

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Carrera Profesional de Derecho y Ciencias Políticas



INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

**SEGURIDAD JURIDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS DE
DROPSHIPPING EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

POR

Alvaro Miguel Araujo Alcalde

ASESOR

Manuel Sánchez Zorrilla

Cajamarca – Perú

Septiembre – 2021

4.7%Resultados del Análisis de los plagios del 2023-09-29 15:17 UTC
Tesis- Arujo Alcalde Alvaro.pdf

Fecha: 2023-09-29 14:46 UTC

* Todas las fuentes 49 | Fuentes de internet 38

- ✓ [0] [repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/1830/1/RE_DERECHO_CONTRATOS.ELECTRONICOS.GARANTIA.SEGURIDAD.JURIDICA](#)
2.5% 69 resultados

- ✓ [1] [rodriguezvelarde.com.pe/2018/08/05/la-contratacion-electronica/](#)
1.6% 31 resultados

- ✓ [2] [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4095022.pdf](#)
0.3% 24 resultados

- ✓ [3] [renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2904541?locale=en](#)
0.2% 15 resultados

- ✓ [4] [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5084969.pdf](#)
0.6% 15 resultados

- ✓ [5] [www.uv.mx/personal/moruiz/files/2010/07/Panorama-general-de-la-contrataci3n-electr3nica-en-M3xico.pdf](#)
0.3% 16 resultados

- ✓ [6] [revista.fder.edu.uy/index.php/rfd/article/download/501/576/](#)
0.2% 11 resultados

- ✓ [7] [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5460321.pdf](#)
0.1% 10 resultados

- ✓ [8] [www.dimetraba.pe/blog/quienes-son-los-consumidores-y-proveedores/](#)
0.0% 9 resultados

- ✓ [9] [www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-los-consumidores/el-contrato-electronico-y-el-derecho-de-desistimiento/](#)
0.1% 7 resultados

- ✓ [11] [es.wikipedia.org/wiki/Derecho_del_consumo](#)
0.1% 12 resultados

- ✓ [12] [penaohoagranados.com/mercantil/contratos-electronicos/](#)
0.0% 4 resultados

- ✓ [13] [ideas.repec.org/a/mnz/lumina/v0y2020i01p120-139.html](#)
0.0% 8 resultados
1 documento con coincidencias exactas

- ✓ [16] [marcialpons.es/media/pdf/la-contratacion-electronica-mediante-plataformas-en-linea_reus.pdf](#)
0.1% 6 resultados

- ✓ [17] [archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3833/6.pdf](#)
0.1% 5 resultados

- ✓ [18] [elderecho.com/proteccion-consumidor-contratacion-electronica](#)
0.1% 6 resultados

- ✓ [19] [plataformapyme.es/es-es/Internacional/OtrasInstituciones/Paginas/CNUDMI.aspx](#)
0.1% 5 resultados

- ✓ [20] [www.editorialreus.es/libros/la-contratacion-electronica-mediante-plataformas-en-linea/9788429024913/](#)
0.1% 6 resultados

- ✓ [21] [www.shopify.com/es/blog/12377277-guia-completa-de-dropshipping](#)
0.3% 3 resultados

- ✓ [23] [rockcontent.com/es/blog/dropshipping/](#)
0.3% 3 resultados

- ✓ [24] [books.google.com/books?id=JQiwDwAAQBAJ&pg=PA790&lpg=PA790&dq=""comercio electr3nico conforme""&source=bl&ots=S-NMTgZufk&s](#)
0.1% 4 resultados

- ✓ [26] [uncitral.un.org/es/about/faq/mandate_composition](#)
0.1% 3 resultados

- ✓ [28] [www.argentina.gob.ar/sites/default/files/programa_contratacion_electronica_y_defensa_del_consumidor.pdf](#)
0.1% 3 resultados

- ✓ [30] [web.uanataca.com/es/blog/transformacion-digital/contrato-electronico](#)
0.1% 4 resultados

- ✓ [31] [blog.signaturit.com/es/contrato-electronico](#)

- ✓ [31] 0.1% 3 resultados

- ✓ [32] 0.1% 5 resultados

- ✓ [33] 0.1% 2 resultados

- ✓ [34] 0.2% 1 resultados

- ✓ [35] 0.1% 4 resultados
 1 documento con coincidencias exactas

- ✓ [38] 0.1% 3 resultados

- ✓ [39] 0.1% 1 resultados

- ✓ [40] 0.1% 3 resultados

- ✓ [41] 0.1% 3 resultados

- ✓ [42] 0.0% 2 resultados

- ✓ [44] 0.0% 2 resultados

- ✓ [45] 0.0% 2 resultados

- ✓ [46] 0.0% 2 resultados

- ✓ [47] 0.0% 2 resultados

61 páginas, 14064 palabras

 Se detectó un color de texto muy claro que podría ocultar caracteres utilizados para combinar palabras.

Nivel del plagio: 4.7% seleccionado / 17.3% en total

142 resultados de 51 fuentes, de ellos 51 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía: *Considerar Texto*

Detección de citas: *Reducir PlagLevel*

Lista blanca: --

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



UPAGU

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Carrera Profesional de Derecho y Ciencias Políticas



INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

**SEGURIDAD JURIDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS DE
DROPSHIPPING EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

POR

Álvaro Miguel Araujo Alcalde

ASESOR

Manuel Sánchez Zorrilla

Cajamarca – Perú

Septiembre – 2021

COPYRIGHT © 2022 DE

Alvaro Miguel Araujo Alcalde

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

CARRERA PROFESIONAL DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR POR TÍTULO PROFESIONAL

**SEGURIDAD JURIDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS DE
DROPSHIPPING EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

PRESIDENTE: -----

SECRETARIO: -----

ASESOR: -----

*A mis padres y, en memoria,
de la facultad de Derecho de la UPAGU[†]*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
LISTA DE TABLAS Y FIGURAS	10
1. CAPÍTULO I	11
INTRODUCCIÓN	11
1.1. Planteamiento del Problema.....	12
1.1.1. Descripción del Problema	12
1.1.2. Definición del Problema	14
1.2. Objetivos	14
1.2.1. Principal	14
1.2.2. Específicos	14
1.3. Justificación e importancia.....	14
2. CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes teóricos.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.1. Antecedentes teóricos	¡Error! Marcador no definido.
2.1.2. El negocio jurídico de los e-commerce.....	18
2.1.3. Teoría de la responsabilidad jurídica	28
2.1.4. Teorías del perfeccionamiento de contratos	31
2.1.5. Marco Conceptual.....	33
2.1.6. Hipótesis	40
2.1.7. Operacionalización de las variables	41
3. CAPÍTULO III.....	43
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.1. Tipo de investigación	43
3.2. Diseño de investigación	43
3.3. Área de investigación	43
3.4. Método de investigación	43
3.5. Técnicas de investigación.....	44

3.6. Instrumentos	44
3.7. Limitaciones de la investigación	44
4. CAPÍTULO IV.....	45
DISCUSIÓN	45
4.1. Seguridad jurídica de los contratos electrónicos que surgen de la modalidad de negocio Dropshipping en el Perú.....	45
4.2. Contratos electrónicos en materia de protección al consumidor peruano	46
4.3. Contratos electrónicos en el Derecho Civil Peruano.....	49
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
6. REFERENCIAS.....	54
7.....	54
8. ANEXOS	58
8.1. ENCUESTA SOBRE GRADO DE SEGURIDAD JURÍDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS ELECTRÓNICOS MEDIANTE TIENDAS DIGITALES DROPSHIPPING CAJAMARCA 2020-2021	58

RESUMEN

El objetivo de esta investigación descriptivo es determinar cuál es el grado de seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos a través de tiendas digitales de *Dropshipping*; en Cajamarca años 2020-2021. El trabajo parte desarrollando la evolución histórica tanto del e-commerce como de la contratación electrónica, a través del análisis de derecho comparado. Posteriormente se establece la definición de contrato electrónico y del modelo de negocio denominado *Dropshipping*. Con ese punto de partida profundiza respecto a la concepción de “seguridad jurídica” y luego establece un sistema de graduación por niveles respecto a la seguridad jurídica de un ordenamiento frente a una materia determinada, en base a lo cual se operacionalizan variables para la aplicación de encuestas. Finalmente, en base a dichos criterios, se concluye determinando cuál es el grado de seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos a través de tiendas digitales de *Dropshipping* en los consumidores cajamarquinos durante los años 2020-2021.

ABSTRACT

The objective of this descriptive investigation is to determine the degree of legal certainty in the celebration of electronic contracts through Dropshipping digital stores; in Cajamarca years 2020-2021. The work starts by developing the historical evolution of both e-commerce and electronic contracting, through the analysis of comparative law. Subsequently, the definition of electronic contract and the business model called Dropshipping are established. With this starting point, it delves into the concept of "legal certainty" and then establishes a system of graduation by levels with respect to the legal certainty of a legal system in relation to a specific matter, based on which variables are operationalized for the application of surveys. Finally, based on these criteria, it is concluded by determining what is the degree of legal security in the celebration of electronic contracts through digital Dropshipping stores in Cajamarca consumers during the years 2020-2021.

LISTA DE TABLAS Y FIGURAS

Figura 1 “Tiendas digitales más usadas por los peruanos”	Error! Marcador no definido.
Figura 2 “Modelo ilustrativo de negocio Dropshipping”39

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Como consecuencia de la pandemia, el comercio electrónico o *e-commerce* ha ido implementándose globalmente junto con nuevos modelos de negocio que diversos emprendimientos han adoptado por su facilidad para implementarse. De todos ellos, uno de los principales modelos de negocio que se viene usando a nivel nacional es el denominado *dropshipping*, debido al bajo costo de inversión que conlleva, toda vez que conforme resalta Pérez Estévez (2021) este modelo no tiene costos provenientes del almacenamiento ni tampoco por deterioro de los productos, siendo rentable gracias a la diferencia entre el precio del producto ofertado por tienda online y el precio del proveedor o mayoristas de dicho producto.

Sin embargo, su regulación en el Perú aún resulta ciertamente obsoleta e insuficiente, situación que implica un riesgo e incertidumbre constante en los consumidores finales de los negocios de *dropshipping* que, al igual que en otras actividades, deben celebrar contratos electrónicos con la expectativa de que puedan surgir diversos problemas antes de que estos se concreten. Esta realidad, se puede apreciar con suma preocupación no sólo a nivel nacional, sino también local, siendo Cajamarca, según la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE, 2021) una de las ciudades más golpeadas por la pandemia y, por ende, con mayor interés por la implementación del *e-commerce* como estrategia de reactivación económica.

Dicho problema y la imperiosa necesidad de que el ordenamiento jurídico peruano pueda prever los nuevos supuestos de hecho que surgen en el campo fáctico de la sociedad peruana, justifica que mediante la presente investigación se busque determinar cuál es el grado de seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos que surgen dentro del modelo de negocio de *dropshipping*, para lo que se tomará en cuenta lo que se puede estar presentando en Cajamarca durante los años 2020 - 2021, con dicho fin, se ha empleado una

amplia revisión documental y doctrinal, así como la aplicación de encuestas a consumidores finales cajamarquinos de dichas tiendas, para finalmente proponer algunos cambios sustanciales que el ordenamiento jurídico debe adoptar en pro de la protección de los derechos del consumidor.

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1. Descripción del Problema

La adopción cada vez más generalizada del comercio electrónico en el mundo ha traído consigo el surgimiento de nuevas formas de celebrar contratos a larga distancia, siendo el más recurrente aquel referido a la contratación electrónica. Frente a este tipo de contratación, los ordenamientos jurídicos a nivel global, así como también los de la región, se han visto obligados a incorporar nuevas reglas de juego que puedan responder a las particularidades y retos que trae consigo el comercio electrónico o *e-commerce* y esencialmente, la celebración de contratos electrónicos.

Ahora bien, las facilidades que el comercio electrónico ha traído para el comercio a nivel global, también han impulsado la formación de nuevos tipos-modelos de negocio como viene a ser el *Dropshipping*, que se va implementando cada vez más a nivel nacional (Latoure, 2021), por su bajo costo de inversión. Dicho modelo de negocio implica una triangulación, conformada por tres partes esenciales: un proveedor, un intermediario y los consumidores finales; en ese sentido, quien ejerce *dropshipping*, viene a ser aquella persona que vende por medio de una tienda virtual, productos que no son suyos pero que se los proporciona un proveedor, generando ganancias de la comisión cobrada por cada venta que se cierra gracias al nexo que su tienda electrónica genera entre el consumidor final y el proveedor.

Es en ese escenario, surge un primer problema al intentar determinar qué tan seguro - jurídicamente hablando- viene a ser para un consumidor final, celebrar contratos electrónicos bajo este nuevo modelo de negocio denominado *Dropshipping*. Todo ello tomando como base la legislación actual en cuanto a lo prescrito sobre la materia tanto por el Código Civil como también, el Código de Protección y Defensa al Consumidor, cuerpos normativos que, al ser observados, en un primer momento parecen reflejar insuficiencia frente al problema mencionado.

Dicha insuficiencia, no es indiferente al escenario nacional, ni mucho menos al escenario local, de hecho, Cajamarca integra una de los departamentos del Perú que, con pretexto de la reactivación económica postpandemia, más han implementado el *e-commerce* o comercio electrónico (Bravo Tejeda, 2021). Ya no es extraño o ajeno a nuestra realidad, que en el día a día, seamos parte de la gran masa de consumidores que se abastecen de productos por medio de plataformas como *Pedidos Ya, Amazon, Mercado Libre, Rappi, Alibabá, Wish entre otras* que; conforme se ha explicado líneas arriba, son tiendas digitales bajo la modalidad de negocio *Dropshipping*.

Frente a dicha actividad en específico, debe entenderse que pese a ser recurrente en los consumidores cajamarquinos, aquello no debe confundirse con que dichos actos (contratos electrónicos celebrados por medio de tiendas digitales de dropshipping) revistan seguridad jurídica. En ese sentido, la presente investigación, tiene como objetivo principal, determinar el grado o nivel de seguridad jurídica que revisten dichos actos, en pro de mejorar no solo el entendimiento aún inexacto que se tiene respecto de los contratos electrónicos en el Perú sino también, con miras a fortalecer, la protección jurídica de los consumidores cajamarquinos, basándonos para tal fin, tanto en la legislación nacional pertinente como en el derecho comparado.

1.1.2. Definición del Problema

¿Cuál es la seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos por medio de tiendas digitales de Dropshipping respecto a los consumidores cajamarquinos en los años 2020-2021?

1.2. Objetivos

1.2.1. Principal

Determinar la seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos por medio de tiendas digitales de Dropshipping respecto a los consumidores cajamarquinos en los años 2020-2021

1.2.2. Específicos

- Examinar el tratamiento teórico y normativo de la contratación electrónica, haciendo uso del derecho comparado y la literatura existente sobre la materia.
- Determinar la seguridad jurídica en las diversas modalidades de contrataciones electrónicas al amparo del Código Civil Peruano.
- Analizar la seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos al amparo del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

1.3. Justificación e importancia

La presente investigación se justifica en la insuficiencia de investigaciones existentes a nivel nacional sobre el nuevo modelo de negocio denominado “*Dropshipping*”, así como

también en la escasez de doctrina que establezca estándares de medición gradual respecto a la seguridad jurídica de un ordenamiento jurídico insuficiente, frente a una tendencia contractual que va en crecimiento, con el fin de medir el grado de riesgo en la inversión privada y pérdida de oportunidad para el crecimiento económico de una localidad o país. La importancia de poder contribuir con dichas áreas de investigación radica en la posibilidad de identificar las carencias de nuestro ordenamiento jurídico actual en el área pertinente y sus posibles soluciones a corto plazo, en pro de los derechos de los consumidores a nivel nacional y local.

Adicionalmente a ello, la presente investigación se justifica en la necesidad de información y capacitación que poseen los emprendimientos locales frente al comercio electrónico y el manejo legal de este, siendo la escasez de información sobre el tema materia de estudio y el miedo/riesgo a proceder sin apego a ley, dos de los principales obstáculos para la realización de la inversión privada en un nicho de mercado que en el Perú y específicamente en la ciudad de Cajamarca, una ciudad que actualmente viene creciendo tanto en demografía como en sectores importantes como el turismo, aún no ha sido explorado en su totalidad.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

A nivel internacional, autores como Sosa Olán (2015) a través de su investigación titulada *“El derecho de desistimiento como mecanismo protector del consumidor en la contratación electrónica”* se han cuestionado, *“¿De qué manera el desistimiento es un instrumento más de protección al consumidor en materia de contratación a distancia y en particular en materia de contratación electrónica?”*, llegando a la conclusión de que *“Conforme los resultados, el derecho de desistimiento promueve el comercio electrónico*

a la vez que funciona como un nuevo mecanismo de respaldo a los derechos del consumidor”.

El autor argentino, Machín (2016) a través de su investigación denominada *“Contratos electrónicos, su regulación en el código civil y comercial de la nación (ley 26.994) y en la ley de defensa del consumidor (Ley 24240)”* se planteó como tema a investigar, las diferencias entre los negocios jurídicos celebrados a través del e-commerce y aquellos celebrados en forma tradicional, *llegando a la conclusión de que los contratos celebrados por medio electrónicos aparecen para evidenciar que se puede celebrar actos y negocios jurídicos, civiles y comerciales por otros medios que los tradicionales. Por la evolución de la tecnología junto con la aplicación de Internet como una red de redes de ordenadores, se pueden ejecutar un sinnúmero de contratos, que van a producir efectos jurídicos, como así también generar derechos y obligaciones entre las partes contratantes e intervinientes, a pesar de haber un intervalo de tiempo entre la oferta y la aceptación o consentimiento entre las partes, ya que el medio de comunicación que los une es el medio electrónico, no existiendo presencia física simultánea por ambas partes, transmitiéndose la oferta y la aceptación por medios de equipos electrónicos de datos, conectados a una red de telecomunicación.*

Posteriormente, la autora argentina **Rosas Villarrubia (2020) mediante la investigación titulada “Seguridad jurídica en contratos de consumo celebrados por medios electrónicos”** se planteó como problema *¿Cuál es el grado de seguridad jurídica en el sistema legal y la regulación normativa Argentina incorporada con la sanción del Código Civil y comercial en el año 2015? Llegando a la conclusión de que “La regulación normativa es insuficiente y debe implementarse con el objetivo de responder ante el uso particular de plataformas digitales”.*

A nivel nacional, en una investigación realizada por Rodríguez Rodríguez (2014), en donde se responde a la pregunta “*¿De qué manera la actual Ley de Protección y Defensa al Consumidor N° 29571 regula la celebración de los contratos electrónicos a fin de garantizar la seguridad jurídica de los consumidores en Trujillo, 2014?*” se concluyó que: “*la regulación insuficiente de la contratación electrónica en la Ley de Protección y Defensa al Consumidor, Ley N° 29571 incide en la vulneración del derecho de los consumidores, 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*” (p. 24)

Esta es una investigación que resulta importante por cuanto ya deja notar que, para comienzos del año 2014 en el Perú, el comercio electrónico se encontraba cada vez más presente en el hacer cotidiano de las personas, y la omisión en su regulación o la insuficiencia de esta, desde ese momento ya afectaba directamente los derechos de los consumidores, impidiendo que gran parte del flujo económico generable mediante dicha actividad se desarrolle con normalidad y seguridad.

Partiendo de dicha problemática, Cabrejos Valdez & Guerrero Ortiz (2018) a través de su investigación titulada “Perfeccionamiento del contrato electrónico en el Perú como medida de protección jurídica del consumidor” se cuestionan “*¿De qué manera la regulación del perfeccionamiento del contrato electrónico en el Perú permitirá obtener una mayor protección jurídica a favor del consumidor?*”, llegando a la conclusión de que una modificación del Código de Protección y Defensa del consumidor en el Perú habría permitido establecer los parámetros necesarios para darle mayor seguridad al

comercio electrónico. Resaltando la insuficiente regulación del ordenamiento jurídico nacional sobre la materia y su evidente impacto en la seguridad jurídica del consumidor.

Tres años después, Castro Cuba & Machado Fernández (2021) a través de su investigación titulada *“Implementación del Dropshipping en las empresas que hacen uso de las plataformas de Ecommerce en Lima Metropolitana en el año 2020”* han abordado el problema en forma más específica, cuestionándose *¿De qué manera se implementa el dropshipping en las empresas que hacen uso de las plataformas de Ecommerce en Lima Metropolitana en el año 2020?* Frente a ello, los resultados obtenidos llevaron a la conclusión de que *la mayoría de organizaciones aún no conocen el modelo logístico del dropshipping y cómo se manejan, a su vez consideran que no está regulado. Tampoco hay capacitación respecto a su implementación y desarrollo, lo que importa temor a ser estafados por el pago anticipado a empresas que ofrecen por internet.*

El mismo año, García Franco (2021) a través de su investigación titulada *“El contrato electrónico y la seguridad jurídica del consumidor 2021”* se cuestiona *“¿De qué manera el contrato electrónico influye en la seguridad jurídica del consumidor?”* llegando a la conclusión de que *“Conforme los resultados, se llega a la conclusión de que los contratos electrónicos no brindan seguridad jurídica no sólo a los consumidores sino a todas las partes implicadas en estos”*. Con ello, el autor devela el principal problema que el ordenamiento jurídico del país genera a través de la insuficiente regulación del comercio electrónico: la inseguridad jurídica.

2.1.1. El negocio jurídico de los e-commerce

El contrato o también denominado por Espinoza Espinoza (2017) “negocio jurídico”, viene a ser la declaración de voluntad proveniente de dos o más sujetos a efectos de regular sus intereses mediante una regla de conducta. Este acto jurídico se encuentra en casi todos

los aspectos de la vida de las personas y en cómo estas se interrelacionan para crear, modificar o extinguir vínculos de naturaleza jurídica, habiendo predominado siempre su celebración de forma física. Sin embargo, desde el boom del internet a nivel global a inicios de la década de los 90's, la totalidad de los ordenamientos jurídicos en el mundo se han visto obligados a convivir con nuevas formas de contratar, sin la necesidad de llevarse a cabo presencialmente, apoyándose en las facilidades del nuevo mercado virtual y los medios electrónicos producto del avance incesante de la tecnología.

Aquellas nuevas formas de contratar, a su vez, han generado nuevas formas de comercio, como el que actualmente predomina a nivel global y se conoce con el nombre de comercio electrónico o *e-commerce*, que no viene a ser más, que cualquier modo de intercambio apoyado en plataformas y medios electrónicos. El inicio del comercio electrónico, conforme afirma Lindo (2022) se puede remontar a la venta *online* del primer libro de Amazon en 1995. Sobre tal hecho, debe recordarse que Jeff Bezos, dueño de Amazon, pese a no ser la primera persona a quien se le habría ocurrido la venta de productos haciendo uso de portales web, sin embargo, sí fue el primero en sentar las bases de lo que posteriormente se conocería como “Marketplace” que no viene a ser más que una plataforma virtual donde diferentes empresas, marcas y otros, pueden ofertar y vender sus productos o servicios.

Un año después en 1996, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI-UNCITRAL) implantaría la ley Modelo sobre el Comercio Electrónico, mediante la cual se establecieron las bases, para la concepción común de nuevos términos dentro del comercio electrónico, así como también, los lineamientos sustanciales para que cada país vinculado por dicho órgano, pudiera implementar su propio ordenamiento consolidado en normatividad referente al comercio electrónico. Tal hecho fue un gran paso

para incorporar mayor seguridad jurídica a las primeras formas de intercambio que para entonces se celebraban usando los medios electrónicos.

Posteriormente a ello en 1998 *PayPal* que para entonces tenía la denominación *Confinity*, una de las empresas de comercio electrónico más reconocidas a nivel global, logró crear un sistema de pago online que permitía realizar transacciones bancarias de manera simplificada y segura. La importancia de este suceso, como es posible imaginárselo, radica en que con ello se abrió un espectro muy amplio a la posibilidad de intercambio entre consumidores y proveedores de productos, haciendo uso solamente de las redes electrónicas. Podría considerarse inclusive, que consistió en un gran paso no solamente para el crecimiento y simplificación del *e-commerce*, sino también, en la seguridad de los consumidores al celebrar contratos electrónicos.

Ese mismo año 1998, la Organización Mundial de Comercio también sentaría las bases del *e-commerce*, habiéndose celebrado la Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial, mediante el cual, entre muchas otras disposiciones, dicho cuerpo normativo, solicitó la implementación de líneas maestras de trabajo, y al mismo tiempo, se establecieron ciertos criterios de competencia. Conforme Chacón Gonzales & Tiffer Hangen (2022), la Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial abrió las posibilidades de negociación respecto a las políticas que se implementarían para superar los obstáculos en la contratación electrónica mundial identificadas por la organización, pero también, por los estados miembro.

Dos años después, en el 2000 tanto Google como Yahoo ingresarían al mundo del *e-commerce* y Walmart lanzaría su primer *Marketplace* o tienda virtual. Con ello, dos de las más grandes empresas de intercomunicación electrónica a nivel mundial, empezaría la mayor campaña de globalización respecto al *e-commerce* y las bondades que traía consigo. Walmart por su parte, sentaría las bases de lo que actualmente la mayoría de empresas han

adoptado para mejorar la accesibilidad del consumidor para con sus productos, nos referimos a los *market places* o mercados en línea, los cuales de acuerdo con Aguilar y Murande (2022) vienen a ser plataformas de comercio electrónico donde la información de diversos productos es proporcionada por terceros para unir a vendedores y compradores impulsando de esa manera la transacción comercial.

En el año 2013 China se convertiría en el país con el comercio electrónico más grande del mundo. Aquello no sería un mero golpe de suerte, las razones primordiales por las que China empezaría a dominar el *e-commerce* en tal año serían, conforme señala González García (2020) en primer lugar, la conformación de un sólido marco normativo respecto a la contratación electrónica por parte del país asiático, y en segundo lugar, la integración de notables medios electrónicos y de pago cuya finalidad sería dar certeza a las transacciones dentro del e-commerce, hecho que traería como consecuencia inmediata, la aceptación de la población respecto a esa nueva modalidad de contratación.

Para el año 2020 los usuarios que celebran contratos electrónicos en el mundo, superarían los tres mil millones, en gran parte, obligados por la pandemia originada por la Covid-2019, y es que tal como se mencionó en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2021) el comercio electrónico mundial impulsado por la pandemia habría alcanzado los 26,7 billones de dólares. Este dato, permite concluir que, históricamente, la implementación del *e-commerce* y con ello, la celebración de contratos electrónicos alrededor del mundo, ha seguido una tendencia de crecimiento gigantesca, la cual indiscutiblemente seguirá siendo la tendencia de los años venideros, en reemplazo de la contratación tradicionalmente conocida.

Frente a esta nueva realidad, el Derecho no ha sido indiferente, así por ejemplo en el año 2005 se celebró la Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las

Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, cuya finalidad conforme la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (UNCITRAL, 2005) fue la de garantizar que los contratos electrónicos celebrados en el comercio internacional tengan la misma validez y sean igual de eficaces que los contratos tradicionales sobre papel. Sobre los contratos electrónicos, coincidimos con lo mencionado por Aznar Esquivel (2017) para quien el contrato electrónico es todo aquel en el que la oferta y su aceptación son transmitidos por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

Así también, conforme menciona Gómez Moscoso (2017) países potencia como Canadá y Estados Unidos, optaron por considerar a los contratos electrónicos en su normatividad como contratos a distancia, usando términos como “*mail box rule*” o regla (norma) del correo. Mediante dicha regla, se considera aceptada una oferta electrónica a partir del envío de la aceptación por algún medio electrónico como el correo. Sin embargo, aquello viene a ser inaplicable cuando el acto de aceptación se restringe a un click sobre determinados botones digitales que usualmente se pueden ubicar con textos como “acepto”, “comprar” u otros; esta regulación es especialmente importante en razón a que, a partir de dicha aceptación, el riesgo conforme dichos ordenamientos jurídicos siempre será asumido por el ofertante, revistiendo así de plena seguridad al consumidor.

Como se puede apreciar, la implementación del *e-commerce* en los ordenamientos jurídicos a nivel global, no sólo ha consistido en la mera descripción o definición del comercio electrónico, sino que, además ha buscado revestir de seguridad jurídica y eficacia a la contratación electrónica. Ello ha debido establecerse así, tanto por las diferencias que posee el comercio electrónico a comparación del comercio tradicional como por la necesidad de consolidar un ordenamiento jurídico eficaz frente a lo que, conforme se ha visto, integrará el nuevo escenario de contratación en reemplazo de lo tradicionalmente conocido. La

regulación en materia de e-commerce en el mundo, ya no es simplemente una necesidad legislativa, sino que además viene a ser una suerte de inversión jurídica o legislativa a largo plazo en pro del desarrollo económico de los estados que decidan implementarlo.

Al margen del impulso que la pandemia por la Covid-19 ha generado a nivel global en favor de la implementación del *e-commerce*, el continente europeo no ha quedado relegado siendo una de las principales regiones que apostó desde la década pasada de los dos mil, por la regulación del *e-commerce* y todas sus implicancias en el comercio actual. Conforme Moore (2016) el *e-commerce* en Europa ha tenido un crecimiento exponencial muy grande, sobre todo entre los años 2007-2015 donde anualmente la tendencia al crecimiento fue duplicándose, destacando principalmente los países de Alemania y Reino Unido, al tratarse de potencias con un mayor poder adquisitivo y ordenamientos jurídicos que dotan de predictibilidad tanto a proveedores como consumidores dentro del *e-commerce*.

Este crecimiento del *e-commerce* no solo trajo una ventaja en recaudación tributaria para los países europeos que implementaron seriamente su regulación, sino que además, se convirtió en una rotunda fuente de empleo. Así por ejemplo, conforme detalla Zaitung (2021) el comercio electrónico en Alemania aporta cien mil millones de euros anuales al producto interno bruto del país, además emplea directa e indirectamente a más de 1,26 millones de personas. Agregado a ello, no es un misterio ni una sorpresa, que Alemania se encuentre actualmente considerada la cuarta potencia en el mundo, este hecho solo viene a ser parte de una consecuencia necesaria del buen aprovechamiento de las nuevas tendencias del comercio, su regulación y principalmente, la predictibilidad que se le otorga jurídicamente a dichas transacciones en pro de la seguridad de proveedores y consumidores finales.

En el caso de Reino Unido, el *e-commerce* ha logrado acaparar para el año 2019, gran parte del comercio total de dicho país, atrayendo cada vez mayor atención por la seguridad

jurídica que el país ha otorgado mediante leyes como la Ley de Autenticación Fuerte del Cliente. Conforme Episerver (2019) en el país británico, aproximadamente el 38 % de los consumidores totales compran online al menos una vez por semana, teniendo como principal origen al uso de las nuevas tecnologías móviles. Dicho crecimiento también se debe a que la regulación sobre la materia en dicho país, se ha concentrado no solamente en la protección del consumidor final, sino también, en la proporción de la mayor seguridad jurídica a inversores y empresas nacionales privadas como el principal motor de la economía en dicho país.

La propia Unión Europea mediante Directiva 770-2019 del Parlamento Europeo y del Consejo del 20 de mayo del 2019 relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales, ha establecido una suerte de armonización de la regulación del contrato electrónico con la finalidad de establecer un alto grado de seguridad jurídica de los consumidores por medio de normas comunes que exigen requisitos mínimos a la celebración de contratos entre empresarios y consumidores (Unión Europea [UE], D770-2019 de 2019). Este planteamiento no solamente ha reforzado la seguridad jurídica en la contratación electrónica del continente europeo, sino que con ello también ha logrado unificar la predictibilidad tanto de proveedores como de consumidores frente a ofertantes de talla mundial como Apple y demás empresas con gran incidencia en el mercado global, mediante ciertos requisitos mínimos para la celebración de contratos online.

En la legislación española el *e-commerce* se ha implementado de manera específica mediante la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, con el objeto de regular el régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y la contratación por vía electrónica. Conforme el artículo primero del cuerpo normativo mencionado, mediante dicha ley se establecen las condiciones relativas a la validez y eficacia en la celebración de contratos electrónicos (Jefatura del Estado Español [JEE], L24-2019 de

2002). Ello implica un gran avance en cuanto contratación electrónica se refiere, toda vez que, mediante leyes de esta naturaleza, el ordenamiento jurídico puede interpretar las clásicas teorías contractuales y darles vitalidad mediante una nueva discusión doctrinal sobre la base ya no de mera especulación, sino de normas consolidadas sobre la materia.

También se tiene El Real Decreto Legislativo 1/2007, en cuyo artículo noventa y cuatro señala su aplicación frente a la contratación que deba llevarse por medios electrónicos; y en su artículo noventa y ocho, establece requisitos esenciales que el empresario que comercializa por medios electrónicos debe poner en conocimiento del consumidor o usuario de manera clara y detallada. Sin embargo, de todo el articulado, esta norma llama la atención por su capítulo tercero, en cuyos artículos reconoce y desarrolla de manera acertada el derecho del desistimiento, el cual siendo aplicable a la contratación electrónica permite que entre muchas otras cosas, que el consumidor al cabo de 14 días naturales pueda desistirse del contrato sin indicar motivo alguno ni incurrir en costes adicionales, motivo por el cual cualquier cláusula contractual que se imponga al consumidor por el ejercicio de este derecho, se considera nula de pleno derecho (Ministerio de la Presidencia Española [MPE], DL 1-2007 del 2007). Con dicha disposición como se puede apreciar, si bien no se incorpora directamente al consumidor en los actos preparatorios de la celebración contractual, sí se obliga al proveedor a que considere ciertas reglas mínimas de defensa y protección al consumidor en los contratos que se realicen, los que comúnmente son contratos meramente de adhesión.

En la región latinoamericana, la implementación del *e-commerce* también ha seguido una fuerte tendencia de crecimiento, aunque su principal impulso ha sido definitivamente la llegada de la pandemia originada por la Covid-19. Y es que, un suceso de tal magnitud, ha logrado que muchos de los países latinoamericanos en vías de desarrollo se vean obligados a adaptarse a lo que en su momento se denominó “nueva normalidad” que principalmente

consistía entre otras cosas, en el uso indispensable de las nuevas tecnologías para reactivar la dinámica económica de dichos países. Este escenario, al mismo tiempo ha obligado a que los órganos legislativos de los países latinoamericanos puedan implementar leyes que respondan a la contratación electrónica dentro del *e-commerce*.

Uno de los países pioneros en la regulación normativa de los contratos electrónicos es sin duda alguna Colombia, que, mediante su Estatuto del Consumidor, específicamente en su artículo 49 ha definido como comercio electrónico a la suma de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y consumidores para la comercialización de productos y servicios (Congreso de Colombia [CC] Ley 1480 de 2011). Con ello, no solamente se ha dado contenido a un concepto que en muchos países aún sigue siendo vago, si no que se ha podido unificar la respuesta de los órganos frente a la contratación electrónica y los requisitos mínimos que debe poseer para considerarse segura.

Argentina tampoco se ha quedado atrás, si bien no ha establecido regulación específica sobre el comercio electrónico en materia de los derechos del consumidor, en el artículo treinta y tres de la ley 24.240 “Defensa del Consumidor”, se puede considerar que esta dota de contenido a los contratos electrónicos, bajo la denominación de Venta por Correspondencia y Otras. Considerado que viene a ser aquella que se efectúa por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar y la respuesta a la misma se realiza por iguales medios (Honorable Congreso de Argentina [HCA], Ley 24.240 de 1993). Sin embargo, se puede apreciar que dicha regulación sigue siendo insuficiente puesto que en el país sudamericano aún no se ha logrado establecer una suerte de reglamentación específica sobre la materia.

En Chile, a su vez, mediante ley 19955 que modifica la ley 19496 Sobre Protección de los derechos de los consumidores, se ha establecido en el artículo tres, cierta regulación respecto de los contratos celebrados por medios electrónicos, así como también, respecto a aquellos que se pudieran aceptar a través de catálogos avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia. Ello con el fin de establecer que también corresponde en dichos casos, ejercer cierto derecho de retracto, estableciendo con ello mayor seguridad jurídica a la contratación electrónica (Honorable Congreso Nacional de Chile [HCN], Ley 19955 de 2004). Esta disposición es interesante, puesto que recoge cierta influencia del derecho de desistimiento que ya sea podido apreciar del ordenamiento jurídico español, sin embargo, tampoco han existido mayores avances en cuanto contratación electrónica en específico se refiere.

En la región, Perú es uno de los países que no ha implementado suficientemente en lo que respecta a su ordenamiento jurídico, normas que puedan responder al fenómeno de la contratación electrónica de manera suficiente. Sin embargo, se pueden apreciar ciertas normas que de manera indirecta intentan cubrir ciertos ámbitos de los contratos electrónicos. Así, por ejemplo, se tiene a la ley 27291 que en cierta forma permite que las personas puedan manifestar su voluntad haciendo uso de medios electrónicos. Se tiene también a la ley 27269 y a la ley 27310 que establecen la posibilidad de efectuar firmas y certificados digitales. Además, se debe mencionar que mediante la Ley 27309, las leyes en materia penal, implementaron a los delitos informáticos como una medida de protección a consumidores que hacen uso de medios electrónicos para abastecerse de productos o disfrutar de servicios.

Como se ha podido apreciar, son las principales potencias económicas en el mundo, quienes integran parte de los pocos países que han establecido una regulación sólida frente a la contratación electrónica. Esto ha permitido que dichos países no solamente crezcan económicamente, sino que además puedan ampliar la gama de empleos que puede generar

una implementación segura del *e-commerce*. Lamentablemente, si bien existen esfuerzos legislativos y propuestas en miras a ser discutidas, en Latinoamérica aún nos encontramos lejos de tener regulación suficiente para responder a las contrataciones electrónicas y los riesgos que implica en materia del consumidor.

2.1.2. Teoría de la responsabilidad jurídica

La suma de actos jurídicos con que encontramos y celebramos día a día, deben su existencia y frecuencia, a la certeza que nos proporciona el ordenamiento jurídico respecto a su tratamiento, ya sea de manera general o especial. Sin este conjunto de prescripciones normativas, la celebración de cualquier acto jurídico implicaría una constante incertidumbre sobre cada aspecto de este, desde su nacimiento hasta su perfeccionamiento. Esa certeza que, establecida por el ordenamiento jurídico de un país, entendido como el conjunto de normas regla y normas principio contenido en distintos enunciados normativos de diferente rango, es lo que se puede denominar: seguridad jurídica. Sin embargo, en la doctrina no hay uniformidad cuando de desarrollar su definición se trata, esto debido a la posibilidad de entender a la seguridad jurídica desde diversas perspectivas.

Así, Hobbes citado por Barba Martínez (1990) considera que la seguridad jurídica es una “situación de paz” como consecuencia del denominado contrato social. El autor complementa la idea asegurando que se trataría de un concepto complejo que evoca tranquilidad debido a la ausencia de miedo y violencia. Por su parte, Gavilánez Villamarín et al. (2020) consideran que la seguridad jurídica como fin del Derecho viene a constituir una “garantía del Estado” en favor de las personas, mediante la cual les asegura que sus bienes y derechos fundamentales no puedan ser objeto de daños o violaciones por parte de terceros, y

que de serlo, el Estado cuenta con los medios necesarios para retribuir el daño causado, castigando a los responsables y reparando a los afectados.

Cea Egaña (2004) sin embargo, refiere que la seguridad jurídica vendría a ser una “situación emocional” de confianza por parte de una determinada persona frente al ordenamiento jurídico, por el solo hecho de saber qué debe cumplir, y qué conductas son y seguirán siendo observadas por este. Complementando esta idea, Lifante Vidal (2013) considera que una condición necesaria que la seguridad jurídica debe proporcionar sobre las relaciones sociales es su previsibilidad, refiriéndose a la posibilidad de anticipar los supuestos de hecho sobrevinientes en la realidad.

Como se puede apreciar, la seguridad jurídica tiene muchos ámbitos de comprensión, sin embargo, para fines de la presente investigación, se asumirá una posición que consideramos, sintetiza a todas las anteriores, nos referimos a lo referido por Pérez Luño (2000) que considera que la seguridad jurídica es un valor enraizado en las bases de todo Estado de Derecho, posible de ser solamente cuando concurren dos exigencias objetivas en el ordenamiento jurídico: su corrección estructural y su corrección funcional. La primera referida a la correcta formulación de las normas jurídicas y la segunda, referida al cumplimiento de las mismas. En ese orden de ideas, puede decirse que existirá seguridad jurídica respecto a cierto acto jurídico si es que existe una correcta formulación de normas jurídicas sobre su tratamiento y si es que, al mismo tiempo, dichas normas se cumplen por quienes celebran dichos actos y por los órganos encargados de su aplicación.

A. Grados de seguridad jurídica

Tratar de medir la seguridad jurídica de un ordenamiento jurídico es una tarea igual de ardua que la que conlleva tratar de definir a qué nos referimos cuando hablamos de seguridad.

La dificultad disminuye cuando nos restringimos a medir la seguridad jurídica respecto de una materia específica o un supuesto de hecho con relevancia jurídica. Con ese objetivo, la presente investigación asumirá el sistema de graduación o nivelación proporcionado por Sagüés (1997) que considera la existencia de tres niveles o grados de seguridad jurídica. En el primer nivel, el poder de regulación se concentra en el Estado, que deliberadamente puede establecer respuestas jurídicas sin que los sujetos sobre quienes recaen los efectos de estas puedan oponerse; se trata de un escenario despótico en el cual la seguridad jurídica proporciona predictibilidad y certeza respecto a conocer quién emite la respuesta jurídica ante una determinada situación, por ser el órgano encargado de hacerlo. En el segundo nivel no sólo se tiene certeza respecto a quién debe establecer respuestas jurídicas, sino que además se puede pronosticar en buena medida el contenido de las decisiones o respuestas jurídicas. Y finalmente, en el tercer nivel ya se puede hablar de un ordenamiento jurídico que proporciona certeza sobre el quién, cómo y el qué de los comportamientos de relevancia jurídica, además proporciona una neutralización de peligros, respetando siempre los derechos fundamentales.

En palabras simples, nos encontramos en un primer nivel cuando el Estado decide deliberadamente establecer o no, una determinada respuesta jurídica o regulación, pese a la demanda social de que esta se establezca, razón por la cual, la única certeza o predictibilidad que se puede asumir se da respecto a conocer quién ostenta el poder para regular. Nos encontramos en un segundo nivel, cuando además de conocer quién ostenta el poder para regular, se puede tener cierta predictibilidad sobre el contenido de esa regulación. Y finalmente, nos encontraremos en un tercer nivel o grado de seguridad jurídica cuando además de poseer las certezas mencionadas en el nivel anterior, se tiene certeza y predictibilidad respecto a qué se ha regulado, porque lógicamente, en este grado ya existe una regulación observable por los sujetos de derecho.

2.1.3. Teorías del perfeccionamiento de contratos

Una de las principales discusiones a nivel doctrinal, es aquella correspondiente a la formación y perfeccionamiento de los contratos. Nos referimos con esto, a las diversas respuestas que ha dado la doctrina para entender en qué momento se debe tener por conocida la manifestación de voluntad entre los sujetos que celebran un contrato, esto es: el ofertante y el oferente. La utilidad de dar respuesta a dicho problema, responde a conocer con certeza, en qué momento se perfecciona un contrato y, por ende, desde qué momento se van a generar tanto los derechos como las obligaciones entre las partes que lo celebran. Para ello también es necesario mencionar que, la aceptación conforme lo describe Pérez (2015) viene a ser aquella declaración de voluntad por la que un sujeto manifiesta su voluntad de vincularse contractualmente con quien le ha remitido una oferta que viene a ser el oferente; quedando entonces dos partes esenciales en la celebración de un contrato: el aceptante y el oferente.

En ese sentido, se pueden mencionar entre las principales teorías que han buscado responder dicha interrogante a la teoría de la emisión, teoría de la expedición, teoría de la recepción, y la teoría del conocimiento. Para cuya ilustración y sin ánimos de hacer un análisis exhaustivo de las mismas, estableceremos las siguientes definiciones:

- **Teoría de la emisión:** Mediante esta teoría, se considera que un contrato queda perfeccionado al momento que se emite o manifiesta la aceptación, esto es, al margen de que el oferente conozca tal declaración. Así, por ejemplo, en las ofertas electrónicas, el sólo hecho de que el aceptante de una oferta redacte un e-mail aceptando la oferta, podría considerarse suficiente para considerar que el contrato se ha logrado perfeccionar. Así conforme establece Pavel (2015) la teoría de la emisión o declaración, se sustenta en el hecho de que el contrato se perfecciona en el lugar y momento en que se declaró su aceptación, avocados en la ejecución del contrato sin que su contraparte sea consciente de ello.

- **Teoría de la expedición:** Mediante esta teoría la doctrina también llamada, teoría de la remisión; se exige un paso adicional a la teoría de la emisión, entendiendo que no basta con la emisión de la declaración de la voluntad, sino que, además, es necesario esta que se haya expedido, remitido o enviado al oferente. En el caso de las contrataciones electrónicas, mediante esta teoría, el enviar un e-mail a la cuenta de correo electrónico del oferente, sería hecho suficiente para considerar que el contrato se ha perfeccionado, aún cuando dicho correo no haya sido leído o conocido por el oferente. Respecto a dicha teoría Patroni Vizquerra (2011) menciona que el contrato se considera perfeccionado desde el momento en que la voluntad de celebrar el contrato se separe de su esfera personal y sea enviada al oferente.
- **Teoría de la recepción:** Bajo esta teoría, como puede anticiparse, se entenderá perfeccionado un contrato siempre que, además de que la manifestación de la voluntad del aceptante sea remitida al oferente, esta llegue a la esfera de dominio del oferente. En ese sentido, nuevamente remitiéndonos a la contratación electrónica, se entenderá perfeccionado el contrato cuando por ejemplo el correo electrónico que contiene la aceptación, llegue a la bandeja de entrada del correo electrónico del oferente sin que sea necesario que este conozca dicho contenido, en ese sentido, no se cumpliría con la teoría de la recepción en el supuesto caso de que dicho correo llegue al apartado denominado “correo no deseado” o “spam”. Al respecto Durany Pich (1993) menciona que el contrato se considera perfeccionado cuando la aceptación llega al domicilio o círculo de intereses del oferente.

- **Teoría del conocimiento:** Esta teoría, considera perfeccionado un contrato siempre que, además de que se declare, envíe y recepcione la declaración de aceptación al oferente, el contenido de la misma sea conocido por este. En ese sentido, remitiéndonos al ejemplo ya empleado con anterioridad, se entenderá perfeccionado el contrato siempre que el correo electrónico remitido y recepcionado en la bandeja de entrada del correo electrónico del oferente sea leído por este.

Ahora bien, en el caso del ordenamiento jurídico peruano, específicamente frente a la contratación electrónica, se ha optado por asumir la teoría de la recepción. Presumiendo que se ha recepcionado la declaración de aceptación cuando el aceptante recibe el acuse de recibo. En ese sentido, cuando se compra online, se entiende perfeccionado el contrato electrónico, por ejemplo, cuando el consumidor recibe un mensaje de “pedido recepcionado” que podría ser equiparable a lo que el ordenamiento denomina “acuse de recibo”.

2.1.4. Marco Conceptual

A. Definición de e-commerce, e-business y m-business

El comercio electrónico, no solamente es un fenómeno de hecho si no también de derecho, por lo que necesariamente debe poseer un tratamiento específico en los ordenamientos jurídicos a nivel global, es por ello que, como no podía ser de otra manera, se han establecido nuevos términos comerciales para identificar los tipos de comercio que existen en un comercio online. Así tenemos por ejemplo a los términos de: *e-commerce*, *e-business* y *m-business*. Sobre los cuales, pese a guardar grandes similitudes, es necesario establecer sus diferencias y particularidades, sobre las que se puede decir lo siguiente:

El *e-commerce* puede ser considerado como cualquier forma de transacción en la cual, los sujetos que participan interactúan electrónicamente, incluyendo ventas, promoción, toma de órdenes, entrega, servicios al consumidor y manejo de la lealtad

del consumidor [...] por su parte el *e-business* incluye al *e-commerce* pero además cubre procesos internos como producción, inventario, desarrollo de productos, recursos humanos, finanzas, negociación, administración del riesgo y desarrollo de internet, intranet y extranet; finalmente el *m-business* se usa para referirse al *móvil business* que no viene a ser más que una forma remota de dirigir los *e-business*.
(Malca, 2020, pp. 33-36)

Para efectos de la presente investigación consideraremos e-commerce a toda forma de intercambio electrónico que por lo menos cuente con un proveedor de productos o servicios y un consumidor independientemente del medio electrónico que se use para el perfeccionamiento de los contratos electrónicos que dentro de este se celebran. En ese sentido y con fines ilustrativos, no incidiremos en las denominaciones de *e-business* y *m-business*, a las cuales consideramos formas o métodos de generar *e-commerce*.

B. Definición de términos básicos en virtud al Código de Protección y Defensa al Consumidor, Ley N° 29571 (Perú, 2010)

La legislación nacional vigente en materia de derechos del consumidor, ha establecido una suerte de definiciones esenciales para interpretar la actividad comercial, las cuales pasamos a exponer. Así se tiene:

- Consumidores: Son consumidores las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, círculo social ajeno a una actividad empresarial o profesional.
- Proveedores: Son proveedores las personas, ya sean naturales o jurídicas, que de manera habitual fabrican, elaboran, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores.

- **Producto:** El producto es un bien mueble o inmueble, material o inmaterial el cual se ofrece a un mercado para ser adquirido y satisfacer un deseo o necesidad.
- **Servicio** Un Servicio es un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa y el cuales es ofrecido en el mercado.
- **Relación de Consumo** Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o servicio a cambio de una contraprestación económica.

C. Contratos electrónicos

Ahora bien, ya que se ha logrado describir de manera general la implementación gradual que vienen teniendo los ordenamientos jurídicos respecto de los contratos electrónicos, es indispensable definir a qué nos referimos cuando hablamos de contratos electrónicos. Sobre ello, Carballo (2021) considera que se trata de un modo de contratación en la que, oferta y aceptación, se producen a través de equipos de tratamiento de datos, conectados a una red de comunicaciones. Moreno Navarrete (2016) profundiza un poco más respecto a este punto, el autor considera que los contratos electrónicos no son más que un contrato a distancia con dos particularidades esenciales, la primera referida al uso necesario de un medio electrónico para formar la manifestación de voluntad y la segunda, referida a la permanencia en el medio electrónico, de la prueba del negocio cierto, por tratarse de un contrato escrito *sui generis*.

Como se puede apreciar, la definición del contrato electrónico, solo agrega una condición necesaria al contrato tradicional o físico, dicha condición se encuentra referida al uso de un medio electrónico para su celebración. Sin embargo, ello nos lleva a otra interrogante esencial ¿Qué es un medio electrónico? Respondiendo esto, nos restringiremos

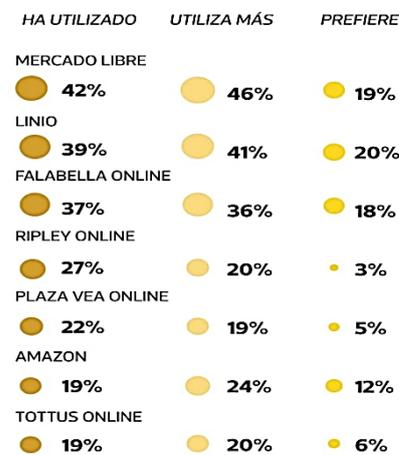
para fines de la presente investigación, a la definición que la Real Academia Española (2022) ha otorgado a “medio electrónico” entendiéndose por este, a todo “Mecanismo, instalación, equipo o sistema que permite producir, almacenar o transmitir, documentos, datos e informaciones, incluyendo cualesquiera redes de comunicación abiertas o restringidas como internet, telefonía fija y móvil u otras” (párr.1).

D. Contratos electrónicos dentro del E-commerce

Una vez establecida la definición de “contrato electrónico” entendido como aquel contrato tradicional cuya celebración a distancia es posible mediante el uso de un determinado medio electrónico, se desarrollarán, los principales tipos o clases de contratos electrónicos, que se celebran dentro del comercio electrónico o *e-commerce*, entendido a su vez como cualquier forma de transacción o intercambio de prestaciones en la cual, los sujetos que participan interactúan haciendo uso de medios electrónicos.

- **Contratación electrónica por correo electrónico.** La contratación por Internet mediante correo electrónico se da cuando dos o más personas acuerdan utilizar el correo electrónico para negociar como actos preparatorios de la celebración de un contrato electrónico, el mismo que finalmente se perfeccionará usando el medio electrónico del “correo” para manifestar la voluntad de las partes. Dentro de las plataformas más usadas en este tipo de contratos se tiene por ejemplo a: *Gmail, Outlook, Yahoo! Mail, I Cloud* y otros. En el Perú, esta modalidad al ser una de las más fáciles de emplear, es una de las que se usan con mayor frecuencia.
- **Contratación electrónica mediante página web:** Los contratos por página web como su propio nombre menciona, se celebran haciendo uso de una página web determinada que proporciona un servicio o producto requerido por el

consumidor, quien antes debería poder leer los términos y condiciones de la transacción para finalmente perfeccionar el contrato interactuando con algún botón electrónico como los que normalmente poseen términos como “Haga click para pagar” o “completar compra”. En el Perú, las páginas que usualmente se usan con dicho fin se integran en su mayoría por tiendas electrónicas como, por ejemplo, Linio, Mercado Libre y Amazon; se adjunta para mayor detalle la siguiente figura 1:



Nota. La imagen pertenece a Arellano Consultoría (2021)

- Contratación electrónica mediante aplicación móvil.** Esta clase de contratos, son similares a los anteriores, sin embargo, mantienen una diferencia sustancial; los contratos mediante páginas web, se llevan a cabo necesariamente, con la ayuda de un navegador como puede ser Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera y otros; por su parte los contratos electrónicos por medio de aplicaciones móviles, se valen de paquetes de software que se deben descargar en un dispositivo para a partir de ello poder celebrar el contrato. Piénsese en el siguiente ejemplo: Si una persona quiere comprar algún producto en Linio desde su equipo celular, tiene dos opciones, la primera es ingresar al navegador Chrome buscar la página web de la empresa y finalmente realizar su compra; sin embargo, también puede descargar la aplicación de Linio en su celular y

comprar el producto directamente desde ahí. Cuando hablamos de contratación electrónica mediante aplicación móvil nos referimos a esa segunda opción.

- **Contratación electrónica mediante redes sociales.** Al hablar de esta forma de contratación nos referimos a todos aquellos contratos que se celebran haciendo uso de las funciones de mensajería que diversas redes sociales como Facebook, WhatsApp, Twitter o Instagram ofrecen como medio de interacción entre sus usuarios. También se pueden considerar dentro de esta modalidad de celebración de contratos electrónicos, aquellos que se celebran mediante el uso de las tiendas electrónicas proporcionadas por las propias redes sociales. Claros ejemplos de esto último es el apartado de Market Place en Facebook o recientemente también en Instagram con el nombre de Tienda, los cuales no establecen ningún tipo de regulación contractual o políticas comunitarias, salvo restricciones o limitaciones para la oferta de ciertos rubros de productos y servicios como cosméticos usados, juegos de azar, armamento, servicios de connotación sexual y otros.

E. Dropshipping

En el Perú, de acuerdo a lo descrito por la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE, 2021) a mediados del 2021 el *e-commerce* llegó a un nivel de crecimiento histórico del 160%. Esto ha dado pie a que el emprendedor peruano adopte nuevas formas de e-commerce, como lo es el *dropshipping* sobre el cual, actualmente existen diversas maneras de definirlo. Conforme mencionan Román Zambrano y Álvarez Tituano (2021) viene a ser una técnica, herramienta o estrategia del comercio electrónico que se basa en la triangulación entre el cliente, la tienda online y el proveedor, sin la necesidad de almacenar los productos.

Por su parte Urbano citado por Latoure (2021) considera que el *dropshipping* es una variante del *e-commerce* cuya forma de realizarse se da con el inventariado electrónico de los productos de una tienda física proveedora del producto, de esa manera cuando se concreta un contrato de compra venta respecto de dicho producto quien se encarga de recepcionar el pedido y entregarlo al consumidor final es el proveedor, en ese caso, quien emplea *dropshipping* tiene la función de conectar al consumidor final con el producto que promociona mediante su tienda electrónica, el cual, sin embargo, no posee físicamente. Fraile Rodríguez, S. (2020) sintetizan la idea respecto a que el *dropshipping* consiste en generar una tienda online en la que no somos dueños del producto, sino que mantenemos una función de intermediarios entre el proveedor de dicho producto y el consumidor final. Para un mejor entendimiento, adjuntamos la siguiente figura:



Fuente: Fraile Rodríguez, S. (2020). Análisis de un modelo de negocio mediante dropshipping. *Repositorio de la Universidad de Valladolid*, 7-8.

Ahora bien, para fines de la presente investigación, se entenderá como *dropshipping* al modelo de negocio, mediante el cual, el emprendedor hace las veces de intermediario entre el cliente final y la empresa proveedora del producto o servicio demandado. Algunos ejemplos de este tipo de negocios a nivel internacional son *Ali exprés, Alibabá, Wish, Rappi, Amazon y Mercado Libre*; que como se puede anticipar, son empresas intermediarias entre el consumidor final y las empresas o personas proveedoras del producto que se promociona mediante sus tiendas electrónicas. Debe precisarse que, si bien algunas de estas empresas además ofrecen un servicio de *delivery* o envío, se consideran *Dropshipping* por el hecho de que no son dueños de los productos que promocionan y además, porque el servicio de *delivery constituye* un pacto accesorio, necesario y adicional al contrato electrónico referido al producto en sí mismo, respecto al cual no debe olvidarse, se trata de un contrato a distancia, no pudiendo perfeccionarse sin el envío físico del producto.

2.1.5. Hipótesis

En los consumidores cajamarquinos existe poca seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos por medio de tiendas digitales de Dropshipping.

2.1.6. Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Análisis
Seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos por medio de tiendas digitales de Dropshipping	Existencia de respuesta jurídica	Regulada No regulada	Doctrinal
	Entendimiento de la regulación	Prescribe conductas Prescribe beneficios Prescribe sanciones	Doctrinal
	Conocimiento del ciudadano	Ha realizado estos contratos Ha tenido dificultades con la entrega del bien contratado Ha resuelto estas dificultades	Porcentual

Ha realizado estos contratos	<p>1. Durante los años 2020-2023, aproximadamente ¿cuántas celebró por medio de alguna de las siguientes tiendas virtuales <i>Amazon, Mercado Libre, Rappi, Alibabá o Wish?</i></p> <p style="text-align: center;"> <i>a.</i> Entre 1 a 4 <i>b.</i> Más de 5 <i>c.</i> Más de 10 <i>d.</i> Más de 20 <i>e.</i> No he realizado </p> <p>2. ¿Antes de aceptar la compra pudo verificar fácilmente los términos y condiciones del contrato?</p> <p style="text-align: center;"> <i>a.</i> Sí <i>b.</i> No <i>c.</i> No lo creyó necesario </p>
Ha tenido dificultades con la entrega del bien contratado	<p>3. ¿Al aceptar la compra recibió un acuse de recibo o confirmación de número de pedido a su correo electrónico personal?</p> <p style="text-align: center;"> <i>a.</i> Sí <i>b.</i> No </p> <p>4. La tienda digital conforme sus términos y condiciones, ¿permitía la devolución del producto en caso llegase defectuoso?</p> <p style="text-align: center;"> <i>a.</i> Sí </p>

	<p>b. No</p> <p>5.¿Al celebrar el contrato usted conforme los términos y condiciones de la tienda, tenía la posibilidad de desistirse hasta antes de recibir el producto o por un periodo mayor a 14 días?</p> <p>a. Sí b. No</p> <p>6.¿La tienda digital proporcionó un libro de reclamaciones que pudo hallar fácilmente?</p> <p>a. Sí b. No c. No se preocupó en ellos</p> <p>7.¿Tuvo dificultades con la entrega o el producto adquirido?</p> <p>a. Sí con la entrega b. Sí con el producto c. Sí con los dos d. No tuvo dificultades</p>
Ha resuelto estas dificultades	<p>8.¿Tuvo dificultades para solucionar su problema?</p> <p>a. Sí, pero lo solucioné b. No, lo solucioné sin problema c. No lo soluciono hasta la fecha</p>

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es mixta. En ese sentido es documental por cuanto nos hemos apoyado en la búsqueda de documentos de todo tipo para adquirir conocimiento sobre la materia estudiada, dicha búsqueda ha consistido en la consulta de libros, revistas, tesis de grado y artículos científicos. Por otro lado, también se trata de una investigación aplicada, en el sentido que una vez estudiados los conocimientos adquiridos se los ha aplicado mediante encuestas, a la realidad cajamarquina, por medio de lo cual se analizó la **seguridad jurídica en los contratos de modalidad Dropshipping** en el comercio electrónico bajo la actual ley de protección al consumidor en el año 2020-2021, sin que fuera necesario proponiendo recomendaciones a modo de conclusión del trabajo de investigación.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación es descriptivo-exploratoria, por cuanto el análisis se centró en la legislación vigente sobre la materia en lo que respecta al Código Civil Peruano y el Código de Protección y Defensa del Consumidor, respecto de lo cual se describió la situación problemática. Ahora bien, además de lo mencionado, se aplicaron encuestas para esclarecer dicha realidad problemática respecto a los consumidores cajamarquinos.

3.3. Área de investigación

Las áreas que abarca la presente investigación se circunscriben a las materias de Derecho de Protección y Defensa del Consumidor, y Derecho Civil, a propósito de la legislación actual vigente en el ordenamiento jurídico peruano.

3.4. Método de investigación

El método que se utilizará en el presente trabajo es el inductivo, toda vez que se pasará de estudiar la realidad problemática local, a la formación de premisas generales que finalmente van a constituir una suerte de recomendaciones para la regulación de los

contratos electrónicos y específicamente sobre el modelo de negocio dentro del *e-commerce* denominado *Dropshipping*, con la finalidad de garantizar un mayor grado de seguridad jurídica en la celebración de los contratos electrónicos por parte de los consumidores cajamarquinos..

3.5. Técnicas de investigación

Como técnica de investigación se usará la observación documental en razón a que se valdrá de libros, artículos y revistas científicas para poder recabar la información requerida sobre contratos electrónicos y específicamente sobre el modelo de *e-commerce* denominado *Dropshipping*.

3.6. Instrumentos

El instrumento del que nos valdremos para la presente investigación es el de fichas bibliográficas, donde se presentan ideas principales y concepciones sobre los contratos electrónicos y específicamente sobre el modelo de *e-commerce* denominado *Dropshipping*. Así también nos valdremos de encuestas que servirán para conocer mejor la realidad problemática abordada.

3.7. Limitaciones de la investigación

Al margen de las limitantes económicas que toda investigación conlleva, la principal limitación u obstáculo que ha tenido el presente trabajo de investigación ha sido la falta de literatura y desarrollo respecto del modelo de negocio de *Dropshipping*. Además, una limitante importante ha recaído en la falta de regulación esencial sobre la materia

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

4.1. Seguridad jurídica de los contratos electrónicos que surgen de la modalidad de negocio Dropshipping en el Perú.

Una vez establecido el sistema de graduación asumido por la presente investigación, surge necesidad de identificar si es que nuestro ordenamiento jurídico actual puede por lo menos, prever y prevenir situaciones de desprotección en las que incurren los consumidores finales del modelo de negocio del dropshipping, quienes deben celebrar contratos electrónicos para poder abastecerse del producto que requieren.

Por esta razón, en primer lugar, nos centraremos en establecer qué tipo de contratos electrónicos son aquellos que se celebran dentro del modelo de negocio de *Dropshipping*. Respecto a ello, como ya se ha desarrollado anteriormente, los principales tipos de contratos electrónicos que se celebran dentro del *e-commerce* varían de acuerdo al medio electrónico del cual se valen para celebrarse y proyectar la manifestación de la voluntad de los sujetos contratantes. Así, se tienen cuatro tipos principales de contratos electrónicos, los celebrados mediante correo electrónico, los celebrados mediante página web, los celebrados mediante aplicación móvil y finalmente los celebrados mediante redes sociales. De todos ellos, solo el segundo y tercero pueden surgir dentro del modelo de negocio de Dropshipping, en razón a que este modelo de negocio necesariamente cuenta con una tienda electrónica que, si bien no puede establecerse en plataformas de correo, sí puede hacerlo en páginas web, aplicaciones móviles y apartados de comercio proporcionados por algunas redes sociales como Facebook con su Market Place e Instagram con Tienda. Sin embargo, para considerarse Dropshipping, también es indispensable que el intermediario cobre una comisión por cada venta cerrada entre el proveedor del producto y el consumidor final, por lo que también quedan descartados los contratos electrónicos celebrados mediante correo electrónico y, redes sociales.

Una vez que hemos identificado que dentro del modelo de negocio de *Dropshipping* solo pueden llevarse a cabo principalmente contratos electrónicos

mediante páginas web y aplicaciones móviles, corresponde analizar, qué dicen las leyes peruanas al respecto, tanto desde el ámbito de protección al consumidor como también, desde lo establecido por el Código Civil Peruano.

4.2. Contratos electrónicos en materia de protección al consumidor peruano

Conforme a lo dispuesto en el artículo 65° de la Constitución Política y al régimen de economía social de mercado, la regulación de la protección a los consumidores constituye uno de los principios rectores de la política social y económica del Estado. Por esta razón, a diferencia de la anterior Ley de Protección y Defensa al Consumidor, el Código de Protección y Defensa al Consumidor vigente, posiciona al consumidor como centro de la actividad económica, poniendo especial atención al fenómeno de consumo y a su legislación. De esta manera, el Estado logra fortalecer su papel y ya no sólo mantiene un rol imparcial, sino que además cumple efectivamente con el mandato constitucional, implementando políticas públicas de protección al consumidor. Entre las principales diferencias del actual Código de Protección y Defensa al Consumidor N° 29571 frente a la anterior, se puede apreciar que posee una regulación mucho más completa de las cláusulas abusivas en los contratos de consumo; da a conocer el fortalecimiento del arbitraje como forma de solución de controversias entre proveedores y consumidores; asimismo, modifica el procedimiento sancionador, mediante la creación de órganos resolutivos de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor y; finalmente, exige a todos los establecimientos comerciales, puedan proporcionar un libro de reclamaciones, obligación que ha sido reglamentada mediante el Decreto Supremo N° 011-2011-PCM, mediante la cual, ante cualquier queja que el consumidor pueda tener respecto del servicio o producto contratado, quede constancia inmediata de lo sucedido, y la autoridad competente pueda sancionar o reparar el hecho.

Ahora bien, aun cuando el artículo III del título preliminar del código estudiado prescribe que las disposiciones son aplicables a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en este; en lo que concierne a contratación electrónica, La Ley de protección y Defensa al Consumidor, aún posee serias deficiencias. Por ejemplo, el artículo 24 referido al servicio de atención de reclamos, prescribe que los proveedores que cuenten con dicho servicio,

deben asegurarse de que este sea oportuno y no se convierta en un obstáculo para que el consumidor reclame a la empresa; frente a ello, el Decreto Supremo 011-2011-PCM, establece en su artículo 4-B establece que el Libro de Reclamaciones del proveedor virtual debe ubicarse en la página de inicio del portal web diseñado para establecer las relaciones de consumo. Ahora bien, frente a ello surgen las siguientes interrogantes: ¿En un modelo de negocio *dropshipping*, las reclamaciones, pese a hacerse mediante la página web del intermediario, en su gran mayoría van dirigidas al proveedor, en ese sentido, la demora en que el intermediario comunique ello al proveedor se debe considerar como un obstáculo para que el consumidor ejerza su derecho de reclamo? Por otro lado ¿Qué pasa si no se cuenta con el servicio de atención al cliente, ello es responsabilidad del proveedor o del intermediario? Estas interrogantes, no pueden ser respondidas por el ordenamiento peruano, mientras no se establezca una regulación especial sobre la materia.

Otro ejemplo lo encontramos en el artículo 47 que establece la protección mínima del contrato de consumo, para lo cual en su literal e) se menciona que en caso se trate de contratos electrónicos, el proveedor tiene la responsabilidad de acreditar que la información sobre las condiciones y todo lo concerniente al contrato fue puesto oportunamente a disposición del consumidor, sin embargo, no queda claro el modo en el que debe ponerse a disposición dicha información, siendo un enunciado abierto y facultativo respecto justamente al modo o medio. Además, surge la interrogante de si en un modelo de negocio *dropshipping*, esta exigencia debe ser cumplida por el proveedor tal como menciona la ley o si es que, debe cumplirse por el intermediario que viene a ser finalmente quien posee la tienda electrónica.

La ley analizada, también ha omitido regular, entre otros aspectos, el lugar de celebración del contrato, el cual tiene efectos importantes para fijar la competencia, ley aplicable y si se trata de carácter nacional o internacional para su interpretación conforme los usos y costumbres de un lugar u otro. La Ley de Protección y Defensa al Consumidor, juega un papel muy importante en la contratación electrónica, ello porque no se debe olvidar que el derecho de todo consumidor a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor, ni que tampoco exista dolo en las relaciones que el proveedor sostenga con el consumidor; sin embargo, en cuanto a la contratación electrónica se refiere, la Ley de

Protección y Defensa al Consumidor como se ha podido apreciar, es insuficiente, ya que no es lo adecuadamente fuerte, sistematizada ni específica, para regular la contratación electrónica.

En esa línea de ideas, es responsabilidad del Estado cautelar los intereses de las personas ya sean naturales o jurídicas de la mejor forma posible, y aunque a la fecha ya existen algunos dispositivos legales que están asegurando en cierta medida la seguridad y legalidad de estas relaciones electrónicas, los esfuerzos deben continuar a fin de considerar en un futuro cercano la promulgación de una Ley que beneficie tanto a los proveedores como consumidores de esta nueva modalidad de contratación que está ganando cada vez mayor presencia en el Perú.

De acuerdo a lo prescrito en la Ley de Protección al Consumidor, Ley número 29571, en su artículo I del Título Preliminar, establece normas de protección y defensa de los consumidores; partiendo de ello, y como ya se acotó párrafos arriba, el Estado peruano, efectivamente, tiene un interés por salvaguardar a los consumidores a través de lo plasmado en la referida ley, sin embargo, es insuficiente, debido que no se encuentra previsto de manera específica. Se puede mencionar que, en la Ley de Protección y Defensa al Consumidor, la contratación electrónica se encuentra regulada de manera muy general y desordenada, un capítulo que regule particularmente este tema por su gran importancia, ya que es de uso diario y continuo por parte de los consumidores que realizan contratos electrónicos.

Finalmente, es indispensable que la ley garantice a los consumidores, seguridad jurídica al contratar de manera electrónica, donde se busque evitar de sobremanera el desequilibrio acentuado entre consumidores y proveedores y la inseguridad jurídica al momento de manifestar sus voluntades para la realización de un contrato de este tipo, más aún con las particularidades de nuevos modelos de negocio dentro del *e-commerce* como el *dropshipping*. En este aspecto no se debe desnaturalizar la formación del contrato y dejar que la automatización de un medio electrónico pueda manifestarse por el consumidor cuando se concreta este tipo de actos jurídicos, pues este sólo es un medio para la realización de los intereses personales o sociales y por tanto el derecho debe regular las situaciones de acuerdo a esa naturaleza, especialmente en el Código de Protección y Defensa al Consumidor

4.3. Contratos electrónicos en el Derecho Civil Peruano

En el ámbito del derecho civil peruano, también existen ciertas normas que pueden ser aplicables de manera supletoria a lo que la presente investigación ha desarrollado con el nombre de contratos electrónicos. Así, según el artículo 1373° del Código Civil Peruano, todo contrato se perfecciona en el momento y el lugar en el que la aceptación es conocida por el oferente, además, conforme la última modificación del artículo 1374 mediante la Ley que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios electrónicos para la comunicación de la manifestación de voluntad y fa utilización de la firma electrónica Ley Nro. 27291; si la oferta, su revocación, la aceptación y cualquier otra declaración contractual (manifestación de voluntad) dirigida a determinada persona se realiza a través de medios electrónicos, se presumirá la recepción de la misma cuando el remitente reciba el acuse de recibo. Ahora bien ¿A qué se refiere el legislador cuando menciona “acuse de recibo” asumiendo el supuesto de que se trata de un contrato electrónico? Respondiendo esto Patroni Vizquerra (2003), considera que el acuse de recibo es la respuesta automatizada que llega al correo del remitente o cualquier otro medio electrónico usado para manifestar su voluntad. De esa manera, podemos decir que el acuse de recibo no es otra cosa que, una respuesta automática que confirma la recepción de la declaración contractual.

Siendo ello así, la legislación peruana considera perfeccionado un contrato electrónico cuando la aceptación es recepcionada por el oferente, hecho que es presumible cuando el aceptante recibe el acuse de recibo respecto de su aceptación. Así, por ejemplo, si un consumidor ingresa a una tienda *dropshipping*, con el objetivo de hacerse con un anillo de oro, el contrato se considerará perfeccionado cuando luego de cumplir con el pago ya sea mediante página web de la tienda o mediante aplicativo móvil, el consumidor recibe un correo confirmando que la tienda ha generado un código de compra, es decir que el aceptante recibe el acuse de recibo respecto de su aceptación.

Sin embargo, quedan muchas dudas al respecto. Así, por ejemplo, nos podemos preguntar ¿Quién es el oferente en un modelo de negocio como el dropshipping, el intermediario que publicita el producto a través de una tienda electrónica donde se realiza el pago, o el proveedor del producto quien finalmente será quien enviará el producto al consumidor final? ¿Qué pasa si la página web de la tienda dropshipping, no

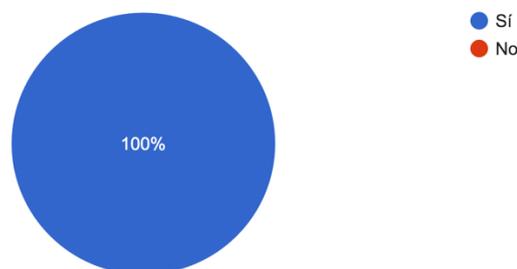
emite un acuse de recibo al aceptante respecto de su declaración de voluntad, en ese caso se puede considerar que el contrato se ha perfeccionado? ¿Qué sucede si luego de varios días de emitido el acuse de recibo al correo personal del consumidor, señalando el número de su orden de compra y con ello la recepción de su aceptación, se cancela el pedido porque la tienda *dropshipping* no pudo prever el agotamiento del stock de su proveedor; en ese caso qué debe hacer el consumidor?

Como se puede apreciar, no puede existir seguridad jurídica en las contrataciones electrónicas que no encuentran una protección adecuada en la ley. Los problemas jurisdiccionales que pueden surgir de la existencia de estos contratos, hacen que los consumidores se encuentren cada vez más desprotegidos y faltos de certeza sobre qué hacer frente a las estafas y demás posibles violaciones a sus derechos. Por ello es impensable considerar una evolución mayor de la contratación electrónica en países en vías de desarrollo como es el caso del Perú, sin la creación de una normativa clara que proteja los intereses tanto de los consumidores como de los proveedores.

Por tanto, aplicamos la recolección de datos con en una encuesta a potenciales clientes consumidores de comercio electrónico y los resultados en resumen se muestran a continuación:

Una muestra aplicada a 52 personas refleja los siguientes resultados:

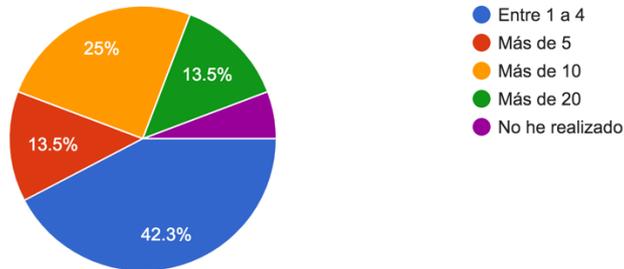
Soy mayor de edad, y acepto que mis respuestas sirvan de estudio de la presente investigación.
52 respuestas



Ud. ha realizado contratos electrónicos por la modalidad Dropshipping

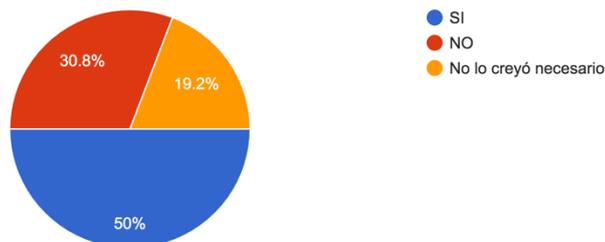
1. Durante los años 2020-2023, aproximadamente ¿cuántas veces celebró compras por medio de alguna de las siguientes tiendas virtuales Amazon, Mercado Libre, Rappi, Alibabá o Wish?

52 respuestas



2. ¿Al momento antes de aceptar la compra pudo verificar fácilmente los términos y condiciones del contrato?

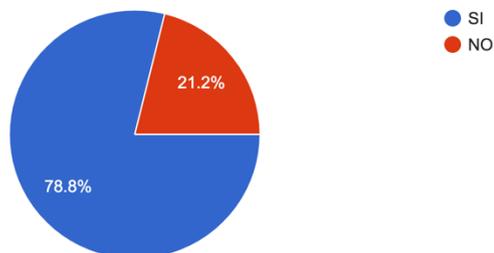
52 respuestas



¿Al comprar en alguna tienda virtual ha tenido dificultades con la entrega del bien contratado?

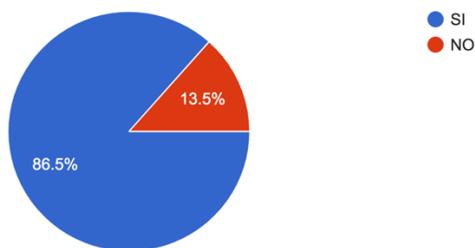
3. ¿Al aceptar la compra recibió un comprobante, recibo o confirmación de número de pedido a su correo electrónico u número personal?

52 respuestas



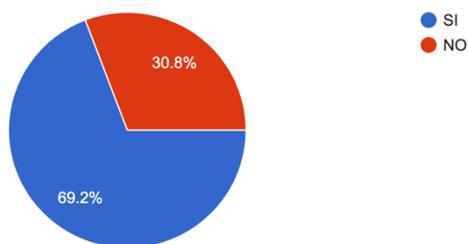
4. La tiendas digitales en las que ha comprado, en sus términos y condiciones, ¿ Permitía la devolución del producto en caso llegase defectuoso?

52 respuestas



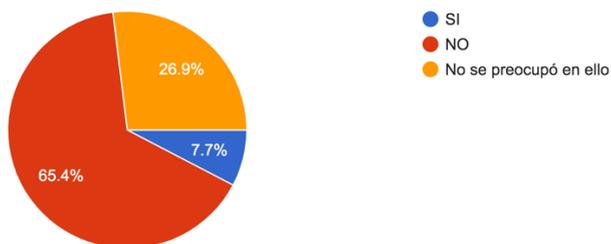
5. ¿Al realizar el contrato, usted conforme los términos y condiciones de la tienda, tenía la posibilidad de cancelar la compra por no recibir el producto o por un periodo mayor a 14 días?

52 respuestas



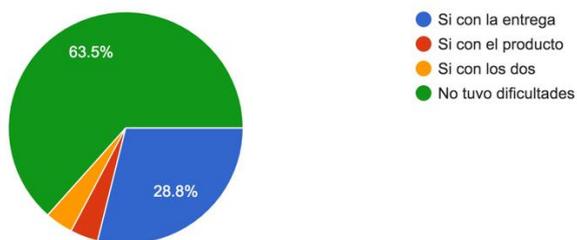
6. ¿La tienda digital proporcionó un libro de reclamaciones que pudo hallar fácilmente?

52 respuestas



7. ¿Tuvo dificultades con la entrega ó el producto adquirido?

52 respuestas



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El grado de seguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos mediante tiendas Dropshipping en el ordenamiento jurídico peruano, es regular o de segundo grado-nivel. Ello es así porque, si bien se han establecido los órganos competentes para aplicar las leyes de la materia, la regulación resulta ser insuficiente para poder generar predictibilidad respecto a su contenido. La certeza respecto a la solución de conflictos en materia de contratos electrónicos se ve mermada aún más cuando se trata de aquellos celebrados mediante modelos de negocio Dropshipping, frente a los cuales, el ordenamiento jurídico peruano vigente y aplicable, mantiene una regulación sumamente general.
- Como recomendaciones, en cuanto al Código de Protección y Defensa al Consumidor, existen algunos puntos esenciales que deben tomarse en cuenta por el legislador peruano y los órganos pertinentes. En primer lugar, se debe establecer terminología básica que unifique la interpretación respecto a lo que se debe entender por *e-commerce*, contratos electrónicos y *dropshipping*. En segundo lugar, debe establecerse a quién de los participantes en el modelo de negocio de *dropshipping* se lo debe considerar “proveedor” partiendo de que son en realidad los intermediarios quienes manejan las tiendas virtuales donde promocionan un producto que no es suyo. Y finalmente deben establecerse ciertos requisitos mínimos para que se pueda comercializar mediante el modelo de negocio de *dropshipping*, asegurando que el consumidor final pueda ejercer sus derechos de manera plena y oportuna.
- En lo que respecta al ámbito del Derecho Civil, consideramos que es necesario integrar expresamente la institución de la contratación electrónica, de la manera que considere pertinente el legislador, pero buscando siempre otorgarle una regulación especial en cuanto a algunos de los siguientes puntos esenciales: 1) Qué es y qué características debe tener el acuse de recibo para ser considerado como tal. 2) Quiénes deben ser considerados oferentes en los distintos tipos de contratación electrónica,

tomando en cuenta modelos de triangulación como el de dropshipping. 3) Qué opciones se debe tener como parte contratante dentro de los contratos electrónicos, para buscar su invalidez e ineficacia, observando íntegramente el derecho de obligaciones.

REFERENCIAS

Aguilar, D., & Murande, G. (2022). El nuevo Market Place. *Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola*, 7.

Arellano Consultoría. (2021). *Grupo de soluciones crativas*. Obtenido de <https://gscreativas.com/blog/empresas/mejores-tiendas-online-peru-preferidas-usuarios/>

Aznar Esquivel, P. d. (2017). El Contrato Electrónico. Tenerife: Universidad de La Laguna.

Barba Martínez, G. P. (1990). La seguridad jurídica desde la filosofía del Derecho. Santander: Seminario sobre seguridad jurídica.

Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (16 de Marzo de 2021). *CAPECE*. Obtenido de <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>

Carballo, R. (2021). *Abogacia*. Recuperado el 2021, de <https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-los-consumidores/el-contrato-electronico-y-el-derecho-de-desistimiento/>

Cea Egaña, J. L. (2004). La seguridad Jurídica como Derecho Fundamental. *Revista de Derecho*, 47-70.

Chacón Gonzales, F., & Tiffer Hangen, V. (2022). Un acuerdo multilateral para el comercio electrónico: expectativas y realidades. *Logos*, 51-52.

Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional . (23 de Noviembre de 2005). *UNCITRAL*. Obtenido de https://uncitral.un.org/es/texts/ecommerce/conventions/electronic_communications

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo. (03 de Mayo de 2021). *UNCTAD*. Obtenido de <https://unctad.org/es/news/el-comercio-electronico-mundial-alcanza-los-267-billones-de-dolares-mientras-covid-19-impulsa>
- Congreso de Colombia. (12 de Octubre de 2011). Ley 1480 "Estatuto del Consumidor". Colombia.
- Durany Pich, S. (1993). La formación del contrato. *Universitat Pompeu Fabra*, 228-229.
- Espinoza Espinoza, J. (2017). Acto jurídica negocial. Lima: Instituto Pacífico.
- Flores Flores, P. J. (2015). El perfeccionamiento del contrato entre ausentes. Un análisis al artículo 1374 del Código Civil. *Repositorio Universidad San Martín de Porres*, 13-15.
- Fraile Rodríguez, S. (2020). Análisis de un modelo de negocio mediante dropshipping. *Repositorio de la Universidad de Valladolid*, 7-8.
- Gavilánez Villamarín, S. M., Nevárez Moncayo, J. C., & Cleonares Borbor, A. M. (2020). La seguridad jurídica y los paradigmas del Estado Constitucional de Derechos. *Revista Universidad y Sociedad*, 348.
- Gómez Moscoso, A. V. (2017). Análisis de la seguridad jurídica en la realización de contratos electrónicos de compraventa mediante aplicaciones móviles. *Escuela de Post-grado San Francisco Xavier*, 95-96.
- González García, J. (2020). Comercio electrónico en China y México, surgimiento, evolución y perspectivas. *México y la Cuenca del Pacífico*, 55.
- Honorable Congreso de Argentina. (13 de Octubre de 1993). Ley 24.240 Defensa del Consumidor. Argentina.
- Honorable Congreso Nacional de Chile. (14 de Junio de 2004). Ley 19955 Sobre protección de los Derechos de los Consumidores. Chile: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Internet Retailing. (Agosto de 2019). Reino Unido, líder en el comercio online. *Icex*, 1. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros->

servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019832018.html?idPais=GB

Jefatura del Estado Español . (12 de julio de 2002). Ley 34/2002 de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. España: Boletín Oficial del Estado.

Latoure, J. P. (2021). Dropshipping como un nuevo modelo de negocio. *Repositorio Universidad Continental*, 27.

Lebensmittel Zeitung. (2021). El comercio electrónico en Alemania cobra importancia y solo es superado por la industria del automóvil. *Icex*, 1.

Lifante Vidal, I. (2013). Seguridad Jurídica y Previsibilidad. *DOXA*, 87-88.

Lindo, G. (26 de Octubre de 2022). *Repositorio Prom Perú*. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/5701/Insights_estadisticas_sobre_mercado_comercio_electronico_B2B_Mundial_2022_keyword_principal..pdf?sequence=1

Malca, O. (2020). Comercio electrónico. Lima: Universidad del Pacífico.

Ministerio de la Presidencia Española. (16 de Noviembre de 2007). Real Decreto Legislativo 1/2007. España: Boletín Oficial del Estado.

Moore Moore, D. T. (2016). Análisis del Comercio Electrónico en Europa. *Universidad de la Laguna*, 22-30.

Moreno Navarrete, M. Á. (2016). Contratos Electrónicos. Granada: Editorial Derecho Civil Hoy.

Patroni Vizquerra, Ú. (2003). La contratación electrónica y el acuse de recibo. *Revista de Derecho Informático*, 1683-1685.

Patroni Vizquerra, Ú. (2011). La contratación electrónica y el acuse de recibo. *Derecho y cambio social*, 2.

Pérez Estévez, D. (julio de 2021). El dropshipping desde dentro. *Repositorio Universidad de Cantabria*, 6.

- Pérez Luño, A. E. (2000). La seguridad jurídica: una garantía del derecho y la justicia. *Boletín de la Facultad de Derecho*, 28-29.
- Pérez, T. A. (2015). La aceptación como fase del proceso de formación del contrato (Análisis de los problemas que suscita con apoyo en textos internacionales y europeos de Derecho Contractual). *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, 1383-1425.
- Perú, C. d. (02 de Setiembre de 2010). Código de Protección y Defensa del Consumidor. *Ley Nro. 29571*. Perú.
- Real Academia Española. (2022). *Diccionario panhispánico del español jurídico*. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/medio-electronico>
- Román Zambrano, J. L., & Álvarez Tituano, V. F. (2021). Modelo de negocio Dropshipping y su aplicabilidad en los emprendimientos artesanales de Tagua. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 59-60.
- Sagüés, N. P. (1997). Jurisdicción constitucional y seguridad jurídica. *Pensamiento Constitucional*, 218-219.
- Unión Europea. (22 de Mayo de 2019). Directiva (UE) 2019/770. Europa: Diario Oficial de la Unión Europea.

ANEXOS

8.1. ENCUESTA SOBRE GRADO DE SEGURIDAD JURÍDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS ELECTRÓNICOS MEDIANTE TIENDAS DIGITALES DROPSHIPPING CAJAMARCA 2020-2021



UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

“ENCUESTA SOBRE GRADO DE SEGURIDAD JURÍDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS ELECTRÓNICOS MEDIANTE TIENDAS DIGITALES DROPSHIPPING CAJAMARCA 2020-2021”

Estimado (a) tenga un cordial saludo de nuestra parte, la encuesta que a continuación responderá busca reforzar la seguridad de los consumidores cajamarquinos al realizar contratos usando el internet o aplicaciones móviles. De antemano le agradecemos su apoyo respondiendo las siguientes preguntas:

Cajamarca 06 de julio del 2022

Nombre¹: -----

¹ (Recuerde que la presente encuesta no hará uso de sus datos personales)

PARA CONOCER LA SEGURIDAD JURÍDICA EN LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS DE DROPSHIPPING EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN CAJAMARCA 2020-2021

Es un honor darles la bienvenida a esta investigación académica, centrada en la "Seguridad Jurídica en los Contratos de Dropshipping en Cajamarca (2020-2021)".

Mi nombre es **Alvaro Araujo Alcalde** Bachiller en Derecho y Ciencia Política y estoy realizando este estudio y tu participación en esta encuesta es esencial para el éxito de este proyecto y, lo que es más importante, para la comprensión de un tema relevante en el mundo empresarial local con los avances tecnológicos en los años de pandemia.

Dropshipping es un método de envío y entrega de pedidos minoristas en el cual no es necesario que la tienda tenga los productos que vende en el almacén. En cambio, cuando la tienda vende un producto, lo compra de un tercero y lo hace enviar directamente al cliente.

(Ejemplos: Pedidos Ya, Alibaba, Wish, Mercado Libre, Algunas tiendas itinerantes en Facebook, etc)

Sus respuestas proporcionarán una valiosa perspectiva sobre este tema y contribuirán al avance de nuestro conocimiento en este campo y como proponer una mejora para la seguridad jurídica,

Toda la información que proporcione será tratada con la mas estricta confidencialidad y anonimato. Le agradecemos de antemano su sinceridad y precisión al responder a las preguntas.

La encuesta tomará solo unos minutos de su tiempo, pero sus contribuciones tendrán un impacto significativo en la conclusión de esta investigación.

Agradezco tu participación en esta etapa crucial de nuestra investigación.

¡Comencemos!

Soy mayor de edad, y acepto que mis respuestas sirvan de estudio de la presente investigación.

1. SI
2. NO

Ud. ha realizado contratos electrónicos por la modalidad Dropshipping

El modelo de Dropshipping es cuando el cliente realiza un pedido de un producto en la **tienda virtual** de la empresa; luego, el minorista envía automática o manualmente los detalles del pedido y del cliente al proveedor de entrega; por último, **el proveedor de entrega envía el pedido directamente al cliente en nombre de la empresa.**

1. ¿Durante los años 2020-2023, aproximadamente ¿cuántas veces celebró compras por medio de alguna de las siguientes tiendas virtuales Amazon, Mercado Libre, Rappi, Alibabá o Wish?

1. Entre 1 a 4
2. Más de 5
3. Más de 10
4. Más de 20
5. No he realizado

2.¿Al momento antes de aceptar la compra pudo verificar fácilmente los términos y condiciones del contrato?

1. SI
2. NO
3. No creyó necesario

Al comprar en alguna tienda virtual ha tenido dificultades con la entrega del bien contratado ?

Nos referimos a que si Ud. tuvo algún inconveniente desde la búsqueda, contacto, información, pagos, entrega y demás en el proceso de compra electrónica.

3. ¿Al aceptar la compra recibió un comprobante, recibo o confirmación de número de pedido a su correo electrónico u número personal?

1. SI
2. NO

4. ¿La tiendas digitales en las que ha comprado, en sus términos y condiciones, ¿ Permitía la devolución del producto en caso llegase defectuoso?

1. SI
2. NO

5. ¿Al realizar el contrato, usted conforme los términos y condiciones de la tienda, tenía la posibilidad de cancelar la compra por no recibir el producto o por un periodo mayor a 14 días?

1. SI
2. NO

6. ¿La tienda digital proporcionó un libro de reclamaciones que pudo hallar fácilmente?

1. SI
2. NO
3. No se preocupó en ello

7. ¿Tuvo dificultades con la entrega ó el producto adquirido?

1. Si con la entrega
2. Si con el producto
3. Si con los dos
4. No tuvo dificultades

Las tiendas digitales resuelven problemas

En este caso queremos saber si las tiendas digitales, ofrecen una efectiva solución a las necesidades o dificultades de los clientes

8. ¿Ante la compra de algún producto en la modalidad de tiendas digitales ¿Tuvo dificultades para solucionar su problema?

1. Si, pero lo solucioné
2. No, lo solucioné sin problemas.
3. No lo soluciono hasta la fecha

GRACIAS POR SU APOYO