios electrónicos y las ventajas que puede aportar al Sistema de leyes ya existentes.

Segundo la escasa literatura existente proviene del campo de la psicología o de la sociología o se centra en casos concretos o en ciertos ámbitos, que generalmente son instituciones privadas que no apoyan a la investigación.

1.8.10. Aspectos éticos de la investigación

La presente investigación se realizó considerando la opinión de la población protegiendo su identidad de los involucrados en cuenta a sus respuestas, las mismas que no sirven para el presente estudio.

CAPITULO II

ANALIZAR LA LEY N° 29571 LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR PARA DETERMINAR LOS FUNDAMENTOS JURIDICOS QUE FORTALECEN LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR EN EL ÁMBITO DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.

2.1. Antecedentes históricos contratación electrónica

Es preciso tener en cuenta los antecedentes relacionados a la creación de normas que han ido evolucionando a medida que pasa el tiempo y que se han adaptado para proteger al consumidor en tutela de sus derechos

En nuestro país se han hecho investigaciones e incorporado dentro de las leyes existentes las mismas que han sido innovadoras sobre el contrato como acto jurídico y manifestación de voluntad por medios electrónicos; por lo que el presente estudio va enfocado a entender ampliamente el concepto de contratar electrónicamente y encontrarnos a la par con otros países que regule dentro del cuerpo normativo aspectos de contratación electrónica, en consecuencia el consumidor se encuentre plenamente protegido.

2.2. Nociones del surgimiento de relaciones contractuales mediante el internet y medios electrónicos.

Si bien son ciertas las relaciones personales como interacción para contratar de forma rápida, fácil y que además sea eficaz, dándose la garantía y la correcta aplicación de normas para llevarse a cabo o llegar al término una contratación electrónica.

El contrato electrónico es efectuado de manera muy rápida para prestar mayores facilidades a los usuarios quienes enmarcan una relación en este medio o plataforma que ahora es muy común, ejemplo las redes en las que existen comunicaciones, intercambio de imágenes sonidos, etc.; lo que se necesita para contratar vía electrónica es seguridad, eficacia y transparencia a la hora de contratar y llegar al termino del contrato.

Podemos afirmar que hoy en día hemos pasado de las relaciones de consumo tradicionales, donde existe un proveedor que tiene contacto directo con el consumidor, y éste a su vez con el bien o servicio ofertado, para pasar a un comercio que se realiza a través de redes informáticas donde la oferta y pedido del bien o servicio se realizan a través de la Internet, en formatos o sitios virtuales acondicionados y creados para ello. (Vaisman Araujo, 2018, pág. 20)

Existen algunos estudiosos que proponen que las modalidades del contrato se sujetan a los medios tecnológicos por los que se realiza, tal como los fonográficos que asumen el telebanco, telemercado etc.: medios digitales, el internet, los e_mails, el IRC; el ICQ; el fax u otros documentos electrónicos (Vergara 2000), otros apuntan en relación al proveedor, y son los que tienen que ver: 1) con el proveedor de acceso a internet y 2) con el proveedor de los bienes y servicios a través de la red (Rolero 2001).

Castillo Freyre, hace un esquema descriptivo, a saber:

- 1) Contratos celebrados por teléfono
- 2) Contratos celebrados por teléfono entre dos personas que se encuentran en comunicación inmediata.
- 3) Contratos celebrados por facsímil.
- 4) Contratos celebrados por beeper o sistema busca personas.

- 5) Contratos celebrados con la intermediación de computadoras programadas algorítmicamente para realizar la contratación.
- 6) Contratos celebrados por correo electrónico.

En efecto, hoy en día, aproximadamente más del 50% de las personas contratan sin discutir las condiciones de los contratos. En la contratación por medios electrónicos, la masificación contractual es mucho más notoria y evidente. En este sentido, creemos que la autonomía privada debe ser enfocada desde dos perspectivas: para los contratos se debe proteger los pactos de los contratantes, y en los contratos masivos o predispuestos el Estado debe proteger a la parte más débil (que no necesariamente tiene que ser el deudor, sino el contratante que no ha podido discutir las condiciones del contrato, pero siempre y cuando las condiciones predispuestas sean abusivas o desnaturalicen la relación jurídica contractual).

(...) Dándose estos medios electrónicos digitales la paradoja “*cada vez nuestra lejanía es más cercana*”, pues si bien, estamos lejos físicamente, nuestra relación esta tan cercana tanto lo que permita la transmisión electrónica (el decreto supremo N° 064-94-TCC Glosario de términos, define conversación a tiempo real “Es la comunicación efectuada sin ningún retardo o retraso, salvo el de la propagación”); y siendo que, en la manifestación de voluntad, lo que interesa como elemento fundamental. (Armas Morales, 2002, pág. 19)

...Max Arias Shereiber Pezet en la exégesis del Código Civil Peruano vigente (...) que se vive contratando permanentemente, al extremo que pareceríamos envueltos en una red dentro de la cual se realiza la más variadas finalidades de la vida económica (...) siendo que en la actualidad como parte de la realidad y la cultura humana, las tecnologías de la información están constituyendo como elemento esencial de la globalización, más aun estas tecnologías han dado lugar al nacimiento al primer “heredero” tecnológico: Internet, cuyo crecimiento está evolucionando vertiginosamente producto de la convergencia de la informática con las telecomunicaciones aceleradas por el desarrollo de la microelectrónica digital, lo que ha provocado en relación a los contratos que se viable la emisión de la voluntad contractual por estos modernos medios. (Armas Morales, 2002)

Para Carlos, Vattier Fuenzalida, “los contratos electrónicos son aquellos contratos que se celebran o perfeccionan por medios electrónicos”. Estos contratos electrónicos pueden ser de dos clases, según se entiendan estos medios en sentido amplio o en sentido estricto. En sentido amplio, los contratos electrónicos son todos aquellos que se celebran por medios electrónicos, informáticos o telemáticos. En sentido estricto, son aquellos que se celebran mediante el llamado diálogo de computadoras, vale decir, entre el ordenador del emisor y el ordenador del receptor, a través de una red telemática binaria e interactiva de operadores intermedios.

En este ambiente de transformación jurídica, también han surgido, para un sector de la doctrina, los llamados “contratos informáticos”, definidos como los contratos que tienen por objeto bienes o servicios informáticos. Para nosotros, esta supuesta categoría contractual no existe jurídicamente, ya que no se puede otorgar tipicidad contractual a un conjunto de transacciones comerciales en función de los bienes o servicios sobre los que recaen las prestaciones que han de ejecutar los contratantes obligados, porque de ser así, tendríamos tantos contratos como bienes y servicios existen. No obstante, nuestra crítica en torno a los supuestos contratos informáticos, debe tenerse muy en cuenta la teoría que cada sistema jurídico adopte en torno al objeto del contrato. Así, para el derecho peruano el objeto del contrato es la relación jurídica y no los bienes o las prestaciones adoptados por otros ordenamientos jurídicos, como el español o argentino. (León Untiveros, 2006, pág. 171)

Respecto a la contratación electrónica y a los supuestos contratos informáticos, un sector de la doctrina extranjera y nacional considera que se requiere de una regulación normativa especial por constituir un fenómeno particular y distinto a las categorías contractuales contempladas en nuestra legislación. Consideramos que ello no es necesario, por cuanto las reglas de la teoría general del contrato del Código Civil son plenamente aplicables a la contratación electrónica.

Por otro lado si hablamos de comercio electrónico es el desarrollo de actividad comercial y de transacción por vía electrónica y comprende actividades diversas: La

comercialización de bienes y servicios por la vía electrónica; la distribución en línea de contenido digital, la realización por vía electrónica de operaciones financieras y de bolsa, la obra pública por vía electrónica y todo procedimiento de tipo elaborado por la administración pública. (Ordoñez Bringas, 2014)

Francisco González señala lo siguiente: En el comercio electrónico existe algo más que el medio de intercambio empleado. Dicha forma de comercio va emparejada por la globalización de los intercambios, el constante crecimiento de las capacidades de los productores y de las necesidades y exigencias de los clientes. El comercio electrónico introduce cambios en el contacto entre las empresas, entre usuario y empresa, entre ésta última y sus trabajadores, dicha actividad va a revolucionar la economía.

Los cambios y la globalización están alterando las formas de hacer negocios. El incremento de la competitividad, el cambio constante de las expectativas de los consumidores, el incremento de la capacidad de los suministradores y los avances tecnológicos generan esos cambios. En respuesta a ello, el comercio está adaptando su organización y su forma de actuar como vemos en otros países ya han incrementado nuevas normas para los procesos comerciales se están rediseñando nuevas formas de contratar que tengan entera validez para la sociedad, así como las existentes entre las empresas y sus suministradores a muchos que están desapareciendo. Pues el comercio electrónico es el uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que soportan las transacciones de productos o servicios entre las empresas, entre estas y particulares o con el Estado.

Constituye un tinglado tecnológico de las redes físicas, electromagnéticas, ópticas u otros sistemas análogos dentro de la configuración conmutación y transmisión de las señales de telecomunicaciones, para lo cual combina radio enlaces, microondas,

satélites geoestacionarios, inclinadas o de baja órbita y también cables de cobre, coaxiales, conexiones inalámbricas y celulares etc. Que hacen posible el traslado del mensaje contractual del iniciador oferente al destinatario aceptante, haciendo igualmente posible el dialogo y la conclusión contractual. (Armas Morales, 2002)

Ha de tenerse en cuenta que es un sentido mucho más amplio del que se considera lo suficientemente extenso el hecho de hablar del contrato electrónico, con la que aún no se ha garantizado la certera y fiable garantía para la protección de los contratantes poniendo al consumidor en desventaja cuando se trata de contratar mediante cualquier medio electrónico en el que los sujetos no están frente a frente físicamente.

2.3. Momento de perfección del contrato electrónico

El perfeccionamiento del contrato electrónico es esencial el acuerdo de voluntades sobre el objeto bien del que se desea contratar y la causa del mismo. De esta manera perfeccionar el contrato la aceptación y al momento de surtir efecto a la aceptación del contrato.

El consentimiento electrónico, en Derecho español, el contrato existe a partir del cruce de voluntades concordantes. Hay contrato siempre que las partes estén de acuerdo en cuanto a la entrega de una cosa o prestación de un servicio y la contraprestación a satisfacer. El sistema contractual español es consensual y en general no formalista, sin perjuicio de que existan casos en que la forma se exige como requisito esencial. En estos supuestos, ha de recurrirse como ya hemos señalado a la legislación específica. Por lo tanto, básicamente la Ley da al contrato electrónico el mismo trato que a cualquier contrato: su existencia precisa del consentimiento de ambas partes y

que se manifieste por la concurrencia de oferta y aceptación sobre el objeto del contrato.
(Leyva Saavedra, Derecho Civil III (Contratos), 2003, p. 111)

2.3.1. La oferta

La oferta es una declaración de voluntad emitida por una persona, el oferente, y dirigida a otra u otras; el destinatario o destinatarios, proponiéndoles la celebración del contrato. Además, hay que entender que el prestador está obligado por los términos de su oferta o propuesta de contratación, durante el período que fije; si bien en defecto de una previsión sobre el particular, la LSSICE con buena lógica acude al criterio de determinar su validez mientras la oferta permanezca accesible al destinatario del servicio, el cual podrá en consecuencia acogerse a la misma durante todo el tiempo que pueda acceder a ella. (Domínguez Cabrera, 2003)

2.3.2. La aceptación

Mediante la aceptación, el destinatario formula una declaración en virtud de la cual manifiesta su conformidad con todo el contenido de la oferta y, por lo tanto, expresa su disposición para realizar el contrato, lo cual permite su perfeccionamiento. Su particularidad reside en el hecho de que tal declaración se realiza y transmite mediante dispositivos electrónicos automáticos en los que, precisamente, se recurre con mucha frecuencia al término “aceptar”, el cual, si fuera seleccionado por el destinatario, basta para traducir su voluntad de aceptación. Casi siempre esto es suficiente, y no se exige que el destinatario proceda a teclear su voluntad de aceptar y remitirla al prestador del servicio, aunque ocasionalmente podrá requerirse que se remita la declaración de aceptación al oferente. A este último, la LSSICE le

impone generalmente la obligación de confirmar la recepción de la aceptación, entendiéndose que se ha recibido la aceptación y su confirmación cuando el oferente y el destinatario puedan tener constancia de ello. Así, si la recepción de la aceptación se confirma mediante acuse de recibo, se presumirá que el destinatario puede tener dicha constancia, desde que el acuse de recibo haya sido almacenado en el servidor en que esté dada de alta la cuenta de correo electrónico del destinatario, o en el dispositivo utilizado para la recepción de comunicaciones. (Domínguez Cabrera, 2003).

2.4. Antecedentes contratación electrónica en el Perú

Cuando se habla de contratación electrónica, asumimos que se trata del empleo de una computadora o mediante la internet; al empleo de estos medios existen ciertas interrogantes en función de normas que protegen a las personas que deciden con tratar, dándole así el mayor interés para aplicar adecuadamente las normas.

En el Perú, un estudio del ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas) realizado en el Perú en mayo del año 2000 determinó que, en la ciudad de Lima, de cada 100 habitantes 6 tenían una computadora personal. Hoy, la cifra debe ser mucho mayor. (Medina Carlos, 2017, pág. 35)

Este estudio realizado por el ALCA es de suma importancia ya que constituye la masificación que genera la globalización por ende el uso de medios electrónicos para el uso de diferentes actividades a medida que pasa el tiempo. Pues de esta forma se demuestra que estas cifras van en aumento a medida que pasa el tiempo, ya que ahora se ha vuelto indispensable el uso de una computadora.

Pues de esta manera el internet constituye una manera muy rápida para relacionarse social o comercialmente con otra persona, pues un individuo o cualquier persona puede realizar distintas acciones sin dejar su domicilio, dándole la mayor

simplicidad para contratar, tiempo mucho más corto y ahorro de dinero en cuanto se pueda en lo que se podrían hacer trámites tediosos y muy extensos.

Se han planteado dudas sobre si la contratación electrónica es contratación entre presentes o entre ausentes. El comercio electrónico es una actividad económica que se practica entre operadores que se encuentran alejados en el espacio los unos a los otros. La voluntad expresada por cada parte no concurre nunca en el tiempo simultáneamente con la contraria a diferencia de lo que sucede en la contratación verbal y telefónica: primero ha de haber un mensaje de datos, luego ha de ser conocido por su destinatario para, por último, éste contestar mediante otro mensaje de datos. Se trata de una contratación entre partes distantes en el espacio y cuyo proceso de formación se dilata generalmente en el tiempo aun cuando los mensajes de datos contenedores de las voluntades constitutivas viajan raudamente entre un lugar y otro. El comercio electrónico se confirma se configura, en general, como una contratación no instantánea entre ausentes. Esta misma conclusión ya fue obtenida por el Tribunal Supremo en su sentencia de 30 de julio de 1996, afirmando que, “El telégrafo, télex, fax y correo electrónico en todas sus variedades sirven para exteriorizar declaraciones de voluntad que, si bien son comunicativas, no son instantáneas y coincidentes en las conjunciones de voluntad de los contratos interesados”. Así pues, los contratos celebrados por vía electrónica son contratos que se contraen sin la presencia de las partes. (Leyva Saavedra, Derecho Civil III (Contratos), 2003, p. 577-578)

Los contratos electrónicos son mucho más rápidos para facilitar la interacción entre sujetos que no están presentes simultáneamente en el espacio y en el contexto en el que tradicionalmente se usaba un documento como medio para la realización de la

contratación de compraventa, a diferencia que la contratación de compraventa se puede trasladar la información en un tiempo muy rápido de un lugar a otro.

Si bien es cierto la ley de protección y defensa del consumidor Ley N° 29571; plantea la forma de expresar la voluntad mediante un documento físico o mediante otro medio análogo con el cual da la posibilidad de poder ampliar y aclarar respecto al tema de estudio.

Hay que entender, además, que los contratos celebrados por vía electrónica son contratos por adhesión y se rigen, por tanto, por la Ley 7/1998, de condiciones generales de la contratación, además se refieren a la adquisición de bienes muebles o a operaciones de crédito relativas a tales bienes. (Leyva Saavedra, Derecho Civil III (Contratos), 2003, p. 578)

Según la ley española ya se incluyeron este tipo de contrato en el que refiere que más que contratos electrónicos son contratos de adhesión, en la que los sujetos realizan este tipo de contratos sin dañar o afectar los derechos y obligaciones de ambos según la Ley.

2.5. Antecedentes normativos en el ámbito nacional

El Art. 1351 del Código Civil, define el vínculo legal entre los contratantes por lo que guarda suma relación con nuestro art. 140 del Código Civil, que establece literalmente el “acto jurídico” y lo que se requiere para su validez.

(...) art. 140 del código civil en lo referido a una de las formas de la manifestación de la voluntad haciendo empleo de medios electrónicos no existe una legislación específica sobre el comercio electrónico, solo existiendo un único dispositivo legal el cual viene a ser el decreto legislativo N° 716 - ley de protección al

consumidor, aplicándose a las operaciones de oferta y compraventa realizadas en la web. A lo que cabe precisar que dicho decreto antes mencionado no aparece adaptado para regular lo referido a las transacciones de contenido electrónico 34 que tiene lugar en la red, la cual pertenece al régimen de la venta a distancia. Hay que hacer mención que de ninguna forma el decreto legislativo N°716 no guarda contenido alguno sobre la venta a distancia. Con lo que se llega a acreditar que se expone al consumidor a factores de riesgo, en torno a la dificultad de identificación del proveedor, por lo que existe gran posibilidad de fraude en la utilización de tarjetas de pago, ofertas indiscriminadas, así como de envíos forzosos, ocasionando serias dificultades en torno al cumplimiento de las cláusulas contractuales y sobre todo ofrece la imposibilidad de conocer in situ el producto o servicio. (Ordoñez Bringas, 2014, pág. 34)

Por otro lado, el art. 1373° determina que el contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente.

La aceptación es la declaración de voluntad emitida por el destinatario y dirigida al oferente mediante la cual aquel comunica a éste su conformidad con los términos de la oferta.

(...) el antiguo artículo 141° del código civil disponía como forma de manifestación de voluntad el medio directo sin diferenciar la forma del medio. Lo que establece la modificación contenida en la Ley No 27291 “Ley que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios electrónicos para la comunicación de la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica” es que el medio directo es justamente un medio de manifestación de voluntad y no una forma, que en el caso de ser expresa puede ser oral o escrita, incorporando además que la manifestación de voluntad se puede expresar por medios manuales, mecánicos, electrónicos o cualquier otro análogo. (Medina Carlos, 2017, p. 38)

La contratación por medios electrónicos, sirve como ayuda a personas que puedan manifestar su voluntad y contratar (El artículo N° 141 del código Civil expresa que la manifestación de voluntad puede ser a través de cualquier medio ya sea manual,

mecánico, electrónico u otro análogo); facilita de esta manera al agente capaz hacer una propuesta contractual usando como medio un medio electrónico y en el que existen dos sujetos vendedor y comprador, en el que interactúan.

El avance es notable y el proceso por el cual el ordenamiento jurídico reconoce este tipo de contratación y además lo contenta ya dentro de nuestro cuerpo normativo, además a medida que pasa el tiempo abre la posibilidad que nuestras normas existentes vayan sufriendo cambios que faciliten a los sujetos activos dentro de una relación jurídica, el establecer una determinada relación jurídica vía cualquier medio electrónico sin miedo a que pueda traer consigo alguna deficiencia legal que vaya a lesionar su derecho.

La posibilidad de la contratación celebrada a través de medios electrónicos o contratos electrónicos en el Perú se encuentra satisfecha por la legislación sustantiva civil y con la modificación realizada en el Art. 141 y 1374 y adición del 141-A al Código Civil, mediante la Ley No 27291 “Ley que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios electrónicos para la comunicación de la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica” que valga la redundancia, permite la utilización de medios electrónicos para la comunicación de la manifestación de la voluntad y la utilización de firma electrónica; así como la legislación especial sobre firma y certificados digitales que garantiza en primera y definitiva instancia la seguridad jurídica en redes abiertas como Internet. (Medina Carlos, 2017, pág. 40)

El Código Civil peruano se ha orientado por la teoría del conocimiento en su artículo 1373°, al establecer que el contrato se considera celebrado y perfeccionado cuando la aceptación es conocida por el oferente. Empero, el legislador ha considerado apropiado matizar la teoría del conocimiento con la teoría de la recepción, regulada en el artículo 1374°, señalando que la oferta, su revocación, la aceptación, o cualquier otra declaración contractual, se consideran conocidas cuando llegan al ámbito jurídico del destinatario; por lo tanto, el contrato se formará cuando la aceptación llegue al domicilio del oferente. Ahora bien, la presunción contenida en el artículo 1374° admite prueba en contrario, pues si el destinatario de cualquiera de las declaraciones contractuales (oferta,

revocación, aceptación, contraoferta) se encontraba, sin su culpa, en la imposibilidad de conocerlas, el contrato no se considerará formado. (Quiróz Santaya, 2016)

Para el caso de la contratación electrónica, la Ley N° 27291, ha modificado el artículo 1374° del Código Civil, agregando un segundo párrafo. El texto del artículo reformado es el siguiente: “Artículo 1374.- Conocimiento y contratación entre ausentes La oferta, su revocación, la aceptación y cualquier otra declaración contractual dirigida a determinada persona se consideran conocidas en el momento en que llegan a la dirección del destinatario, a no ser que éste pruebe haberse encontrado, sin su culpa, en la imposibilidad de conocerla.

La relación con la legislación nacional aplicable a la materia hemos de destacar el Proyecto de Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio electrónico de 8 de febrero de 2002, (en adelante PLSSICE). Traducido en la Ley definitivamente en la Ley 34/2002, de julio sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico. La contratación por vía electrónica viene regulada en el título IV, en los artículos del 23 al 29. La Ley no se aleja prácticamente del Directiva, salvo para aquellas cuestiones de policía, supervisión y control que la propia Directiva abandona a los legisladores nacionales. No aborda ninguna cuestión relevante que no haya sido previamente contemplada y resuelta por la Directiva. (Leyva Saavedra, Derecho Civil III (Contratos), 2003, p. 575).

La ley debe plantear no solo principios que prevalecen en el tiempo y en la norma, sino deben ampliar y actualizar las normas para que no estén tan alejadas de este tipo de contrato para poder tener un amplio conocimiento y aplicación de la norma para el contrato de compra venta electrónica.

Viéndolo de esta manera es que el estudio y los antecedentes ayudan a mantener una postura equilibrada tanto en la norma y la doctrina para no crear conflicto con los principios que se plantean establecer en la norma futura.

Para destacar el concepto es necesario respetar la ley existente, aunque no haya sido la más acertada respecto a este tema; sino lo que se considera es tomar en cuenta ampliar o modificar la norma existente para encomendar la protección del consumidor. La protección del consumidor debe darse en función a la protección tanto del cumplimiento de la ley para proteger la relación de contratos y a los contratantes bajo la responsabilidad legal que pueda acarrear.

(...) Estos contratos pueden celebrar también por consumidores, y en tal caso se regirán por la Ley 26/1984, general para la defensa de los consumidores y usuarios, y en especial para las normas sobre cláusulas abusivas reformadas por la citada Ley 7/1998. (Leyva Saavedra, Derecho Civil III (Contratos), 2003, p. 578)

(...) los deberes de información son una parte importante en cualquier contrato que se precie, donde los deberes de información y colaboración que han de prestarse las partes contratantes hacen que el contrato llegue a buen puerto. Información *ex ante* y *a posteriori* del mismo (...) estas obligaciones de información se acentúan del lado del prestador de servicios de la sociedad de la información. Así, como bajo este apartado se ha de destacar una de las máximas queridas por nuestro legislador: la información y transparencia. (Alfaro Pinillos & Velarde Sussoni, 2000)

En el que constituye priorizar las obligaciones dentro del contrato para la protección del consumidor y velar por la información correcta de los datos que se precisan dentro de la relación jurídica.

Así el N° 1 del art. 23 de la Ley española precisa que los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto en este título, por los códigos Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles obre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial. (Leyva Saavedra, Derecho Civil III (Contratos), 2003, p. 585)

Cuando la forma del contrato es privada o voluntaria no existe ningún impedimento. Del mismo modo, cuando la forma es potestativa caben diversas soluciones. No obstante, pueden existir impedimentos para la contratación electrónica en aquellos casos en que la forma o el procedimiento sea consustancial a los efectos o existencia del contrato.

2.6. Contratación por medios electrónicos digitales u ópticos (inteligencia artificial)

Según Takeyas (2007) la IA es una rama de las ciencias computacionales encargada de estudiar modelos de cómputo capaces de realizar actividades propias de los seres humanos en base a dos de sus características primordiales: el razonamiento y la conducta.

En 1956, John McCarthy acuñó la expresión «inteligencia artificial», y la definió como «la ciencia e ingenio de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de cómputo inteligentes.

La inteligencia artificial nace en una reunión celebrada en el verano de 1956 en Dartmouth (Estados Unidos) en la que participaron los que más tarde han sido los investigadores principales del área. Para la preparación de la reunión, J. McCarthy, M. Minsky, N. Rochester y C. E. Shannon redactaron una propuesta en la que aparece por primera vez el término «inteligencia artificial».

Son dispositivos que poseen “inteligencia artificial” basados en programas especializados o sistemas expertos que de acuerdo a ciertos parámetros pueden seleccionar una decisión y tramitarla a su contraparte, que igualmente puede estar instalado tanto en su sistema de recepción-destinatario como en un sistema transmisor-remitente, (interacción máquina a máquina) y que “dialogan” para llegar a una realización contractual.

El substrato de la idea del transmisor y receptor electrónico como forma de concepción contractual trae aparejado una gama de matizaciones, dentro la diversidad o grados de sofisticación de esas máquinas electrónicas, que involucra igualmente diversos niveles de interacción de “inteligencias artificiales”, que depende de los programas que los soportan. (Armas Morales, 2002).

Lorenzenti la “despersonalización del contrato ya se produce un dialogo entre computadoras”; ha de precisarse que esta automatización para contratar también se logra entre computadoras con formatos particulares o privados que se ajusta a situaciones específicas entre las partes sin obedecer a formatos establecidos o estándares.

No obstante quepa referir, que la maquina en ultimo ratio solo un instrumento de expresión de la voluntad de los sujetos humanos, pues en esencia la inteligencia natural siempre participa, ex-ante o post-ante, en cualquier tipo de contrato; sosteniéndose por último la prioridad y superioridad el elemento humano, en el sentido que el hombre es un finalista de toda relación contractual. (Armas Morales, 2002).

2.7. DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

2.7.1. Noción y clasificación de los hechos jurídicos

El hecho jurídico, como ya se dijo, se halla en un plano real, y consiste en todo acaecer o fenómeno que, por estar conceptuado normativamente como supuesto, al hallarse ausente o haber dejado de acaecer o haber efectivamente ocurrido, por lo menos en la dimensión del tiempo o de la historia, hace derivar las consecuencias que en la misma norma se hallan enlazadas a dicho supuesto. Por su naturaleza, los hechos jurídicos se clasifican en: hechos naturales, hechos humanos y estados jurídicos. Al respecto, hay que considerar, en relación con las fuentes de las obligaciones, que algunos autores clasifican las fuentes de ellas con las ejemplificaciones que contiene la codificación civil al tipificarlas: contrato, cuasicontrato, delito, cuasidelito y la ley; otros, reducen las fuentes de las obligaciones a los hechos jurídicos y a los negocios jurídicos dentro de los que consideran se hallan los estados jurídicos; otros, agregan los estados jurídicos, lo que considero le otorga mayor claridad a la clasificación. Sin embargo, creo que los negocios o actos jurídicos, son hechos humanos voluntarios lícitos y que el cuasicontrato no es un hecho voluntario sino Alberto Vélez Rodríguez revista opinión jurídica involuntario; creo también que los denominados cuasidelitos, que los clasifican como hechos humanos involuntarios ilícitos y en los que incluyen los delitos culposos, por ejemplo, son hechos humanos voluntarios ilícitos. En efecto, no puede haber delito culposo si no existe la voluntad de realizar la conducta temeraria, o imprudente o negligente, etc. En síntesis, considero que los hechos humanos pueden ser voluntarios o involuntarios. Los voluntarios son lícitos o ilícitos. Los lícitos

son hechos o actividades simplemente lícitas y actos jurídicos. Los ilícitos son extrapenales y penales (hechos punibles). Los hechos involuntarios unos causan daño (algunos los denominan ilícitos) y otros no son causantes de daños (algunos los denominan lícitos), como los cuasicontratos. (Vélez Rodríguez, Supuestos y Hechos Jurídicos, 2001, p. 17-18)

2.7.2. Concepto de Consumidor

Las personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o disfrutan como destinatarios finales productos y servicios materiales o inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial y profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

“sujeto de mercado que adquiere bienes y usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades personales o familiares [...] El consumidor pretende hacerse con el valor de uso de lo adquirido, sin intención alguna de emplearlo o integrarlo en su propia actividad laboral o profesional, es decir, no pretende utilizar directamente lo adquirido para obtener a su vez otros bienes o servicios. En el sentido expresado, pues, el consumidor se limita a participar en la última fase del proceso económico gozando, usando o disfrutando un determinado bien de acuerdo con sus características y su naturaleza, pero sin integrarlo en actividad productiva alguna.” (Baca Oneto, 2013, p. 26)

2.7.3. Derecho de los consumidores en la constitución de 1973

En nuestra constitución de 1973 ya existe un antecedente dentro del artículo 110 en el que se protege al consumidor.

Art. 110“El régimen económico de la república se fundamenta en principios de justicia social orientados a la dignificación de trabajo como fuente principal de riqueza y como medio de realización de la persona humana. El estado promueve el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racional utilización de los recursos, el pleno empleo y la distribución equitativa del ingreso. Con igual finalidad, comenta los diversos sectores de la producción y define el interés de los consumidores”.

Por tanto, a partir desde la constitución de 1973 surge la obligación del estado de proteger el interés de los consumidores, no obstante, este es un antecedente importante para el desarrollo de la ley para protección el consumidor. A raíz de la constitución surgen nuevas normas que cada vez más van enfocadas a la protección el consumidor.

El siguiente paso se dio en noviembre de 1991, al dictarse el decreto legislativo N° 716, importantísimo no solamente porque es una norma general sobre la protección del consumidor sino porque ya desde entonces nuestro legislador se decantó por un sistema punitivo, basado en una responsabilidad objetiva del proveedor, correspondiéndole la aplicación de sanciones a la Dirección General de Defensa del Consumidor del Ministerio de Industria, Comercio Interior, Turismo e Integración. Sin embargo, se trataba de un sistema estrictamente punitivo, en el cual no se reconocía expresamente la posibilidad de que la autoridad otorgue medidas correctivas, competencia que fue otorgada mediante la ley N° 27311, de 18 de julio del 2000 (Ley del Fortalecimiento del Sistema de Protección al Consumidor), que cambio decisivamente el papel que jugaba el procedimiento e protección al consumidor, al introducir incentivos para que los afectados presenten sus denuncias, que desde entonces se han multiplicado. (Baca Oneto, 2013, pág. 22)

Este no fue el cambio más importante, aunque haya sido de importancia, hubo otro cambio mucho más importante y relevante para el desarrollo y protección de los consumidores, la creación de INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Propiedad Intelectual) mediante el Decreto Ley N° 25868, con fecha 24 de noviembre de 1992 hoy derogado.

2.7.4. Derecho de los consumidores en la constitución de 1993

En el año 1993 se produce el cambio constitucional, reforzándose la protección a los consumidores, al establecer el artículo 65 de la constitución.

“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”.

El siguiente paso en la evolución vino dado por la promulgación y entrada en vigencia del decreto legislativo N° 807, que establece las facultades, normas y organización del Indecopi, modificado sustancialmente el decreto Ley N° 25868 y el decreto legislativo N° 716, no solo en temas de fondo, si no también procedimentales.

2.7.5. Derecho de los consumidores según la Ley N° 29571 Ley de protección y defensa de los consumidores.

Artículo 1.- Derechos de los consumidores

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

- a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.
- 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.
- c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.
- d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.
- e. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.
- f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.
- g. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, celeres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.

- h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.
- i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.
- j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.
- k. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

En los derechos establecidos dentro de la ley de protección y defensa al consumidor nos da un concepto claro cuando el estado está en la obligación de proteger al consumidor cuando se encuentra en un estado de vulnerabilidad, nos muestra una serie de derechos en los que ninguno nos deja un panorama claro con respecto a la protección del consumidor frente a un contrato electrónico.

Pues teniendo en cuenta lo mencionado no se emplea ningún termino para definir la contratación electrónica, por ende, tampoco da la mayor certeza de protección al consumidor para tutelar sus derechos cuando se encuentran

frente a un contrato de compra electrónico, el usuario se encuentra en estado de vulnerabilidad ya que no existen supuestos que den mayor confiabilidad para poder contratar. Es cierto que contratar por internet es mucho más rápido ya que no requiere mayores tramites y papeleos, pero, no por eso deja de ser inseguro para los usuarios; dentro de la ley de protección al consumidor claramente nos nombran los derechos de los consumidores los mismos que pueden ser empleados para proteger al usuario en una relación de contrato electrónico, pero dado el caso cuando el tribunal resuelve no se dan los supuestos correctos que justifiquen la falta de tutela de sus derechos.

2.7.6. Ley N° 27269 Ley de Firmas y Certificados Digitales

Ah medida que ha pasado el tiempo y ha incrementado el uso de medios electrónicos para interrelacionarse y llevar acabo manifestaciones de voluntad a través de los mismos también las normas existentes han sido modificadas por lo que se tiene nociones respecto a los contratos electrónicos mediante la normativa existente.

Una de las tecnologías más gravitantes para los efectos de interconexión de redes y operaciones electrónicas es la firma electrónica, regulada en el Perú por el artículo 1 de la Ley 27269, la cual planteó la contextualización teórica de la referida tecnología. En ese sentido, la acotada norma expresamente señala que el objeto de la Ley 27269 es regular los mecanismos de utilización de la firma electrónica. Por otra parte, otorgó a dicha tecnología “la misma validez y eficacia jurídica que el uso de una firma manuscrita [o cualquier] otra análoga que conlleve manifestación de voluntad”. La importancia de la Ley 27269 no sólo radica en que genera un entorno de seguridad y validez para las operaciones electrónicas, desde el Perú al mundo y viceversa, sino que permitió dar un paso más allá, al plantear una definición de firma electrónica, con una redacción neutral. Señala expresamente que la citada tecnología se relaciona con el uso de “cualquier símbolo basado en medios electrónicos utilizado o adoptado por una parte con la intención precisa de vincularse o autenticar un documento cumpliendo todas o algunas de las funciones características de una firma manuscrita”. (Espinoza Céspedes, 2018, pág. 243).

La firma desde un punto de vista contractual, tendrá plena validez siempre que no sea falsificada o sea alterada con la utilización de cualquier medio, o no se haya obtenido mediante engaño, coacción o cualquier otro proceder ilícito.

Ricardo Lorenzetti señala que la firma digital “es la transformación de un mensaje utilizando un sistema de cifrado asimétrico, de manera que la persona que posea el mensaje inicial y la clave pública del firmante pueda determinar de forma fiable si dicha transformación se hizo utilizando la clave privada correspondiente a la clave pública del firmante, y si el mensaje ha sido alterado desde el momento en que se hizo la transformación”.

Una de las características de mayor importancia con que cuentan los certificados digitales está referida a la confidencialidad de los datos contenidos; por tanto, los datos referidos a la clave privada y aquellos que no sean materia de certificación son reservados, pudiendo ser revelados a terceros únicamente por orden judicial o por pedido expreso del propio titular de la firma digital.

La Ley también ha previsto el supuesto de los certificados digitales emitidos por entidades extranjeras, a los cuales les ha otorgado la misma validez y eficacia jurídica que los certificados digitales emitidos por entidades nacionales. Originalmente, la Ley N° 27269 estableció que los certificados digitales extranjeros debían ser reconocidos por una entidad de certificación nacional, con lo cual, en estos casos, los usuarios de las firmas digitales tenían que realizar un doble procedimiento que iba a generar el encarecimiento de la contratación por medios electrónicos. Sin embargo, este hecho fue corregido

con la dación de la Ley N° 27310, que modificó el artículo 11° de la Ley N° 27269, al establecer que los certificados digitales emitidos por entidades extranjeras tendrán el mismo valor y eficacia jurídica que un certificado digital expedido por una entidad de certificación nacional, requiriéndose, en estos casos, únicamente el reconocimiento por la autoridad administrativa nacional competente.

La ley 27269 nos permite evidenciar; la real vinculación entre el firmante y el documento firmado, propone mecanismos para la identificación del firmante, otorga obligatoriedad del acto firmado, valides del documento firmado para la que surtan sus efectos, por lo que eso dará mayor seguridad a la hora de contratar.

La firma digital regulada en el Perú a nuestro entender, son claves seguras que utilizan la criptografía que aún no se entiende el elemento principal del que se debe señalar en la norma para el entendimiento y aplicación de la norma para protección d los contratantes.

Por otro, lado respecto a la titularidad de la firma digital, el artículo 4 de la acotada ley señala que es de “la persona a la que se le atribuye de manera exclusiva un certificado digital que contiene una firma digital, identificándolo objetivamente en relación con el mensaje de datos”. Esto nos lleva a la exigencia de una identificación plena del titular, para su posterior interacción en el ciberespacio, mundo digital o ámbito electrónico, que se encuentra en la capacidad de generar un mercado electrónico dinámico. (Espinoza Céspedes, 2018, pág. 261).

La criptografía

La criptografía es la ciencia que estudia la escritura secreta, una cifra o criptosistema es un método secreto de escritura mediante el cual un texto en claro se transforma en texto cifrado o criptograma. Se le llama cifrado al proceso de transformar texto claro en texto cifrado, mediante claves criptográficas.

La criptografía asimétrica es la más moderna y es el futuro del comercio electrónico; los ejemplos más conocidos son RSA y ECC. A diferencia de las claves simétricas donde emisor y receptor usan la misma clave o contraseña, en las claves públicas asimétricas el emisor (E) y el receptor (R) crean un par de claves que consisten en una clave privada y una pública. Se debe hacer un “requerimiento de certificado digital” por cada elemento que interviene en la transmisión de datos electrónicos seguros Emisor y receptor guardan su clave privada con recelo y hasta con una contraseña (autenticación) para evitar que sea legible a personas no autorizadas. (Carvajal, 2007)

Emisor y receptor ahora tienen su clave pública, está la puede y la debe tener cualquier persona que desee enviar documentos seguros a sus dueños, los directorios de los proveedores contienen esas claves públicas.

Una forma de explicación a las firmas y certificados digitales, en los que la ley expresa la criptografía que son claves públicas en las que existen seguridad y confidencialidad tanto del emisor como el receptor, las claves generan la seguridad y confianza como la ley nos deja saber.

Hoy, no se pueden concebir los negocios electrónicos sin las claves públicas, pero las claves públicas generan otro problema, “El cómo asociar una clave pública de forma unívoca a una persona, servidor o cosa”, es aquí donde

la “Infraestructura de llaves públicas” o PKI interviene para resolver esta problemática. (Carvajal, 2007)

La Firma Digital

Artículo 3.- Firma digital

La firma digital es aquella firma electrónica que utiliza una técnica de criptografía asimétrica, basada en el uso de un par de claves único; asociadas una clave privada y una clave pública relacionadas matemáticamente entre sí, de tal forma que las personas que conocen la clave pública no puedan derivar de ella la clave privada.

La firma digital es de gran importancia para la realización de contratos electrónicos sin embargo es poco utilizada por las partes ya que desconocen de esta técnica de criptografía asimétrica.

2.8. La manifestación de la voluntad en la contratación electrónica.

¿Es válida la manifestación del consentimiento cuando se utilizan tecnologías electrónicas?

Desde el comienzo de la utilización de las modernas tecnologías electrónicas en las relaciones comerciales se puso en duda si las comunicaciones que se llevan a cabo haciendo uso de las mismas, resultaban jurídicamente obligatorias y aptas para valer como manifestaciones de la voluntad legítimas para concluir contratos. Para dar respuesta a esta interrogante, la fracción I del artículo 1803 del CCF estableció que es legítima la manifestación de la voluntad que se lleve a cabo por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, debiéndose considerar la misma como una manifestación de la voluntad expresa. El artículo 80 del Código de Comercio también reconoce el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología como un

medio legítimo para manifestar la voluntad en los contratos. Otra cuestión es si la validez del uso de los medios electrónicos en las relaciones contractuales presupone la existencia de un acuerdo previo entre las partes. En México, según lo dispuesto por el artículo 1811 del CCF, no se requiere como presupuesto de la validez de las comunicaciones electrónicas, la firma de un acuerdo previo de intercambio electrónico de datos en donde las partes acepten la validez jurídica de las comunicaciones electrónicas. (Rojas Amandi, 2006, P. 258)

Los sistemas automatizados de datos son terminales informáticas u agentes electrónicos que se encuentran programados para operar automáticamente sin necesidad de intervención humana directa. De esta forma, este tipo de sistemas es capaz de crear y enviar un mensaje cuyo contenido sea una oferta o una aceptación de la misma. Para este caso la cuestión legal consistiría en determinar si un mensaje creado, procesado y enviado por un sistema automatizado de datos resulta suficiente para manifestar la voluntad de las partes y para obligarlos al cumplimiento de lo pactado. No se regula de manera expresa el uso de los sistemas de información automatizados. Sin embargo, de manera indirecta se acepta la utilización de los mismos, al establecerse que a la persona que haya programado un sistema de este tipo o, a cuyo nombre se haya programado, le deben ser atribuidos los mensajes de datos que se hayan enviado por dicho sistema. (Rojas Amandi, 2006, p. 260)

2.9. Autenticidad de las manifestaciones de la voluntad electrónicas

Cuando un contrato se concluye haciendo uso de medios electrónicos, el mismo se perfecciona, de hecho, entre ausentes. Debido a esta circunstancia, en los contratos electrónicos la identificación del autor de la manifestación de la voluntad, esto es la autenticidad del mensaje, adquiere una relevancia especial. Los datos del buzón

electrónico desde donde se ha enviado el mensaje proporcionan información sobre el titular del mismo, pero no sobre la persona que realmente ha enviado el mensaje desde dicho buzón. Para identificar al autor real de la comunicación electrónica, en la práctica, se suelen utilizar sistemas de passwords y el de la firma digital. (Rojas Amandi, 2006, p. 261)

Notamos que al hacer uso de la tecnología con respecto a la contratación electrónica existe poca seguridad al momento de manifestar voluntad entre las partes contratantes ya que el consumidor se encuentra en desventaja ante el proveedor, si bien es cierto el proveedor al ofrecer sus servicios no puede tener comunicación con cada uno de los interesados en consumir u obtener su producto otorga una salida fácil que es la de dejar las cláusulas estipuladas como mensaje la cual no basta como validez jurídica de voluntades para dar por hecho que existe el consentimiento de ambas partes, sino que se requiere de comunicación entre ellos.

2.10. Derecho a la Seguridad Jurídica

En atención a ello nosotros postulamos que en toda relación contractual, el consumidor deberá tener derecho a la seguridad jurídica, la cual consiste en que en el marco de la contratación de servicios bancarios no debería haber incertidumbre con relación a las prestaciones que las partes están obligadas a cumplir; por ejemplo, en el caso de pagos anticipados de tarjetas de crédito, que el consumidor pueda tener acceso de manera plena y en tiempo real a la información respecto de los saldos deudores totales para poner en definitiva fin a la relación contractual o realizar la cancelación anticipada total de la deuda pendiente de pago. (Chavez Rosero, 2017, p. 90)

CAPITULO III

TEORIA GENERAL DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS

3.1. Contrato electrónico

La contratación electrónica se viene a presentar como una nueva forma contractual y una nueva forma de realizar intercambio de bienes y de servicios. La importancia adquirida a través de los años la ha convertido en una materia de interés jurídico por su creciente y constante aplicación práctica, transformándose así en uno de los ejes fundamentales a través de los cuales se produce el intercambio de riqueza en la sociedad. (Nieto Melgarejo, 2016, P. 63)

3.2. Consumidor

La definición de consumidor es bastante amplia, ya que hoy en día se considera que no es tan solo la persona que adquiera bienes o servicios para su consumo, sino es una persona que está bajo la protección de múltiples derechos por parte de la legislación, en la cual, del mismo modo, se desprenden obligaciones que el consumidor debe cumplir. De acuerdo con Lowenrosen, el consumidor “es objeto de protección íntegra, total y absoluta, para garantizar la plena vigencia de sus derechos” (Choque Calasaya, 2015).

3.3. Proveedor

Es una persona o una empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica. Por otra parte, el concepto de proveedor puede tener varios significados que dependen directamente de

las funciones que vaya a realizar dicho proveedor. Además, el destinatario de dichas existencias puede transformar los recursos obtenidos o por el contrario venderlos sin más. (Banda, Economía Simple, 2016)

3.4. Elementos

Se dan para la validez del contrato electrónico:

3.4.1. Consentimiento

El consentimiento electrónico Tradicionalmente, se considera que el consentimiento supone la concurrencia de la oferta y de la aceptación. El término “oferta” ha recibido diverso tratamiento en la doctrina y muchas veces ha sido confundido con otros conceptos de similar naturaleza con los que, si bien es cierto comparte elementos comunes, también tiene diferencias sustanciales. Así, podemos encontrar que en la teoría jurídica la oferta ha sido comparada con otros dos términos: “propuesta” y “policitación”. Sin embargo, la “propuesta”, la “oferta” y la “policitación” son figuras diferentes y deben recibir en la doctrina un trato disímil. (Nieto Melgarejo, El Comercio Electronico y La Contratacion: Bases del mercado virtual, 2016, p. 70).

3.4.2. Objeto

De conformidad con el Art. 1402 el objeto del contrato consiste en crear, modificar, regular o extinguir obligaciones. En suma, el objeto del contrato, es en esencia, una fuente creadora de obligaciones de dar, hacer y no hacer.

3.4.3. Causa

Es uno de los requisitos básicos para la existencia del contrato. Es el motivo fundamental por el que cada contratante se obliga frente al otro. Así, uno se obliga a pagar un precio porque el otro se obliga a entregar una mercancía; un

contratante se obliga a beneficiar a otro, sin recibir nada a cambio, porque quiere recompensarle un servicio ya efectuado. (Juridica, 2002)

Principio de libertad de forma ya que por medio de este principio las partes pueden decidir la forma que crean conveniente para manifestar su voluntad ante la relación de consumo electrónico.

3.4.4. Clasificación por forma

3.4.4.1. *Contrato electrónico directo:*

La primera de estas clasificaciones viene dada por la forma en la que se ejecuta el contrato. Se trata de la compra de productos que pueden ser encontrados, adquiridos, pagados y entregados de manera totalmente online. Hablamos, por ejemplo, de la compra en línea de bienes como la música, los videojuegos, el cine, la televisión en streaming o los programas informáticos. Dichos bienes se pueden disfrutar de manera directa, e inmediata, accediendo a la plataforma digital preferente. (digital, 2019)

3.4.4.2. *Contrato electrónico indirecto:*

En este tipo de contrato de comercio electrónico el producto no puede ser disfrutado directamente en el momento de la compra. El producto o servicio es encontrado en la red y la formalización del acuerdo se produce también online, incluso, en ocasiones, el pago del mismo también tiene lugar de manera virtual. Sin embargo, para finalizar la transacción es necesario el envío físico del producto o la prestación física del servicio. Un ejemplo de este tipo de contratos es la adquisición

de productos a través de un comercio electrónico (libros, ropa, zapatos, discos de música o productos varios), la contratación de servicios o, incluso, de viajes. (digital, 2019)

3.5. Ventajas de contratar vía electrónica

Podemos hablar de las ventajas sin temor a concebir ideas de daño cuando se contrata mediante internet ya que para muchos es mucho más rápido y fácil contratar por internet que de forma tradicional.

3.5.1. Compras y Ventas las 24 horas del día

Cuando una empresa vende a través del internet es importante que sepa que “este proceso nunca se detiene y que lo mejor que puede hacer es contratar o asignar a una persona” (Ruiz, 2012) o equipo para que estén a cargo de la página web de la empresa. Esto quiere decir que “las 24 horas del día la tienda está abierta, bien sea por que los compradores desean adquirir productos en horas de la noche” (Ruiz, 2012) o simplemente porque hay personas que no tienen tiempo para ir a la tienda física a comprar el producto. (Pachano Pesántez, 2013).⁴

Gracias a que uno puede estar conectado las 24 horas del día frente a una máquina, un teléfono celular o cualquier medio tecnológico con acceso a internet puede interrelacionarse con otra persona ya sea que está en la misma ciudad o al otro lado del mundo; de esta misma manera se puede contratar por el mismo medio ya que existen plataformas que permiten acceder todo el tiempo y a toda hora facilitando la vida del usuario.

3.5.2. Mayor Alcance

Por qué es un medio que se emplea lugares que uno no imagina y que es empleado con gran facilidad y es más está al alcance de todos los que libremente accedan a cualquier medio electrónico para contratar es que es una gran ventaja para ayudarnos a satisfacer algunas de nuestras necesidades que si bien es cierto no son primordiales, son para de nuestra rutina o del siempre hecho de ahorrar tiempo y dinero hacemos uso de esto. Por lo que se encuentra al alcance de todos haciendo de los medios eléctricos y la internet uno de los medios más utilizados en los últimos tiempos desde el más pequeño hasta el más grande.

3.5.3. No existen filas e espera para ser atendidos

Esta forma de contratación rompe una vez más las concepciones tradicionales del tiempo y el espacio, contratar mediante medio electrónico nos permite hacerlo desde la comodidad de la oficina, casa o donde uno se encuentre en lugar que menos uno se imagine puede contratar sin tener que hacer largas colas que entorpecen nuestro día a día. Es así que es una gran ventaja no tener que perder el tiempo haciendo largas colas para adquirir un producto.

3.5.4. Entregas a domicilio

La mayoría de usuarios opta por hacer compras por internet a medida que les facilita la vida, por la rapidez que este medio emplea, si bien es cierto no vemos el producto físico que compramos, pero nos ahorramos el transporte del mismo ya que llega a nuestra puerta sin tener mayor dificultad de transportarlo nosotros mismos.

3.5.5. Mejores precios

Esta es una gran ventaja ya que hablamos de la reducción de costos, engorrosos trámites y papeleos, aclaremos que ya sea persona natural o jurídica ofrecen sus productos o servicios mediante plataformas virtuales, encontrándose al uso constante de los usuarios, esto es lo que reduce los precios de los productos porque no se necesita una local comercial o costos de transporte, por lo que beneficiaría en mucho a los usuarios.

3.5.6. Comunicación inmediata entre contratantes

Existe una relación inmediata de comunicación entre los usuarios, con la que permite la interacción entre ambos si encontrar ninguna barrera u obstáculo que limite a los contratantes.

3.6. Desventajas de contratar vía electrónica

De la misma manera que existen ventajas tanto para los proveedores también las existen para los consumidores haciendo de esto un problema frecuente y grave para poder contratar sin tener dudas ni contradicciones que vayan a dañar o lesionar nuestros derechos como consumidores.

3.6.1. Desconfianza

Otra de las desventajas de la compra y venta de productos físicos a través del internet es “la falta de seguridad en los procesos de compraventa” y por ende genera una gran desconfianza entre los usuarios. Esto quiere decir que existen ciertos riesgos en el proceso de realizar una venta o una compra a través del internet. Para comenzar existe el riesgo de entregar información a través del internet. Un aspecto muy importante es “el carácter secreto de la información intercambiada, el usuario no tiene la certeza de que la persona con la que contrata

sea la persona la que brinda los datos le pertenezcan, muchas veces se corre el riesgo de contratar con personas que actúan de mala fe que valiéndose de artimañas lesionan o pretenden burlarse de la necesidad de los que emplean estos medios para contratar.

3.6.2. No conocer normas

Muchas personas no conocen las normas de seguridad para comprar en línea como por ejemplo “verificar que el URL del portal de compras al que están accediendo, contenga la letra S (https://), y que se refleje un candado en el rincón inferior izquierdo de la pantalla” (El Mercurio, 2012). Esto es muy importante ya que al tener la “S” de seguridad en el URL las personas pueden saber si se trata de un portal o un sitio web seguro. (Pachano Pesántez, 2013, pág. 34)

3.6.3. No puede ver ni probar el producto físico

El usuario puede ver la información del producto o productos que quiere adquirir en las plataformas que ofrecen dichos productos mediante algún medio electrónico, pero no puede probar el producto y tenerlo en sus manos antes de tomar una decisión. En ese sentido se puede decir que el consumidor no puede ver ni sentir el producto sino hasta el momento en el que lo recibe después de haber hecho la compra.

3.7. Obligaciones Generales

3.7.1. Obligación de información

Los proveedores (...) están en la obligación de informar a los suscriptores y al público en general de los certificados que expide, su nivel de confiabilidad y

las obligaciones que el suscriptor asume como usuario del servicio de certificación, así mismo, sobre la modificación o actualización de servicios incluidos en el alcance de su acreditación, la suspensión del servicio o revocación de los certificados por cualquier medio disponible, entre otros. Cuando la entidad omite la obligación de informar y que causa un daño por tal omisión, este le será imputable objetivamente siempre que se logre demostrar que el suscriptor, de haber conocido el riesgo que acaeció, hubiera desistido del servicio solicitado, pues solo en este se evidencia la relación directa entre la conducta omisiva del profesional y el daño causado (Pantaleón, 1990).

3.7.2. Obligación de confidencialidad

Las entidades de certificación están en la obligación de obligación de mantener en reserva o en secreto la información que el suscriptor suministra con ocasión del contrato. En consecuencia, las entidades deben garantizar la protección, confidencialidad y debido uso de la información suministrada; las condiciones de integridad, disponibilidad, confidencialidad y seguridad, de acuerdo con los estándares técnicos nacionales e internacionales vigentes. (Torres Torres, 2018, p. 57)

3.8. Obligación de seguridad

La obligación de seguridad está dirigida a proporcionar seguridad jurídica a las transacciones comerciales por vía electrónica, pues la entidad de certificación actúa como tercero de confianza, para lo cual la Ley le atribuye importantes facultades de certificación técnica de los mensajes de datos y de la identidad de las personas que los generan y reciben. La exigencia de seguridad genera para las entidades de certificación desde el punto de vista profesional una mayor prudencia en el desarrollo de sus

actividades y encuentra su fundamento esencialmente en la diferencia no solo de conocimientos técnicos entre la entidad de certificación y el suscriptor o el tercero que confía en sus certificados, sino en la diferencia de capacidad tecnológica y económica entre unos y otros. (Torres Torres, 2018, p. 58)

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente capítulo se realizará el análisis de un caso en concreto y también el análisis de las encuestas realizadas que han ido dirigidas a la protección de los consumidores buscando con esto salvaguardar sus derechos de acorde a la ley.

4.1. Descripción de los Casos estudiados

Los casos estudiados nos dejan la noción clara de la postura a la que se dé mayor importancia al consumidor en una relación de consumo electrónico y directamente consumidores que hayan realizado contratos electrónicos, el propósito del estudio y comparación de resoluciones es cuál es su postura frente a lo analizado y estudiado a lo largo de la tesis. La relevancia que tiene el estudio de la presente tesis respecto al tema de contratación electrónica y la seguridad jurídica que brinda nuestra Ley de Protección y Defensa del consumidor; Pues de esta manera se dará a conocer la opinión que las respecto a la propuesta legislativa que se plantea en la investigación ya que es un tema de suma importancia en nuestra sociedad.

4.2. Síntesis de la primera Resolución Analizada

Expediente: Expediente N° 2046-2013/PS3

Interesado: (el señor cruz)

Denunciado: Linio Perú S.A.C.

Materias: protección al consumidor idoneidad

Actividad: telecomunicaciones

FUNDAMENTOS	
INTERESADO	DENUNCIADO
<p>1. El señor Cruz el 5 de diciembre de 2013, a través de la página web de Linio, adquirió un control remoto LG, por un valor de 21,71; al día siguiente, compro el libro “El club de la muerte” por el valor de S/ 5,00.</p> <p>2. Dentro de las condiciones de entrega de los productos señalados en la página web, se ofrecía que la opción de recojo en oficinas sería en un menor tiempo que el delivery, el cual demoraría de 3 a 5 días hábiles, por lo que, eligió la opción de la entrega en oficinas.</p> <p>3. Pese a lo anterior, y luego de ejecutar el pago de los dos productos, apareció un texto informando que el envío sería dentro de 6 días hábiles.</p> <p>4. Luego, al comunicarse con linio mediante su página de Facebook, el 6 de diciembre 2013, el proveedor le indico que el tiempo de la entrega sería en 7 días útiles.</p> <p>5. El 10 de diciembre de 2013, volvió a comunicarse con Linio; sin embargo, le manifestó que efectuaría la entrega hasta el 16 de diciembre de 2013.</p> <p>6. El 13 de diciembre de 2013, registro su reclamo en el Libro de Reclamaciones virtual del proveedor, indicando que sus anuncios lo indujeron</p>	<p>1. Pese a no haber notificado a Linio de la denuncia, no ha cumplido con prestar descargos.</p> <p>2. El art. 223° de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, señala que vencido el plazo para que el reclamado conteste la denuncia se le considera en rebeldía, por lo que configura una presunción relativa de veracidad sobre el denunciado, conforme al art. 461° del Código.</p>

a error. Al día siguiente, Linio contestó informando que se comunicaría con él; sin embargo, ello no sucedió.

7. El señor Cruz solicitó que se entregue los productos adquiridos, que se retire el anuncio que induce a error, y la modificación de las condiciones de entrega. Asimismo, solicitó el pago de costas y costos procesales.

CRITERIOS PARA RESOLVER:

El órgano resolutorio toma en cuenta los hechos y medios probatorios acorde con La Ley de 29571, Código de Protección y Defensa del consumidor, medidas correctivas que establecen la facultad que tiene Indecopi para adoptar medidas correctivas:

- 1) Falta de respuesta a un reclamo interpuesto por el señor Cruz en el libro de Reclamaciones de Linio, en el cual se tipificó como una infracción al artículo 24. 1° del Código.
- 2) El artículo 150° del Código, que regula la obligación de un proveedor de contar con un libro de reclamaciones en su establecimiento.
- 3) El artículo 6° del D.S. N° 011-2011 PCM, Reglamento de Libro de Reclamaciones, establece la obligación de los proveedores de dar respuesta a los reclamos que se interpongan a través del medio, en el plazo de 30 días calendario.
- 4) Página web WWW.linio.com.pe, en la que se publica como compromiso de entrega que Linio realiza la entrega de los pedidos en el plazo de 3 a 5 días hábiles, en Lima, contados desde el momento de la fecha de compra.

Por lo que en pro de tener mayor seguridad jurídica a los consumidores y respetando a la normatividad, se tienen en cuenta que la inseguridad que dan las páginas de internet para contratar pone en un estado vulnerable al consumidor y la Ley aun no es suficiente.

DISCUSIÓN:

Ordenar a Linio Perú S.A.C. que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente Resolución, cumpla con entregar al señor Cruz el control remoto marca LG y el libro “El Club de la Muerte”, adquiridos vía operación electrónica y de conformidad con las órdenes de pedidos generadas.

4.3. Síntesis de la Segunda Resolución Analizada

Expediente : Expediente N° 1050-2016/CC2

Denunciante: “La señora”

Denunciados: “Easy Taxi” y “el señor”

Materia: Protección al Consumidor Idoneidad

Medidas correctivas

FUNDAMENTOS DE HECHO	
DENUNCIANTE	DENUNCIADO
<p>1. El 17 de noviembre de 2015 “la señora” interpuso una denuncia en contra de Easy Taxi, por presunta infracción a la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.</p> <p>2. El 15 de noviembre de 2015, mediante la aplicación de la denunciada, contrató el servicio de taxi,</p> <p>3. El conductor intentó comunicarse utilizando la aplicación, sin éxito.</p> <p>4. Por tal motivo envió un mensaje de texto al número telefónico indicado en la aplicación, solicitando reportara su llegada;</p> <p>5. Inmediatamente después, el conductor se contactó con ella vía telefónica, utilizando otro número</p>	<p>1. La aplicación consiste en conectar y/o geolocalizar a los Usuarios Pasajeros que han descargado la aplicación en su Smartphone con un Usuario conductor que se encuentra geográficamente ubicado cerca a la ubicación satelital del Smartphone del Usuario Pasajero, utilizando para ello el sistema de GPS y la conexión a internet con que cuenta el celular;</p> <p>2. Una vez que el Usuario Pasajero es ubicado y acepta la solicitud de viaje, la aplicación Easy Taxi le brinda al Usuario Pasajero la información y datos del Usuario Conductor, placa, marca y modelo de vehículo del Usuario Conductor que acepto la solicitud de viaje, para que el Usuario</p>

<p>telefónico, logrando ubicarla, y procedió a brindarle el servicio con normalidad;</p> <p>6. No obstante, ese mismo día recibió una llamada del número telefónico del conducto, registrado en la aplicación de la denuncia, y luego mensaje de texto;</p> <p>7. Inmediatamente después, en tanto no había brindado respuesta, recibió tres llamadas consecutivas del mismo número telefónico, lo que considero un acto de acoso;</p> <p>8. se contactó con el denunciado a través de la página de Facebook, solicitando el libro de Reclamaciones Virtual y realizo una denuncia pública mediante la referida red social;</p> <p>9. el denunciado le indicó que no contaba con un proceso virtual y le brindo una dirección distinta a la que indica en el documento denominado “Términos y Condiciones” de uso de la Aplicación, para que presente su reclamo, lo que le generó desconfianza; y</p> <p>10. El denunciado le brindo una respuesta en la página de Facebook de la denunciante, precisando que la persona que había realizado las llamadas y envió el mensaje de texto fue la pareja del conductor motivada por los celos.</p>	<p>Pasajero decida aceptar los servicios que ofrece el Usuario Conductor;</p> <p>3. El aplicativo no tiene ningún costo para el Usuario Pasajero;</p> <p>4. El servicio de transporte a los Usuarios Pasajeros es que se contactan por medio del aplicativo con los Usuarios Conductores para que presten el servicio de transportes a título personal y de forma libre;</p> <p>5. El usuario Pasajero acepta los términos y condiciones de uso de la aplicación y del servicio que se prestara a través de la aplicación.</p> <p>6. La aplicación avisa al usuario conductor geolocalizado ha llegado a la ubicación para dar inicio al servicio que se presta a través del aplicativo.</p> <p>7. La decisión final de abordar el vehículo o de contar con los servicios de transportes es una potestad exclusiva del usuario pasajero;</p> <p>8. Los datos de ambos usuarios son intercambiados para que se logre con éxito el proceso;</p> <p>9. Este intercambio ocurre con la finalidad de que en caso exista algún imprevisto para la llegada dl Usuario Conductor, este tenga a posibilidad de comunicarse y solicitar referencias del lugar señalado por el Usuario Pasajero;</p> <p>10. Una de las condiciones esenciales que se encuentran en los términos y conducciones, es que ambos usuarios</p>
--	--

	<p>permitan el intercambio de sus datos de contacto al interior de la comunidad de usuarios;</p> <p>11. Cuenta con un Libro de Reclamaciones de naturaleza física en las oficinas administrativas de Easy Taxi; asimismo, se pone a disposición de quien lo solicite un número de contacto, correos electrónicos y otras formas permitidas para dar respuesta a los usuarios; y,</p> <p>12. No corresponde contar con un libro de Reclamaciones Virtual ya que el ofrecimiento del servicio se realiza mediante un aplicativo, no mediante una página web.</p>
--	--

CRITERIOS PARA RESOLVER:

El órgano resolutorio sostiene la responsabilidad de Easy Taxi, teniendo los siguientes criterios:

- a. El artículo 50 del Código se establece la obligación que tienen los establecimientos comerciales de contar con libro de reclamaciones cuya implementación y puesta en práctica se debe realizar de conformidad con las condiciones, supuestos y especificaciones contempladas en el Reglamento.
- b. La normativa de protección al consumidor dispuso que, desde abril de 2014, los proveedores que se encuentran en el ámbito de aplicación del Código y el Reglamento implementan el Libro de Reclamaciones virtual, por lo que, a partir de esa fecha existía la obligación de cumplir con lo dispuesto por las referidas normas.
- c. Por otro lado, el artículo 3° del Reglamento del Libro de Reclamaciones establece que un proveedor virtual es aquel que establece una relación de consumo a través de su página web.
- d. En este sentido, está obligada en contar con un libro de Reclamaciones de manera virtual aquellos proveedores que mediante sus páginas web efectúan actividades comerciales; siendo que, en el presente caso Easy Taxi de la revisión de su página web no

realiza ninguna actividad comercial mediante este medio; sino que, de acuerdo a lo antes mencionado analizado su servicio se realiza mediante el aplicativo que es descargado en un celular.

e. Responsabilidad del Usuario Conductor; la comisión considera que no es idóneo que un Usuario conductor envíe este tipo de mensaje de texto o realice llamadas al usuario Pasajero después de haber realizado el servicio de taxi; asimismo, que utilice la información del Usuario Pasajero de manera adecuada.

f. Finalmente, el mensaje no guarda relación con el servicio prestado, por lo contrario, representa un acto de acoso en contra de la denunciante.

g. Sobre la responsabilidad de Easy Taxi; Beneficio ilícito, por no haber implementado los mecanismos de seguridad pertinentes para que no se haga mal uso de la información de la denunciante; probabilidad de detención, es baja ya que los consumidores normalmente confían en el proveedor; Daño al consumidor, a consecuencia de la conducta infractora se generó un daño a la denunciante.

h. Por presunta infracción a los artículos 18° y 19° de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto el proveedor denunciado no habría implementado las medidas de seguridad necesarias para proteger los datos personales de la denunciante (número telefónico), pese a que lo ofreció en el documento denominado “Términos y Condiciones de Uso”, lo que habría originado que el conductor que le prestó el servicio de taxi le enviara posteriormente mensajes de texto y realizara llamadas telefónicas.

DISCUSIÓN:

Después de analizar los fundamentos, se resuelve con ordenar a Easy Taxi, en calidad de medida correctiva, que en el plazo de 15 días hábiles cumpla con tomar medidas necesarias para cautelar el uso adecuado de la información de los Usuarios Pasajeros; sancionar al conductor con una amonestación; con lo que queda acreditada la culpabilidad y la serie de irregularidades con las que se llevó a cabo la relación de contratar mediante el servicio de Easy Taxi.

4.4. Síntesis de la Tercera Resolución Analizada

Expediente: 1320-2015/PS3

Autoridad: Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al

Consumidor N° 3 (OPS3)

Interesado: Señor “Morales”

Denunciado: Digital

Materias: procedimiento administrativo sancionador

Deber de idoneidad

Medidas correctivas

FUNDAMENTOS DE HECHO	
INTERESADO	DENUNCIADO
<p>1. Mediante resolución N° 1 de fecha 21 de diciembre de 2015, el OPS3 inicio procedimiento administrativo sancionador contra Digital por presunta infracción lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor;</p> <p>2. Digital no habría cumplido con entregar al señor Morales una lavadora, una casaca, una licuadora y una cámara fotográfica que fueron adquiridas a través de su portal web, pese a que canceló el importe correspondiente a cada uno de ellos, sin brindarle solución adecuada.</p> <p>3. Habría pretendido inicialmente devolver al interesado el dinero cancelado por la compra de los productos y</p>	<p>1. En la página web se encuentran las condiciones de uso y disposición de los productos que se comercializan, donde se especifica que los bienes se sujetan a disponibilidad del stock, por lo que el agotarse, debido a su gran demanda, se informó dicha situación al cliente y se le ofreció la devolución del dinero de las compras no procesadas.</p> <p>2. Con finalidad de mantener fidelidad del cliente y dar solución a su reclamo, ofreció la devolución del dinero pagado por las compras no procesadas, y de forma excepcional entrega una gif card, con la cual podría acceder a un descuento del 10 % en su próxima compra, obteniendo la negativa</p>

<p>entregarle un <i>gift card</i> de 10% de descuento aplicable a su siguiente compra;</p> <p>4. Sin embargo, dicho descuento solo es válido por el monto de S/. 100,00, siendo que luego ofreció entregarle una <i>gif</i> de S/. 300,00 de descuento; pero los referidos descuentos no cubrían el beneficio otorgado en la compra de los productos que no fueron entregados, que ascendieron a S/. 1167,30.no cubrían el beneficio otorgado en la compra.</p>	<p>del mismo, ya que para el consumidor no compensaba los descuentos a los cuales hubiera accedido de procesarse su compra. No obstante, en una segunda oportunidad reiteró la devolución del monto pagado por las compras no procesadas y adicionalmente la entrega de la <i>gift card</i> por el monto de S/. 300,00 para ser utilizado en próxima compra, obteniendo nuevamente la negativa del consumidor.</p> <p>3. El 5 de junio de 2015, el consumidor realizo tres compras, por lo que días después se puso en contacto para comunicarle que considerando la gran demanda de los productos ofrecidos se agotó el stock de los mismos, por lo cual su compra no se procesó, razón por la cual procedería con la devolución del dinero pagado por las compras no procesadas.</p>
<p>CRITERIOS PARA RESOLVER:</p> <p>El órgano resolutorio toma en cuenta los siguientes criterios:</p> <p>a) Marco legal general:</p> <p>El artículo 65° de la Constitución Política del Perú establece que, en el marco de una economía social de mercado, es deber del Estado defender el interés de los consumidores y usuarios, debiendo garantizar el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado, así como su salud y seguridad</p> <p>El artículo 19° del Código⁴ establece que los proveedores responden por la calidad e idoneidad de los productos y/o servicios que ofrecen en el mercado. De acuerdo con el artículo 18° del Código⁵ se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto y/o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso. La idoneidad es evaluada en función a</p>	

la propia naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para satisfacer la finalidad para la cual ha sido puesto en el mercado.

b) Comercio electrónico en materia de protección al consumidor:

El comercio electrónico está referido a toda transacción de productos o servicios entre un proveedor y un consumidor, los cuales se relacionan a través de un soporte tecnológico, como, por ejemplo, un medio electrónico de comunicación a distancia.

En tal sentido, dado el avance de las tecnologías de información y comunicación (TIC)⁶, así como el uso de éstas para realizar operaciones que faciliten el comercio y reduzcan los costos de transacción asociados (v.gr. compras por Internet y por *smartphone*), es necesario afianzar un marco de tutela en materia de protección al consumidor que, en el caso de los OPS, garantice un control ex-post de dicho sistema y genere incentivos para su confiabilidad, basada en la transparencia de la información sobre las condiciones del servicio y el cumplimiento de las ofertas conforme a la información recibida por los usuarios, esto es, la satisfacción de las legítimas expectativas de los consumidores que emplean las TIC para concretar acciones de comercio electrónico.

Si bien en nuestro país no existe un marco normativo especial en materia de comercio electrónico en el consumo, se advierte la suscripción de tratados comerciales en el que es mencionado de forma general, por ejemplo, el Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos, así como la emisión de algunas normas generales al respecto, tales como, la Ley N° 27269, Ley de Firmas y certificados digitales; la Ley N° 27291, Ley que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios electrónicos para la comunicación de la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica y; la Ley N° 28493, Ley que regula el uso del correo electrónico comercial no solicitado (Spam), razón por la cual, este Órgano Resolutivo considera que en los casos de infracciones relativas a transacciones fruto del comercio electrónico, deberá emplearse, en caso de falta de regulación especial, los criterios empleados para el comercio común, sin dejar de lado las características especiales que presentan dichas operaciones, tales como, la particular forma de aceptación de los términos de la contratación, la rapidez de las transacciones y el tratamiento de la información sensible del usuario del servicio, lo cual se analizará en cada caso en concreto.

En virtud de lo antes anotado, en la relación generada entre proveedor y consumidor en el comercio electrónico de bienes y servicios, el consumidor deposita mayor confianza en el proveedor que en otras relaciones de consumo comunes, toda vez que, no tendría un

contacto directo con el proveedor ni con los bienes materia de transacción, y además las operaciones concretadas a distancia son generadas a través de los soportes tecnológicos del proveedor, por lo cual, una afectación al mercado electrónico acarrearía una mayor afectación no sólo a las expectativas del consumidor, sino también a la confianza depositada por parte de aquél en este sistema; siendo que ello, ocasionaría un desincentivo para seguir empleándolo.

c) Presunta infracción a analizar: sobre la entrega de los productos adquiridos mediante página web de Digital:

De la revisión de los medios probatorios que obran en el expediente, se corrobora que el señor Morales mediante la página web de Digital adquirió una (1) lavadora, una (1) casaca, una (1) licuadora y una (1) cámara fotográfica, recibiendo la confirmación de su operación por medio de correo electrónico; no obstante, no le enviaron los productos solicitados.

En ese sentido, conforme lo precisa la regla de la carga de la prueba, correspondía al denunciado a fin de ser eximido de responsabilidad, demostrar que cumplió con dicha entrega, o que no lo hizo por causas no imputables a él, esto es, por caso fortuito o fuerza mayor, por hecho determinante de un tercero o por la imprudencia del propio consumidor. En razón de lo expuesto, el OPS3 considera que corresponde declarar responsable en este extremo del procedimiento a Digital por infracción del artículo 19° del Código, toda vez que se ha acreditado que no cumplió con la entrega de los productos solicitados por el interesado, pese a que se confirmó la compra y se había realizado el pago.

d) Medida correctiva:

En el artículo 114° del Código se establece que, sin perjuicio de la sanción administrativa que corresponda al proveedor por una infracción a las normas de este, el Indecopi puede dictar, en calidad de mandatos, medidas correctivas reparadoras y complementarias y el art. IX de su Título Preliminar, el Juzgador en todas las medidas.

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

e) Sobre la entrega de los productos adquiridos mediante página web de Digital:

Daño resultante de la infracción: se ha producido un daño particular al señor Morales, toda vez que se frustraron sus expectativas de uso y disfrute de los productos adquiridos mediante la tienda virtual de Digital, pues a pesar de haber pagado su valor, los mismos no fueron entregados cancelándose la compra.

Efectos generados en el mercado: conductas como la verificada en el presente caso, merman la confianza que tienen los consumidores al contratar con proveedores que ofrecen este tipo de bienes en el mercado electrónico. En tal sentido, se podría generar una percepción distorsionada de que los proveedores que operan en el mercado electrónico cancelan las compras realizadas por falta de stock, ocasionando una desconfianza en el sistema empleado, ya que pese a comprometerse a entregar un producto, no cumplen con lo ofrecido.

Probabilidad de detección: para detectar la infracción a las normas de protección al consumidor en la que venía incurriendo la denunciada, un consumidor tuvo que verse afectado; siendo que, de no haber acudido ante esta autoridad administrativa a denunciar el hecho, este Órgano Resolutivo no hubiera podido tomar conocimiento de la infracción y poder así cautelar los derechos del interesado, por lo que tiene una probabilidad de detección relativamente alta.

Gravedad de la infracción: la anulación del pedido y en consecuencia, el incumplimiento de entrega del producto por parte del denunciado, afectó la confiabilidad que tenía el consumidor en el mercado electrónico de bienes; razón por la cual, la infracción detectada constituye una afectación grave a los derechos que tiene el señor Morales como consumidor y al mercado electrónico de bienes y servicios, ya que desincentiva su empleo.

DISCUSIÓN:

Cumplido a favor del señor Morales que Digital Cumpla con devolver al Morales la suma ascendente a S/. 2 779,20 correspondiente al monto pagado por los productos que no fueron entregados, en un plazo de cinco (5) días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada la presente resolución. La resolución nos da un nuevo concepto de la normativa nacional en nuestro país y el empleo a casos que deberían ser más precisos en cuanto se protejan los derechos del consumidor en una contratación electrónica y para que las empresas o personas que brindan servicios a través de plataformas virtuales brinden mayor seguridad mediante su página web.

4.5. Síntesis de la Cuarta Resolución Analizada

Expediente : 1725-2013/PS3

Denunciado : Teledistribución S.A.C (teleticket)

Denunciante : Carlos Fernando Céspedes Bustamante

Materia : Protección al consumidor idoneidad deber de información medida correctiva graduación de la sanción costas y costos

FUNDAMENTOS DE HECHO	
El 24 de octubre de 2013, el señor Céspedes denunció a Teleticket por presuntas infracciones de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. El 24 de octubre de 2013, el señor Céspedes denunció a Teleticket por presuntas infracciones de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.	
Denunciante	Denunciado
8. Que el 17 de abril de 2013, adquirió con su tarjeta de crédito Visa Interbank, a través del sitio web de Teleticket, una entrada para el concierto de Silvio Rodríguez, por el valor de S/. 358,40.	3. Que es cierto que el denunciante habría adquirido una entrada para el concierto Silvio Rodríguez por el valor de S/. 358.40.
9. Que, al realizar varios intentos de compra, debido a las deficiencias del sistema de la página web, recibió un aviso de operación concluida con éxito, comprobando en su buzón de correo electrónico la confirmación de la compra; es así que, el 19 de abril de 2013 se dirigió a un módulo de Teleticket a recoger su entrada.	4. Que, es cierto que el denunciante al realizar varios intentos adquirió dos entradas con diferente número de compra.
10. , Que notó en el estado de cuenta el 8 de junio de 2013 de su tarjeta de crédito que se habían cargado dos importes por la adquisición de dos entradas, por la suma de S/. 358,40 cada uno, siendo que el Banco le informó que ello era responsabilidad de Teleticket.	

<p>11. Que al formular su reclamo de forma verbal a Teleticket el 10 de junio de 2013, éste le informó que había realizado dos reservas de compra, las cuales tenían un código independiente. En ese momento presentó su reclamo a través del Libro de Reclamaciones de la denunciada.</p> <p>12. Si bien generó dos operaciones de compra, ello se debió a un error generado por el deficiente sistema de compras por internet de Teleticket, siendo que la denunciada no emitió un aviso de operación concluida con éxito o un mensaje de confirmación en su buzón de correo electrónico por la otra operación, situación que le hizo creer que había adquirido una única entrada. Asimismo, al acercarse a recoger su entrada, Teleticket no le informó sobre la existencia de la otra entrada presuntamente adquirida.</p> <p>13. La denunciada le indicó que no podía anular dicha compra, pues su reclamo no había sido realizado de forma oportuna, situación que sería atribuible a Teleticket, en tanto su sistema presentaría las deficiencias antes mencionadas.</p>	
<p>CRITERIOS PARA RESOLVER: El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al consumidor declara lo siguiente:</p> <p>5) Declarar fundada la denuncia presentada por el señor Carlos Fernando Céspedes Bustamante contra Teledistribución S.A. por infracción del artículo 19° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, sancionándola con una multa de dos (2) Unidades Impositivas Tributarias.</p> <p>6) Declarar infundada la denuncia presentada por el señor Carlos Fernando Céspedes Bustamante contra Teledistribución S.A. por infracción del artículo 2.1° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.</p> <p>7) Ordenar a Teledistribución S.A., como medida correctiva, que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada la presente resolución, cumpla con devolver al señor Carlos Fernando Céspedes Bustamante los S/.</p>	

358,40 correspondientes al valor de la entrada materia de denuncia, así como los intereses generados por el cargo de dicho importe en el estado de cuenta de su tarjeta de crédito, hasta la fecha en que se haga efectiva dicha devolución.

8) Informar a las partes que la multa impuesta deberá ser abonada en la Tesorería del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI o a través de depósitos en cuenta. El monto de la multa impuesta será rebajado en 25% si la denunciada consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

9) Ordenar a Teledistribución S.A. que cumpla con pagar al señor Carlos Fernando Céspedes Bustamante las costas y costos del procedimiento; disponiendo que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente resolución, cumpla con el pago de las costas de esta instancia ascendente a S/. 36,00, sin perjuicio del derecho del interesado de solicitar la liquidación de los costos una vez concluida la instancia administrativa. La evaluación de las solicitudes de liquidación estará a cargo del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos competente.

10) Informar a las partes que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto por el numeral 3.3 de la Directiva N° 004-2010/DIR-COD-INDECOPI, contra lo dispuesto por la presente jefatura procede el recurso impugnativo de apelación.

11) Disponer la inscripción de Teledistribución S.A. en el Registro de Infracciones y Sanciones del INDECOPI, una vez que la resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119°23 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

DISCUSIÓN: Estamos de acuerdo con la decisión tomada por el órgano correspondiente al declarar fundada el pedido del denunciante; ya que la parte denunciada habría cobrado indebidamente al denunciante el monto de S/. 358,40 por una entrada que éste no había reservado o adquirido, vía su página web, lo cual involucraría una afectación a las expectativas del consumidor, y el cual fue notificado correctamente sin presentar sus descargos correspondientes.

4.6. Síntesis de la Quinta Resolución Analizada

Expediente : N° 0126-2016/PS3

Denunciante : David Eduardo Hidalgo Valdivia.

Denunciado : Tiendas por departamento Ripley S.A.

Materia : Procedimiento administrativo sancionador deber de idoneidad medida correctiva graduación de la sanción costas y costos del procedimiento

FUNDAMENTOS DE HECHO	
Mediante Resolución N° 1 de fecha 15 de marzo de 2016, el OPS3 inició un procedimiento administrativo sancionador en contra de Ripley por presuntas infracciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código), señalando lo siguiente:	
DENUNCIANTE	DENUNCIADO
<p>1. Que el señor David Eduardo Hidalgo Valdivia compro un centro de entretenimiento Rack New Mile TV46 y un set de cuchillos Ultrack que no se encontraban en stock a tiendas por departamento Ripley S.A.</p> <p>2. Que no habría cumplido con entregar los productos adquiridos por el señor David Eduardo Hidalgo Valdivia dentro de la fecha pactada; es decir, a más tardar el 14 de octubre de 2015.</p> <p>3. Que Tiendas Ripley no habría cumplido con devolver al señor David Eduardo Hidalgo Valdivia el íntegro del importe pagado por la compra de los productos que no fueron entregados, así como tampoco el dinero gastado por concepto de movilidad y transporte a su domicilio.</p> <p>4. Indicó que no es cierto que desde el 22 de diciembre de 2015 se presentaron reclamos, pues con</p>	<p>1. Que si es cierto que Tiendas Ripley habría realizado la venta de un centro de entretenimiento Rack New Mile TV 46 y un set de cuchillos Ultrack.</p> <p>2. Que mediante carta de fecha 5 de enero de 2016, cumplió con brindar respuesta al reclamo presentado, en donde se le ofreció la devolución del monto pagado.</p> <p>3. Que Devolvió con fecha 29 de diciembre de 2015 el monto de S/. 270,73 y S/. 270,13.</p>

<p>fecha del 22 de octubre de 2015 efectuó reclamos vía telefónica.</p> <p>5. Negó que se haya devuelto el dinero el 29 de diciembre de 2015, la primera devolución de S/. 270,73 se tramitó el 30 de diciembre de 2015, dinero que se descontó recién en el estado de cuenta del mes de enero de 2016; así también el monto de S/. 11,00 se tramitó su devolución el 30 de marzo de 2016, siendo descontado del estado de cuenta recién en el mes de abril de 2016; y por último el monto de S/. 140,87 del cual se tramitó su devolución el 30 de marzo de 2016, pero recién es descontado del estado de cuenta del mes de abril de 2016.</p> <p>6. Ripley no le brindó solución a su reclamo antes de que presentara su denuncia.</p> <p>7. Preciso que la devolución del dinero fue a consecuencia de la anulación de compra que se realizó</p>	
---	--

CRITERIOS PARA RESOLVER:

El órgano resolutorio de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor resuelve teniendo los siguientes criterios:

a) Sancionar a Tiendas por Departamento Ripley S.A. con 0,50 Unidades Impositivas Tributarias³² por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado que vendió al señor David Eduardo Hidalgo Valdivia un centro de entretenimiento Rack New Mile TV46 y un set de cuchillos Ultrack que no se encontraban en stock.

b) Sancionar a Tiendas por Departamento Ripley S.A. con 0,50 Unidades Impositivas Tributarias por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado que no cumplió con entregar los productos adquiridos por el señor David Eduardo Hidalgo Valdivia dentro de la fecha pactada; es decir, a más tardar el 14 de octubre de 2015.

c) Sancionar a Tiendas por Departamento Ripley S.A. con 0,50 Unidades Impositivas Tributarias por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado que no

cumplió con devolver al señor David Eduardo Hidalgo Valdivia el íntegro del importe pagado por la compra de los productos que no fueron entregados, así como tampoco el dinero gastado por concepto de movilidad y transporte a su domicilio.

d) Ordenar a Tiendas por Departamento Ripley S.A. como medida correctiva que cumpla con extornar a la tarjeta de crédito del señor David Eduardo Hidalgo Valdivia el monto generado por los intereses, comisiones, gastos u otros a causa del pago de S/. 422,60 realizado por la compra de los productos que no le fueron entregados, en un plazo de cinco (5) días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada de la presente resolución

e) Que las multas deberán ser abonadas en la Tesorería del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi o a través de depósito en cuenta. Las multas serán rebajadas en 25% si la denunciada consiente la presente resolución y procede a cancelarlas en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles, conforme a lo establecido en la Ley N° 29571.

f) Ordenar a Tiendas por Departamento Ripley S.A. el pago de costas y costos del procedimiento; disponiendo que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles

g) Informar a las partes que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa.

DISCUSIÓN:

Creemos que la decisión tomada por el órgano correspondiente es la correcta ya que Tiendas Por Departamento Ripley S.A no cumplió con la entrega de los productos comprados por el denunciante infringiendo la ley de protección al consumidor.

4.7. Síntesis de la Sexta Resolución Analizada

Expediente : 876-2015/PS3

Denunciante : Iocef Valencia Atauje

Denunciado : Linio Perú S.A.C.

Materia : Procedimiento Administrativo Sancionador deber de Idoneidad
Medidas Correctivas Graduación de la Sanción Costas y Costos del
Procedimiento.

FUNDAMENTOS DE HECHO	
<p>Mediante Resolución N° 1 de fecha 29 de septiembre de 2015, el OPS inició un procedimiento administrativo sancionador contra Linio por presuntas infracciones a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código), señalando como hechos imputados los siguientes:</p>	
DEMANDANTE	DEMANDADA
<p>5. Que el señor Valencia realizo una compra de una vitrocerámica de inducción 4 zonas con terminación premium PIL875N14E color negro marca Bosh, una vitrocerámica Dúo PKF375N14E color negro marca Bosch (orden de pedido 204592722); una cocina de cuatro quemadores PRO 6550 color Plateado marca Bosch (orden de pedido 207192722); dos lavadoras compacta serie 6 Avantixx 7Kg Ascenta color Blanco marca Bosch (orden de pedido 201392722), incumpliendo con la entrega de los mismos, sin brindarle una solución.</p> <p>6. Que Linio canceló unilateralmente la compra del señor Valencia.</p>	<p>4. Que, es cierto que el señor Valencio realizo una compra por el portal web de LINEO.</p> <p>5. Que el 23 y 24 de marzo de 2015, se comunicó al cliente por medio de un correo electrónico que por una inconsistencia de su portal web se publicó que los productos adquiridos tenían el precio errado de S/. 2,00 cuando el precio de real era distinto, detallando el precio real de los mismos. Asimismo, se le indicó que se procedería a cancelar las órdenes de compra y a entregarle un cupón, en estricta atención a sus Políticas de Atención y Satisfacción al Cliente.</p> <p>6. Que el 7 de abril de 2015, asistió a una Audiencia de Concilios ante el reclamo que el cliente interpuso en Servicio de Atención al Ciudadano de Indecopi, mediante el cual se</p>

<p>7. Linio no cumplió con comunicarse con el consumidor dentro del plazo de acuerdo a los términos y condiciones informados en su portal.</p>	<p>llegó a un acuerdo parcial, en tanto, se reembolsó todas las compras realizadas.</p>
--	---

CRITERIOS PARA RESOLVER:

El órgano resolutorio de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor resuelve con los siguientes criterios:

e) Sobre el deber de idoneidad

El artículo 19° del Código establece que los proveedores responden por la calidad e idoneidad de los productos y/o servicios que ofrecen en el mercado. De acuerdo con el artículo 18° del Código⁵ se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe.

f) Sobre los precios irrisorios

Nos encontramos en una economía social de mercado, la autoridad no puede determinar si un precio resulta “razonable” o no, aún cuando pudiera encontrarse por debajo del costo del bien ofertado, pues se entiende que para que una oferta sea lanzada al mercado, ha sido cuidadosamente estudiada y validada por el proveedor de manera previa, dado que cuenta con mecanismos logísticos y humanos para ello.

Teniendo en cuenta todos estos puntos, en el presente caso se ha demostrado:

PRIMERO: Sancionar a Linio Perú S.A.C. con Una (1) Unidad Impositiva Tributaria por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que canceló unilateralmente la compra de una (1) vitrocerámica de inducción 4 zonas con terminación premium PIL875N14E color negro marca Bosh efectuada por el señor Iocef Valencia Atauje, sin cumplir con su entrega.

SEGUNDO: Sancionar a Linio Perú S.A.C. con Una (1) Unidad Impositiva Tributaria por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que canceló unilateralmente la compra de una (1) vitrocerámica Dúo PKF375N14E color negro marca Bosch efectuada por el señor Iocef Valencia Atauje, sin cumplir con su entrega.

TERCERO: Sancionar a Linio Perú S.A.C. con Dos (2) Unidades Impositivas Tributarias por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de

Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que canceló unilateralmente la compra de una (1) cocina de cuatro quemadores PRO 6550 color Plateado marca Bosch efectuada por el señor Iocef Valencia Atauje, sin cumplir con su entrega.

CUARTO: Sancionar a Linio Perú S.A.C. con Tres (3) Unidades Impositivas Tributarias por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que canceló unilateralmente la compra de dos (2) lavadoras compacta serie 6 Avantixx 7Kg Ascenta color Blanco marca Bosch efectuada por el señor Iocef Valencia Atauje, sin cumplir con su entrega.

QUINTO: Sancionar a Linio Perú S.A.C. con una Amonestación por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que ante la cancelación de las compras efectuadas por el señor Iocef Valencia Atauje, no cumplió con comunicarse con el consumidor dentro del plazo de acuerdo a los términos y condiciones informados en su portal.

SEXTO: Ordenar Linio Perú S.A.C., como medida correctiva lo siguiente: - Cumpla con entregar al señor Iocef Valencia Atauje los productos adquiridos dentro del plazo de cinco (5) días hábiles de notificada la presente Resolución; o, de no ser posible, cumpla con entregar productos de similares características al consumidor; para lo cual deberá coordinar en el plazo de cinco (5) hábiles con el señor Valencia a fin de que éste manifieste su conformidad respecto de los productos; y, luego en el plazo de cinco (5) días de manifestada dicha conformidad cumplir con la entrega de los nuevos productos. Para ello Linio Perú S.A.C., deberá acreditar el cumplimiento de la medida correctiva ordenada ante este Órgano Resolutivo en el plazo máximo de cinco (5) días, contado a partir del vencimiento del plazo otorgado en el párrafo precedente, bajo apercibimiento de imponer una multa coercitiva por incumplimiento de mandato, conforme a lo señalado en el artículo 117° del Código de Protección y Defensa del Consumidor. SÉPTIMO: Informar a Linio Perú S.A.C. que las multas deberán ser abonadas en la Tesorería del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi o a través de depósito en cuenta³¹. Las multas serán rebajadas en 25% si el denunciado consiente la presente resolución y procede a cancelar las mismas en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de

la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113° de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

OCTAVO: Ordenar a Linio Perú S.A.C. el pago de las costas y costos del procedimiento; disponiendo que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de la notificación de la presente Resolución, cumpla con el pago de las costas de esta instancia ascendente a S/. 36,00, sin perjuicio del derecho del señor Iocel Valencia Atauje de solicitar la liquidación de los costos una vez concluida la instancia administrativa. La evaluación de las solicitudes de liquidación estará a cargo del Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos competente.

NOVENO: Informar a las partes que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto por el numeral 3.3 del Texto Único Ordenado de la Directiva que establece las Reglas Complementarias aplicables al Procedimiento Sumarísimo en materia de Protección al Consumidor, contra lo dispuesto por la presente jefatura procede el recurso impugnativo de apelación³². Cabe señalar que dicho recurso deberá ser presentado en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación³³; caso contrario, la resolución quedará consentida.

DÉCIMO: Disponer la inscripción de Linio Perú S.A.C. en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi, una vez que la presente resolución quede consentida.

UNDÉCIMO: Informar a las partes que, conforme al numeral 4 del artículo 194° de la Ley 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General, para proceder a la ejecución forzosa de actos administrativos a través de sus propios órganos competentes, la autoridad debe haber formulado un requerimiento al administrado, solicitando el cumplimiento espontáneo de la prestación. En tal sentido, se requiere a la parte denunciada, el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución; bajo apercibimiento de poner en conocimiento del Área de Ejecución Coactiva del Indecopi.

DISCUSIÓN:

Creemos que en la decisión tomada por el órgano correspondiente no existe un análisis a fondo del caso ya que la parte denunciante no actuó de buena fe al no llegar un acuerdo con respecto a los precios de los productos adquiridos.

4.7.1. Caso 01: Resolución N° 2046-2013/PS3

El denunciante, “Señor Cruz” denunció a Linio, por presuntas infracciones a la ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; señalando el “señor Cruz” a través de la página web de Linio, en la fecha 5 de diciembre 2013, adquirió un control remoto y marca LG, por un valor de s/. 21.75 y un libro “El Club de la muerte” por un valor de s/. 5.00. En la que las condiciones de entrega se daba la opción de recojo en las oficinas sería en un menor tiempo que el delivery, el señor Cruz optó la entrega en oficinas, este hecho no sucedió, ya que apareció un texto informando que el envío sería dentro de 6 días hábiles, luego de comunicarse con Linio mediante su página de Facebook, el 6 de Diciembre de 2013, el proveedor le indicó que el tiempo de entrega sería en 7 días útiles, el 10 de Diciembre volvió a comunicarse con Lineo y le manifestaron que la entrega se efectuaría el 16 de diciembre 2013. El 3 de diciembre del 2013, registro en el Libro de Reclamaciones virtual del proveedor, indicando que sus anuncios lo indujeron a error. Mediante resolución N° 1 del 31 de enero de 2014, el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos N° 3 admitió a trámite la denuncia.

Resolución Final en la que se declara fundada la denuncia presentada por el “Señor Cruz” contra Linio S.A.C. por infracción de la Ley 29571 sancionándolo con 0,50 Unidades Impositivas Tributarias. Ordena a Linio el plazo correspondiente para que cumpla con entregar los productos que se compraron mediante su página web.

4.7.2. Caso 02: Resolución N° 1050-2016/CC2

Se trata de una denuncia interpuesta por “La señora” en contra de la empresa EASY TAXI PERU S.A.C. que utilizaba un aplicativo para brindar el servicio de taxi, la denunciante considera que no se respetó el Código de Protección y Defensa del Consumidor; ya que se usó el aplicativo que era empleado mediante internet para fines que no fue creado, la persona que brindó el servicio a la usuaria se comunicaba mediante llamadas y mensajes de texto insistentemente por el aplicativo con la usuaria. Es por esto que la usuaria se contactó a través de la página de Facebook con la empresa, solicitando el libro de reclamaciones virtual y realizó una denuncia pública mediante la referida red social.

Para lo que pidió al denunciado implemente el Libro de reclamaciones y realizar las acciones legales correspondientes, de acuerdo al documento “Términos y Condiciones de Uso”, contra el conductor ante la violación de garantías contra otros usuarios.

Se resuelve declarar fundada la demanda de la señora por infracción a los artículos 18 y 19 de la Ley 29571, Código de protección y Defensa del Consumidor, en medida que el proveedor denunciado no implementó mecanismos de seguridad para que no envíen mensajes de texto y/o realicen llamadas telefónicas a los pasajeros después de brindar el servicio de taxi. Por lo que ordena a la empresa que cumpla con las medidas de seguridad necesarias para cautelar el uso adecuado de la información de los Usuarios Pasajeros.

4.7.3. Caso 03: Resolución N° 1320-2015/PS3

En este caso Mediante Resolución N° 1 de Fecha 21 de Diciembre 2015, el OPS3, inicio un procedimiento administrativo sancionador contra DIGITAL COMERCE S.A.C. por la presenta infracción a lo establecido en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, señalando no habría cumplido con entregar al señor Morales una lavadora, licuadora, una casaca y una cámara fotográfica que fueron adquiridas a través de su portal web, pese a que canceló el importe correspondiente a cada uno de ellos, sin brindarle solución adecuada, la denunciada habría pretendido inicialmente devolver al interesado el dinero por la compra de los productos y entregarle una *gif card* de 10% de descuento aplicable a su siguiente compra entre otros posteriores descuentos que fueron ofrecidos y ninguno de ellos cubrían el beneficio otorgado en la compra de los productos que no fueron entregados, que ascendieron a S/ 1168,30. El señor Morales manifestó que Digital no informó oportunamente que el stock de los productos adquiridos era limitado y se encontraban agotados, toda vez que cuando procedió a efectuar la compra de los mismos a través del portal web no había ninguna indicación que señalara que los productos ya no estaban disponibles; no obstante, luego de unos días de efectuada la compra le indicó que no podía entregarlos porque no los tenía en stock.

Se resolvió Sancionar a Digital Commerce S.A.C. por infracción del establecido en el artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado que no entregó al señor Morales los objetos adquiridos mediante su portal web.

4.7.4. Caso 04: Resolución 876-2015/PS3

Con fecha 29 de Setiembre, El OPS inicio un procedimiento administrativo en contra de Linio por presuntas infracciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor, por lo que habría anulado de forma unilateral las transacciones efectuadas por el interesado señor Valencia, a través de su plataforma virtual, mediante las cuales adquirió productos como dos vitrocerámicas, cuatro quemadores de cocina, dos lavadoras. Por lo que Linio comunico al cliente por medio de un correo electrónico que por inconsistencia de su portal web se publicó que los productos adquiridos tenían el precio errado de S/: 2,00 cuando el precio real era distinto, por lo que el cliente pidió que se le respete el precio original. El órgano resolutorio hace una amonestación por haber incurrido en la infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código.

Por lo que se resuelve sancionar a Linio Perú S.A.C. por no cumplir con la entrega de productos que el señor Valencia adquirió mediante su página web. Por lo que cumpla con entregar los productos dentro del plazo establecido.

4.7.5. Caso 05: Resolución 0126-2016/PS3

Mediante resolución N° 1 de fecha 15 de marzo de 2016, el procedimiento administrativo sancionador en contra de Ripley por presuntas infracciones al Código de Protección y Defensa el Consumidor infringiendo el artículo 19°, ya que habría vendido al señor Hidalgo un centro de entretenimiento y un set de cuchillos que no se encontraban en su stock. En este caso el interesado manifestó que Ripley no cumplió con entregarle los productos adquiridos dentro de la fecha pactada, Ripley no presento descargos sobre la imputación. En la misma resolución nos precisa un concepto de comercio electrónico ayudando a entender

cuando estamos frente a las situaciones de vendedor y consumidor, *“El comercio electrónico está referido a toda transacción de productos o servicios entre un proveedor y un consumidor, los cuales se relacionan a través de un soporte tecnológico como, por ejemplo, un medio electrónico de comunicación a distancia.*

Se resuelve sancionar a Tiendas por Departamento Ripley S.A, por haber infringido lo establecido en el artículo 19 del Código de Protección y Defensa el Consumidor, al haberse acreditado que vendió al Señor Hidalgo un centro de entretenimiento rack y un set de cuchillos, los mismos que no se encontraban en su stock. Y también asumir el pago de costas y costos.

4.7.6. Caso 06: Resolución N° 1725-2013/PS3

En este caso el Señor Céspedes denunció a (Teledistribución S.A.) Teleticket por presuntas infracciones a la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor; adquirió con su tarjeta de crédito Visa Interbank, a través del sitio web de Teleticket, una entrada para el concierto de Silvio Rodríguez, por el valor de S/. 358,40; Luego de hacer varios intentos de compra, debido a las deficiencias del sistema de la página web, recibió un aviso de operación concluida con éxito, comprobando en su buzón de correo electrónico la confirmación de la compra; es así que, el 19 de abril de 2013 se dirigió a un módulo de Teleticket a recoger su entrada, El 8 de junio de 2013, notó en el estado de cuenta de su tarjeta de crédito que se habían cargado dos importes por la adquisición de dos entradas, por la suma de S/. 358,40 cada uno, siendo que el Banco le informó que ello era responsabilidad de Teleticket, al formular su reclamo de forma verbal a Teleticket el 10 de junio de 2013, éste le informó que

había realizado dos reservas de compra, las cuales tenían un código independiente. En ese momento presentó su reclamo a través del Libro de Reclamaciones de la denunciada, si bien generó dos operaciones de compra, ello se debió a un error generado por el deficiente sistema de compras por internet de Teleticket, siendo que la denunciada no emitió un aviso de operación concluida con éxito o un mensaje de confirmación en su buzón de correo electrónico por la otra operación, situación que le hizo creer que había adquirido una única entrada. Asimismo, al acercarse a recoger su entrada, Teleticket no le informó sobre la existencia de la otra entrada presuntamente adquirida. La denunciada le indicó que no podía anular dicha compra, pues su reclamo no había sido realizado de forma oportuna, situación que sería atribuible a Teleticket, en tanto su sistema presentaría las deficiencias antes mencionadas.

En la que se resuelve Ordenar a Teledistribución S.A., como medida correctiva, que, en un plazo no mayor a cinco días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada la presente resolución, cumpla con devolver al señor Carlos Fernando Céspedes Bustamante los S/. 358,40 correspondientes al valor de la entrada materia de denuncia, así como los intereses generados por el cargo de dicho importe en el estado de cuenta de su tarjeta de crédito, hasta la fecha en que se haga efectiva dicha devolución.

4.8. Resultados Generales:

Para realizar el análisis de las variables, a cada una de ellas la hemos dividido en dimensiones y a las mismas en indicadores.

4.8.1. Protección al consumidor que se encuentra en el estado de vulnerabilidad frente a una relación de consumo electrónico.

Esta variable se divide en tres dimensiones: Protección del consumidor, Protección al consumidor que se encuentra en estado de vulnerabilidad y Protección al sujeto frente a una relación de consumo electrónico.

La primera dimensión se divide se divide en un indicador: Relación entre proveedor y consumidor.

La segunda dimensión se divide en un indicador: Nivel de seguridad al contratar por internet, La correcta información correcta al consumidor.

La tercera dimensión se divide en un indicador: Garantizar la seguridad jurídica de los consumidores.

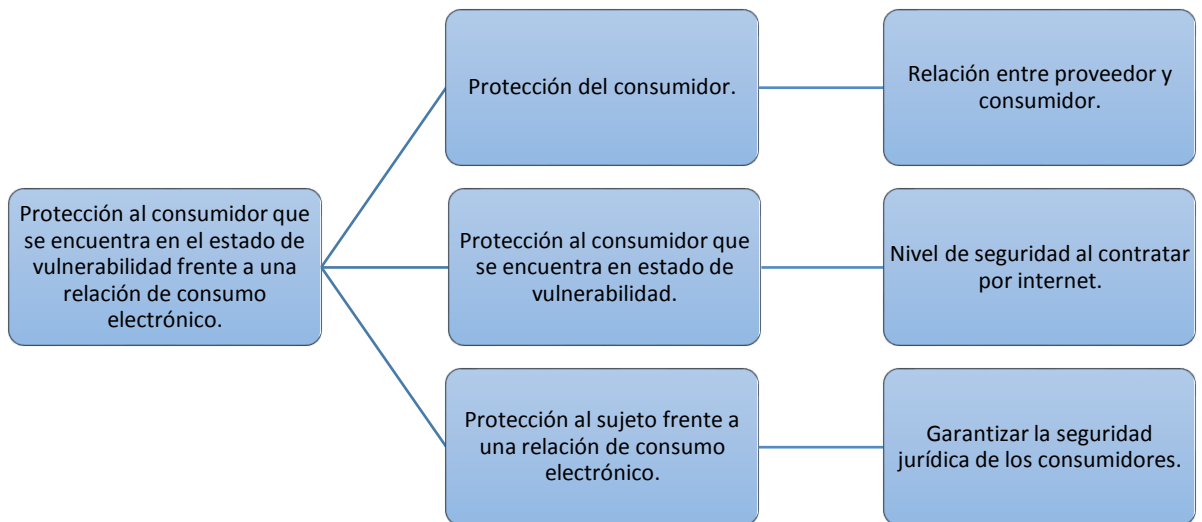


Figura 1. Variable Protección al Consumidor que se encuentra en el estado de vulnerabilidad frente a una relación de consumo electrónico. Se muestra las tres dimensiones de esta variable: Protección al consumidor frente a un contrato electrónico, Protección al consumidor que se encuentra en estado de vulnerabilidad y Protección al sujeto frente a una relación de consumo electrónico.

Relación entre proveedor y consumidor

De los seis casos analizados para la presente investigación, en ellos se tomaron en cuenta este indicador.

El 100% de las resoluciones tomó en cuenta el indicador “Relación entre proveedor y consumidor”

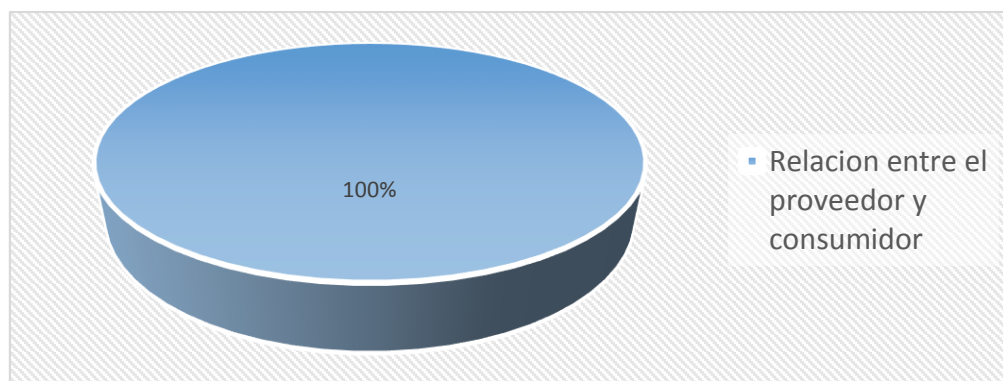


Figura 02: Relación entre proveedor y consumidor. Fuente resoluciones de las seis sentencias.

Nivel de seguridad del consumidor para contratar por internet

De los seis casos analizados, en cinco de ellos se tomó en cuenta el indicador “Nivel de seguridad del consumidor para contratar por internet”.

Un 90% de los casos se tomó en cuenta en indicador “Nivel de seguridad del consumidor para contratar por internet”.; mientras que el 10% tomó en cuenta otros indicadores.

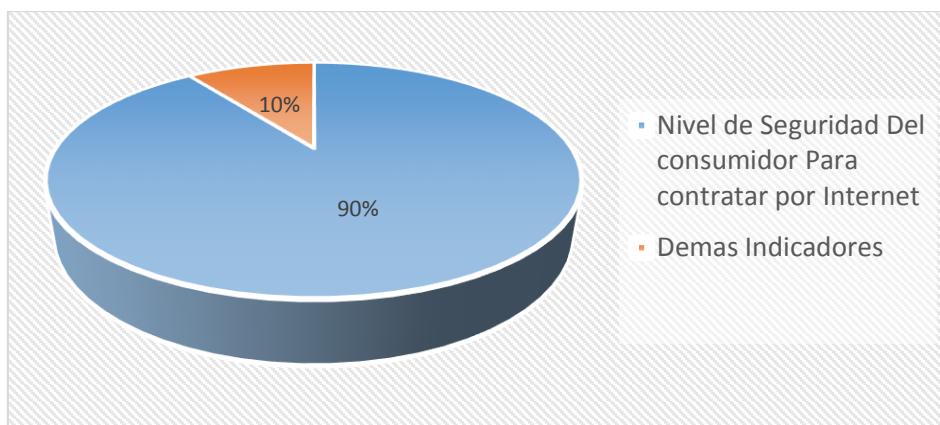


Figura 3. Indicador Nivel de seguridad del consumidor para contratar por internet. Fuente, análisis de los casos.

La correcta información al consumidor

De los seis casos estudiados, en dos de ellos se tomaron en cuenta el indicador “La correcta información al consumidor”

Así, un 20% de los casos tomó en cuenta el indicador “La correcta información al consumidor”; mientras que el 80%, los otros indicadores.

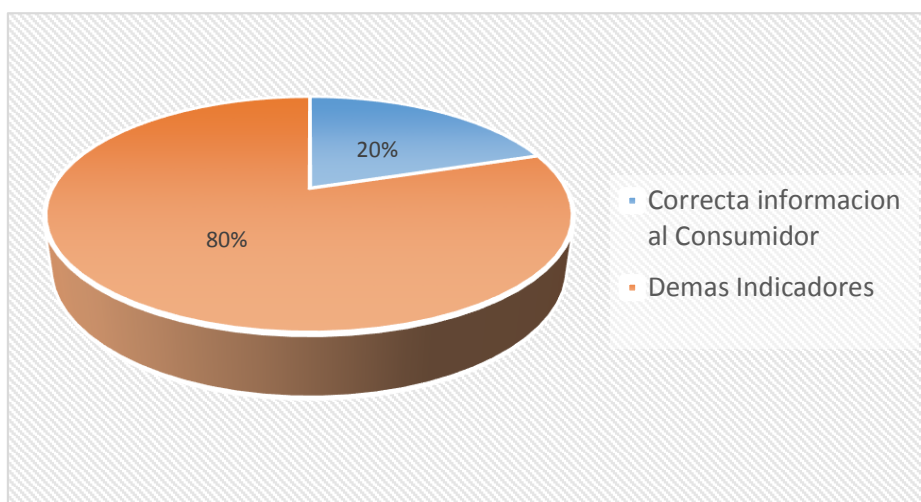


Figura 4. La correcta información al consumidor. La elaboración propia, a partir de los casos analizados.

4.9. Conclusión de la Primera Variable:

En las variables analizadas se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

Se ha considerado 03 indicadores para esta variable, de los cuales, en los seis casos correspondientes a los expedientes analizados, se han tomado en cuenta tres indicadores, dejándose de lado el indicador de “nivel de seguridad jurídica”, vale decir que dicho indicador no se tomó en cuenta en todos los casos analizados.

En todos los casos analizados de los tres indicadores el más concurrente es la relación de consumo electrónico entre el proveedor y consumidor.

4.9.1. Fundamento Jurídico para la protección del consumidor en una relación de contrato electrónico.:

Esta variable se divide en dos dimensiones: El consumidor vulnerado, y la Propuesta Normativa.

La primera dimensión, se divide en un indicador: La denuncia del consumidor al órgano correspondiente.

La segunda dimensión, se divide en un indicador: Órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor.

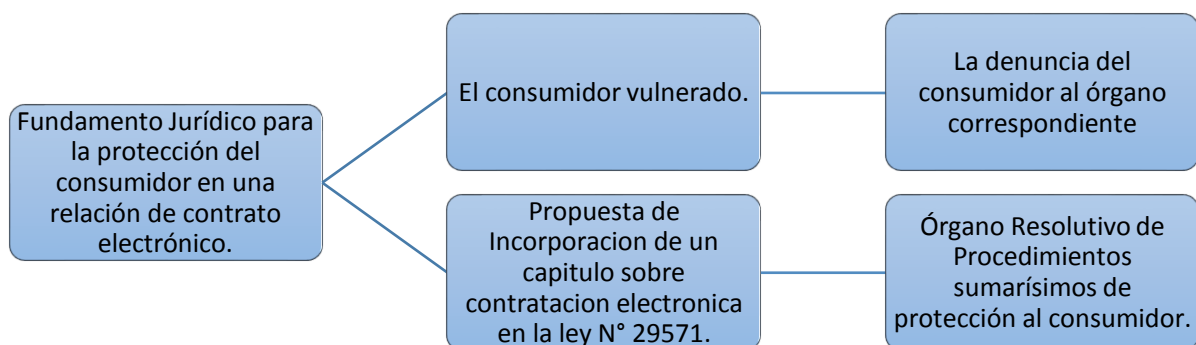


Figura 5 - Variable Supuesto Jurídico para la Protección del consumidor en una relación de contrato electrónico. Se muestran sus dos dimensiones: El consumidor vulnerado y la propuesta normativa.

La denuncia del consumidor al órgano correspondiente:

De los seis casos, en todos los casos se tomó en cuenta este indicador.

Así pues, un 100% de los expedientes se tomó en cuenta el indicador “La denuncia del consumidor al órgano correspondiente”.

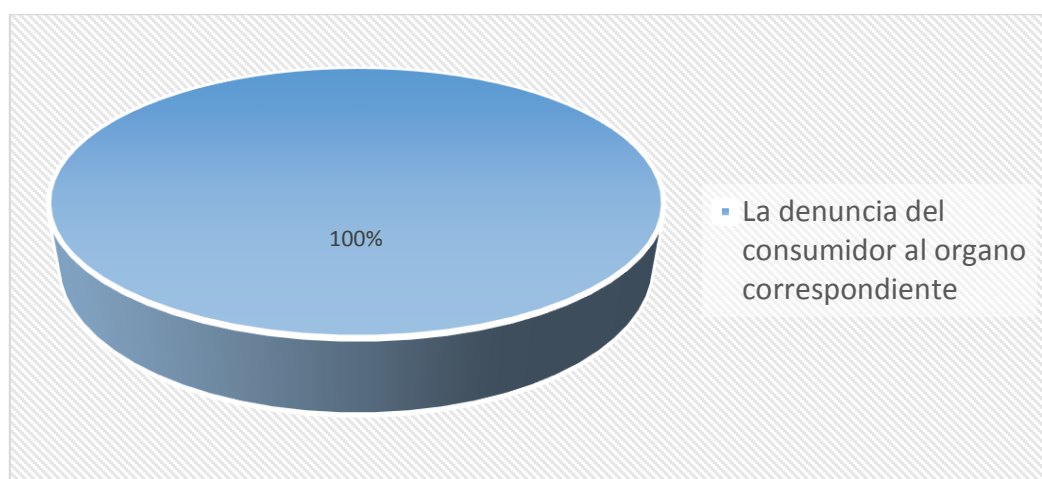


Figura 6. Denuncia del consumidor al órgano correspondiente. Fuente:

Elaboración propia, a partir de los expedientes analizados.

Órgano Resolutivo de Procedimientos sumarísimos de protección al consumidor:

De los seis casos, en todas de ellas se tomaron en cuenta este indicador.

Así, un 100% de los casos se tomó en cuenta el indicador “Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de protección al consumidor”.

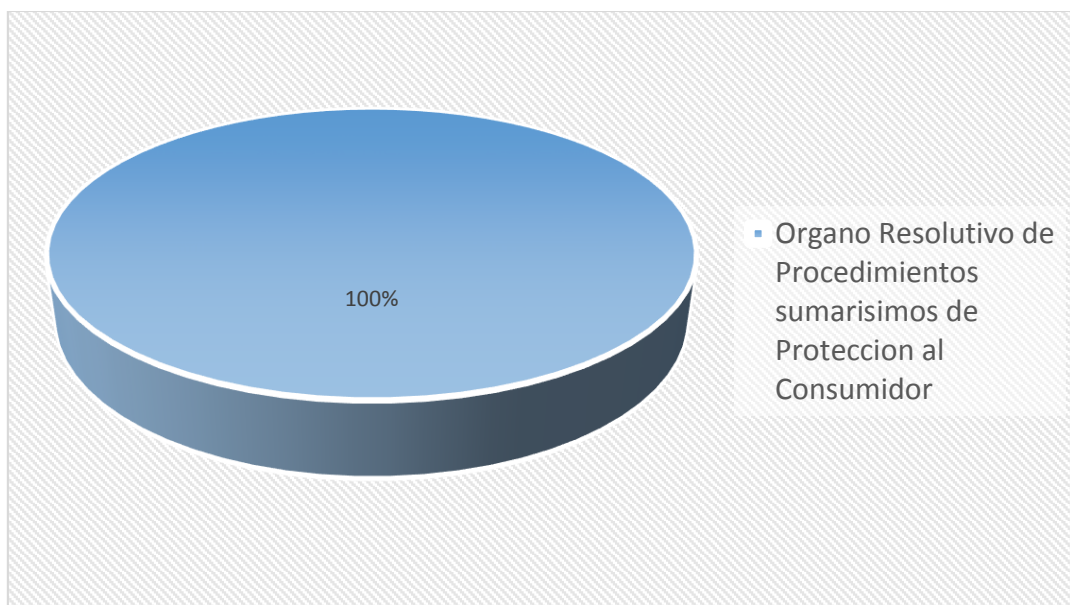


Figura 7. Indicador Órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor: Elaboración propia, a partir de los expedientes analizados.

4.10. Conclusión sobre la segunda variable:

Se ha tenido en cuenta un punto principal:

- De los dos indicadores existentes dentro de la segunda variable, en los seis expedientes se han tenido en cuenta a dos indicadores, ya que si han sido tomados en cuenta.
- En comparación con la primera variable, ha existido dos indicadores que ha alcanzado el 100% al momento de ser considerado para la toma de decisión del Autoridad competente en la protección y defensa del consumidor.

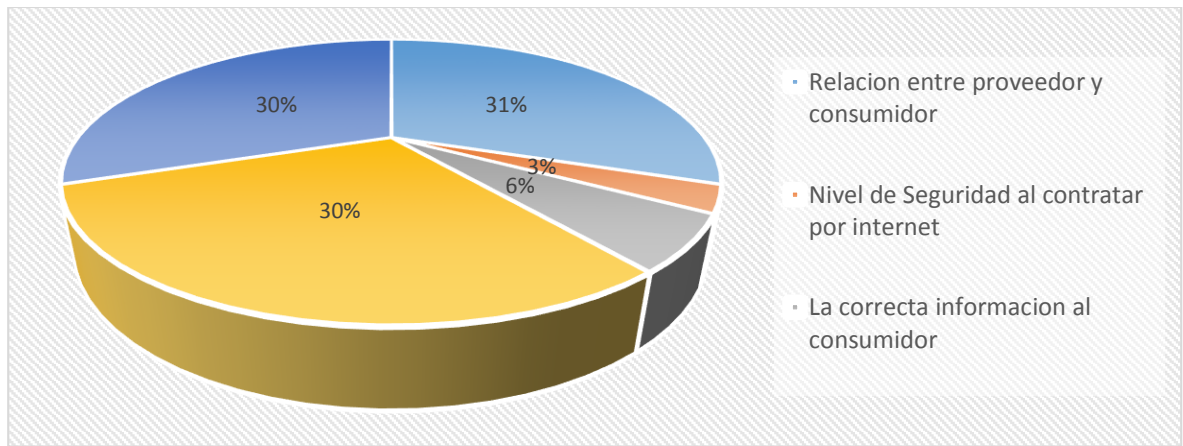


Figura 8. Consolidado de indicadores estudiados. Fuente: Elaboración propia, a partir de los expedientes analizados.

CAPITULO V

PROPUESTA DE INCORPORACION EN LA LEY N° 29571 PROTECCION Y DEFENSA DEL COSNUMIDOR

CAPÍTULO I

CONTRATACION ELECTRONICA

Artículo 1º.- Contrato Electrónico

El contrato electrónico, se entiende como toda relación contractual e intercambio de bienes o servicios entre un proveedor y un usuario, a través de un soporte tecnológico, por ejemplo, medios electrónicos a distancia, plataformas virtuales, páginas web, apps en Smartphone entre otros. A través de la cual los consumidores gozarán de la libertad necesaria para estipular las cláusulas que estimen convenientes.

Artículo 2º.- Finalidad

La presente Ley tiene como finalidad optimizar y garantizar mayor seguridad de los consumidores o terceros que acceden a contratar mediante medios electrónicos para que gocen de los derechos y mecanismos efectivos para su protección.

Artículo 3º.- Deberes del Proveedor

1. Prácticas correctas de publicidad.

El proveedor debe actuar a las prácticas correctas, verdaderas y de buena fe en su contenido hacia los usuarios, no incurrir en ninguna omisión o exageración de publicidad en un producto

evitando incurrir en comportamientos o prácticas engañosas, fraudulentas o inequívocas hacia el usuario.

2. Información sobre proveedor

El consumidor deberá facilitar al consumidor la información adecuada, verdadera y suficiente para hacer contacto con ellos, así como un procedimiento sencillo para acceder a los datos y tener acceso a la información del proveedor.

3. Procedimientos

Con la finalidad de evitar confusión o equivocación respecto a la intención del consumidor de realizar alguna compra, debe ser clara la identificación de la compra, corregir algún error, cancelar y otras transacciones antes de concluir y finalmente expresar su consentimiento sin ningún problema.

4. Privacidad y Confidencialidad

Para la contratación electrónica deben garantizarse medidas de seguridad que permitan a los consumidores o usuarios que hagan uso de bienes y servicios, para la confidencialidad de las transacciones realizadas, de forma que la información que se intercambia electrónicamente sea secreta para terceros que vayan a tener acceso a la misma página.

5. Confidencialidad para el Pago

Los proveedores facilitar a los consumidores mecanismos fáciles y seguros de pago, de la misma manera deberán garantizar que estos mecanismos sean seguros, para evitar algún riesgo de pagos no autorizados y fraudulentos con sus tarjetas de crédito, así como medidas de reembolso. Los pagos por concepto de compras de bienes o servicios deberán ser

reconocidos boletas o facturas o cualquier otro medio para garantizar la transacción y brindar seguridad al consumidor luego de haber realizado la compra.

Artículo 4.- Derechos de los consumidores online

Los establecidos en la Ley 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor y los presentes en La presente Ley.

CONCLUSIONES

En consecuencia, de la presente investigación realizada se han llegado a las siguientes conclusiones:

1. Teniendo en cuenta la normatividad vigente Ley de Protección y Defensa al Consumidor, Ley N° 29571, la norma debe ser actualizada, para brindar una mayor seguridad a los consumidores y por que como hemos estudiado no se han tomado en cuenta los factores para que actué la ley actual para la protección del consumidor en un contrato electrónico, por lo que se deberían tomar en cuenta el desarrollo y crecimiento de la tecnología y el cambio de estilo de vida de las personas que han ido ampliando sus requerimientos con respecto a todos los campos tecnológicos y van aumentando a medida que pasa el tiempo, por lo que se debería modificar la legislación vigente para el cual sea aplicable a las contrataciones electrónicas.
2. Con la incorporación que se propone a la Ley de Protección y Defensa al Consumidor, Ley 29571, permitirá al consumidor estar protegido al realizar contratos electrónicos de forma segura y confiable, para que se pueda garantizar la relación contractual electrónica; brindando así la seguridad jurídica a los consumidores y no se encuentren en un estado de vulnerabilidad y puedan tener goce pleno de sus derechos.
3. El estudio de la presente investigación ha sido satisfactorio, debido a que se logró desarrollar los objetivos propuestos y corroborar la hipótesis planteada desde el comienzo con la doctrina, derecho comparado, y finalmente con el estudio de los expedientes de los usuarios, con lo que se llegó a obtener un resultado favorable.
4. En el derecho comparado, se estudió la protección y defensa del consumidor en el área de contratación electrónica, y se concluyó que están regulados en forma sistemática, en el ordenamiento jurídico de España, que da mayor importancia al comercio electrónico;

legislación de México que dentro de la ley federal incluye protección a los consumidores en contratación electrónica; en cuanto a la ley colombiana que también aclara más el panorama nos deja entrever todo sobre comercio electrónico, firma digital entre otros temas que hacen más claros el tema al respecto y finalmente en la normativa de Venezuela que es la más clara de todas, establece dentro de ley propia la protección a los consumidores frente a la contratación electrónica y entre ello deberes de los proveedores, y más pautas para proteger al consumidor o usuario en el momento de la contratación electrónica.

5. Debemos tener en cuenta que la incorporación de la propuesta normativa no solo brindará una mayor seguridad al consumidor a tanto en cuanto la ley favorece, sino que también repercutirá a la sociedad en el bienestar y equilibrio económico.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda para posteriores estudios, a INDECOPI realizar una incorporación legislativa sobre la constitución política del Perú en cuanto a celebración de contratos electrónicos y la correspondiente modificatoria, a fin de salvaguardar y dar mayor seguridad a los consumidores frente a los contratos electrónicos.
- Se recomienda a la autoridad correspondiente INDECOPI emplear la incorporación normativa con el fin de salvaguardar los derechos de los consumidores y brindar una mayor seguridad para futuros contratos electrónicos.

REFERENCIAS

- Alfaro Pinillos, R., & Velarde Sussoni, J. (2000). *Compendio practico de contratos civiles, comerciales, bancarios e informaticos* (Vol. I). Lima: San Marcos.
- Armas Morales, C. E. (2002). *Sistema de contratación por medios electrónicos : manifestación de la voluntad y perfeccionamiento contractual*. . Lima: UNMSM Biblioteca Centra .
- Baca Oneto, V. (2013). *Proteccion al Consumidor*. Lima: Corporacion Grafica Aliaga SAC.
- Banda, J. (12 de setiembre de 2016). *Economia Simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/proveedores>
- Banda, J. (12 de setiembre de 2016). *Economia Simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/proveedores>
- Barbosa Jaime , V. L. (19 de Enero de 2013). *PUCP*. (P. U. Perú, Productor) Recuperado el 2019 de Enero de 2019, de file:///D:/BARBOSA_JAIME_VIVIANA_GENERANDO_CONFIANZA%20tesis%20pontificia.pdf
- Barbosa Jaime, V. L. (05 de Setiembre de 2019). *www.academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/13622902/BARBOSA_JAIME_VIVIANA_GENERANDO_CONFIANZA_INTEL_DE_MERCADO
- Carvajal, A. (2007). *PKI* y firmas digitales: aplicaciones reales*. Lima: Directory of Open Access Journals.
- Chavez Rosero, F. (2017). Maestria en ciencia mencion: Derecho Civil y Comercial. *Los costos de informacion en los pagos anticipados y cancelaciones de tarjetas de credito del sector bancario en la ciudad de cajamarca y los efectos juridicos en los derechos del consumidor*. Cajamarca, Cajamarca, Cajamarca.
- Choque Calasaya, D. E. (05 de Setiembre de 2015). *UANCV*. Obtenido de <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/725/TESIS%20DNI%20N%C2%BA%2043436257.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Choque Calisaya, D. (27 de marzo de 2015). *UANCV*. Obtenido de <file:///D:/TESIS%20DNI%20N%2043436257%20juliaca.pdf>
- De Pomar Shirota, J. M. (1992). *Seguridica Juridica y Regimen Constitucional*. Lima.
- digital, A. r. (2019). *Apd Revista digital*.
- Domínguez Cabrera, M. (2003). El Perfeccionamiento del Contrato Electrónico. *Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas*, 49-68.
- Espinoza Céspedes, J. F. (2018). Entre la firma electrónica y la firma digital: aproximaciones sobre su regulación en el Perú. *REVISTA DEL INSTITUTO DE CIENCIAS JURÍDICAS DE*, 240 -266.

- Huayanay Chuquilanqui, H. (2010). *Contratos (doctrina, legislación, jurisprudencia y modelos)* (Vol. I). Lima, Peru: MFC EDITORES E.I.R.L.
- Juridica, E. (2002). *Enciclopedia Juridica*. Obtenido de <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/causa-del-contrato/causa-del-contrato.htm>
- Landaez Otazo, L., & Landaez Arcaya, N. (2007). La equivalencia funcional, la neutralidad tecnológica y la libertad informática. *Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas*.
- León Untiveros, M. (2006). La Contratación Mediante Internet. *Derecho & Sociedad*, 169-182.
- Leyva Saavedra, J. (2003). Derecho Civil III (Contratos). En M. I. Candelario Masias, *La contratación electrónica ¿Nuevo instrumento para la administración de la empresa?* (pág. 565). Lima.
- Leyva Saavedra, J. (2003). *Derecho civil III contratos*. Lima.
- Malca G., O. (2001). *Comercio Electronico*. Lima: Iconos Comunicadores.
- Medina Carlos, A. (2017). *Regulación de la Contratación Electrónica y su Eficacia a la Luz del Marc Jurídico del Derecho Civil Peruano, Lambayeque 2017*. Lambayeque: Universidad Pedro Ruiz Gallo.
- Nieto Melgarejo, P. (2016). Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/19835-78858-1-PB%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/19835-78858-1-PB%20(6).pdf)
- Nieto Melgarejo, P. (2016). El Comercio Electronico y Contratacion Electronica: Bases del Mercado Virtual. *Foro Jurídico*.
- Nieto Melgarejo, P. (2016). El Comercio Electronico y La Contratacion: Bases del mercado virtual. *Foro Juridico N° 15*.
- Ordoñez Bringas, I. R. (2014). *Adopcion del criterio de equivalencia funcional dentro del comercio electrónico en la normativa juridico-peruana*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Pachano Pesántez, J. A. (2013). *Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas*. Quito: UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO.
- Peru, P. U. (2001). *Derecho y Sociedad*. Lima, Peru: COLAPJE.
- Quintana Adriano, E. A. (11 de agosto de 2006). <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv>. Recuperado el 19 de noviembre de 2018, de www.juridicas.unam.mx: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1855/26.pdf>
- Quiróz Santaya, C. E. (2016). El consentimiento por medios electrónicos en la formación de los contratos. *Revista Juridica Cajamarca*, 20.
- Rodríguez Rodríguez, A. X. (Setiembre de 2019). *repositorio.upao*. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1830/1/RE_DERECHO_CONTRATOS.EL ELECTRONICOS.GARANTIA.SEGURIDAD.JURIDICA_TESIS.pdf

Salazar Soplapuco, J. L. (2010). El Nuevo Código de Protección y Defensa del Consumidor. *Avances*, 46.

Santander Rengifo, A. J. (6 de diciembre de 2002). *Compra venta por internet y situación del consumidor en el Perú*. Recuperado el 19 de noviembre de 2018, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/viewFile/18287/18533>

Soto Coahuila, C. A. (2018). La Contratación Electrónica: Los llamados «Contratos Informáticos» y los contratos celebrados por medios electrónicos. En C. A. Soto Coahuila, *Contratación Electrónica* (págs. 57-103). Lima.

Torres Torres, A. Y. (2018). *La responsabilidad Civil de las entidades de Certificación en Colombia*. Colombia: ISSN.

Vaisman Araujo, S. (2018). *Plataformas digitales que facilitan transacciones de consumo: Delimitación de responsabilidad de los proveedores frente a los usuarios finales en el marco del derecho de protección al consumidor*. Lima: Repositorio Universidad Piura.

Vaquero Aloy, A., Del Pozo Carrascosa, P., & Bosch Capdevila, E. (2016). *Teoría General Del Contrato*. Madrid: Marcial Pons.

Velez Rodríguez, A. (s.f.). Supuestos y Hechos Jurídicos. *Revista Opinión Jurídica*.

Zamora Lucio, M. A. (2014). *Unidad III Internet*. Lima.

Zamora Lucio, M. A. (2014). *Unidad III Internet*. Lima.