

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Carrera de **DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

“LA TUTELA JURÍDICA DEL DERECHO DE
ARREPENTIMIENTO Y LA SEGURIDAD JURÍDICA
DEL CONSUMIDOR EN EL COMERCIO
ELECTRÓNICO BUSINESS TO CONSUMER, EN
PERÚ”

Tesis para optar al título profesional de:

Abogada

Autor:

Libertad del Cielo Aguirre Castro

Asesor:

Dr. Harold Gabriel Velazco Marmolejo

<https://orcid.org/0000-0001-5254-4657>

Trujillo - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	LENIN ALVA CURO
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	YASMIN SARA CASTILLO PALOMO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	HAROLD GABRIEL VELAZCO MARMOLEJO
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD



Página 2 of 182 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trncoid:12867170024




19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

- 18%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 9%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A Dios por darme fuerzas en la vida y salud para lograr esta meta, y permitirme poder lograr este gran avance en mi carrera profesional.

A mi persona, porque pese a los obstáculos he encontrado lo que me apasiona de esta profesión, para que nunca pierda la ilusión de lograr el cambio en este camino que empiezo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la perseverancia, fuerza y paciencia, por darme la confianza en mí misma a cumplir lo que me propongo.

A mi mamá y a mi hermana, por ser mi guía y mi soporte incondicional en toda mi formación universitaria.

A todas las personas que, en mi formación profesional, han contribuido con sus enseñanzas y consejos, sacando la mejor versión de mí.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME	DE
SIMILITUD.....	; ERROR!
MARCADOR NO DEFINIDO.	
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Antecedentes	17
1.2.1. Internacionales	17
1.2.2. Nacionales	20
1.2.3. Locales	25
1.3. Marco Teórico	28
1.3.1. El Sistema de protección del consumidor.....	28
1.3.2. Los derechos de protección al consumidor.....	29
1.3.3. El deber de información.....	31
1.3.4. El deber de idoneidad y las garantías.....	31
1.3.5. El derecho de restitución.....	33
1.3.6. Contratos electrónicos de consumo.....	34
1.3.7. El arrepentimiento en los contratos electrónicos.....	35
1.3.8. La seguridad jurídica.....	37
1.3.9. El comercio electrónico.....	39
1.4. Formulación del problema.....	41
1.4.1. Problema General.....	41
1.4.2. Problemas Específicos.....	41
1.5. Objetivos.....	42
1.5.1. Objetivo General.....	42
1.5.2. Objetivos Específicos.....	42
1.6. Justificación.....	43
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	46
2.1. Tipo de investigación.....	46
2.2. Población y muestra.....	47
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	50
2.4. Procedimiento de recolección de datos.....	53
2.5. Procedimiento de tratamiento y análisis de datos.....	56
2.6. Aspectos éticos.....	62
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	64
3.1. Resultado N°01.....	64
3.2. Resultado N°02.....	70
3.3. Resultado N°03.....	80
3.4. Resultado N°04.....	89
3.5. Resultado N°05.....	105
3.6. Resultado N°06.....	109
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	115
4.1. Limitaciones.....	115
4.2. Interpretación comparativa.....	116
4.2.1. Discusión N°01.....	116
4.2.2. Discusión N°02.....	119
4.2.3. Discusión N°03.....	125
4.2.4. Discusión N°04.....	130

4.2.5. Discusión N°05.....	135
4.2.6. Discusión N°06.....	137
4.3. Implicancias.....	140
4.4. Conclusiones.....	143
Referencias.....	146
Anexos.....	156
ANEXO 1: Ficha resumen de análisis de resoluciones en materia de protección al consumidor por compras realizadas por la plataforma Linio Perú S.A.C.	156
ANEXO 2: Ficha resumen de análisis documental.....	162
ANEXO 3: Legislaciones comparadas que regulan el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas	167
ANEXO 4: Guía de entrevista.....	173
ANEXO 5: Guía de encuesta.....	175

Índice de tablas

Tabla 1: Población, muestra y criterios de selección	49
Tabla 2: Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
Tabla 3: Procedimiento de recolección de datos	55
Tabla 4: Resumen de metodología por objetivos	58
Tabla 5: Resultados del análisis de resoluciones en materia de protección al consumidor digital en el comercio electrónico.....	64
Tabla 6: Especialistas en materia de protección al consumidor consultados por medio del instrumento guía de entrevista.....	66
Tabla 7: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°1)	66
Tabla 8: Conclusiones en torno a la pregunta 2 (En relación al objetivo específico n°1).....	69
Tabla 9: Descripción expositiva conjunta de las fuentes documentales (En relación al objetivo específico n°2)	70
Tabla 10: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°2)	72
Tabla 11: Conclusiones en torno a la pregunta 4 (En relación al objetivo específico n°2).....	75
Tabla 12: Especialistas en derecho civil, derecho de protección al consumidor y derecho internacional consultados por medio del instrumento guía de encuesta.....	76
Tabla 13: Análisis comparativo de la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo, en la legislación de países de España, Chile y Colombia	81
Tabla 14: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°3)	83
Tabla 15: Conclusiones en torno a la pregunta 3 (En relación al objetivo específico n°3).....	86
Tabla 16: Descripción expositiva conjunta de las fuentes documentales (En relación al objetivo específico n°4)	90
Tabla 17: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°5)	91
Tabla 18: Conclusiones en torno a las preguntas 5,6 y 7 (En relación al objetivo específico n°5).....	97
Tabla 19: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo general)	109
Tabla 20: Conclusiones en torno a la pregunta 9 (En relación al objetivo general)	112

Índice de figuras

Figura 1: <i>Características profesionales de los especialistas encuestados</i>	78
Figura 2: <i>Especialistas que consideran que las figuras jurídicas dispuestas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano</i>	79
Figura 3: <i>Especialistas que consideran que el derecho de arrepentimiento ya reconocido en ordenamientos jurídicos de Colombia, España y Chile puede tomarse como modelo para pretender la regulación del derecho de arrepentimiento en la legislación peruana</i>	88
Figura 4: <i>Especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico e incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital</i>	100
Figura 5: <i>Especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos para que nuevas empresas decidan participar en el mercado digital</i>	101
Figura 6: <i>Especialistas que consideran que la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo y que se acentúa en la contratación a través de medios digitales fundamenta la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor</i>	102
Figura 7: <i>Especialistas que consideran que existe una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor</i>	103
Figura 8: <i>Especialistas que consideran que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, brindaría una mayor seguridad jurídica a las transacciones comerciales en el comercio electrónico Business to consumer</i>	113

RESUMEN

Frente a la inseguridad jurídica que afronta el consumidor digital, la presente investigación se ha desarrollado con la finalidad de analizar si la tutela jurídica del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo sería un mecanismo idóneo que garantice la seguridad jurídica en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.

El método de la investigación es de tipo cualitativa, se aplicó el análisis documental, de resoluciones, de legislación comparada, encuestas y entrevistas a expertos en materia de protección al consumidor, a efectos de definir la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento, figuras jurídicas similares, fundamentos jurídicos y la necesidad de su regulación en nuestro ordenamiento jurídico.

De tal manera que, se plasmó un proyecto de ley que incorpore la figura jurídica del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, y se evidenció que, ante la insuficiencia de nuestro marco normativo respecto a la contratación electrónica, es conveniente tutelar jurídicamente el derecho de arrepentimiento como un mecanismo que proteja y garantice la seguridad jurídica de los consumidores que adquieren productos o servicios mediante la contratación a distancia.

PALABRAS CLAVES: Derecho de arrepentimiento, comercio electrónico, contrato electrónico, protección al consumidor

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido que se generen mayores oportunidades para el comercio, posibilitando que los consumidores accedan a diversos productos ofertados en plataformas virtuales que congregan a proveedores de diferentes países. No obstante, la Organización Mundial del Comercio ha enfatizado que la expansión del comercio electrónico debe ir de la mano con los desafíos de ampliar los campos de protección e implementación de un conjunto de normas destinadas a dar claridad, predictibilidad y seguridad a sus miembros en sus intercambios y transacciones comerciales (Zúñiga, 2018).

Si bien en la actualidad, el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta significativa para los consumidores que por diversas situaciones no pueden o no desean acudir a los establecimientos comerciales a adquirir los productos o servicios que requieren, presenta diversas falencias. La interacción de los consumidores sin contar con un marco jurídico totalmente definido que pueda salvaguardar la forma íntegra sus derechos y necesidades, rompe el marco de seguridad jurídica que un Estado debe ofrecer a los individuos que lo conforman (García, 2021).

Frente ello, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico ha advertido ante las nuevas y emergentes tendencias y desafíos que enfrentamos en el dinámico mercado actual, los Estados tienen la responsabilidad de crear políticas para lograr dicha protección y definir los cambios que se requieren para enfrentar las circunstancias particulares del comercio electrónico. (Comisión Federal de Comercio, 2018).

Consumers International (2016), en la guía práctica sobre las directrices de Naciones Unidas de protección al consumidor, enfatiza que, ante el rápido incremento del comercio electrónico, como medio que facilita a los consumidores a adquirir artículos más allá de las fronteras nacionales y mercados internacionales, es de vital importancia dotar de un nivel de protección uniforme a los consumidores digitales como en el mercado tradicional.

Así, en el ámbito internacional, donde se observa que las compras de consumo por medios electrónicos se han desplegado rápidamente, ha relucido la problemática de la inseguridad jurídica en la celebración de contratos electrónicos de consumo. En todo este tiempo, países como la Unión Europea y España han ido adaptando la normativa de sus ordenamientos jurídicos a las tendencias de protección que en el comercio online ameritaba y regulando medidas de seguridad que buscan proteger a los consumidores en las transacciones electrónicas (Ayala, 2017); tanto que, el Ministerio de Consumo de España destaca que el contrato suscrito "on line" debe ajustar a las exigencias de nuestra normativa para garantizar el equilibrio de contraprestaciones de las partes, sin contar con cláusulas abusivas y cumpliendo las exigencias normativas expresamente contempladas en la contratación a distancia.

Por su parte, en América Latina, a pesar que en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, se recalca entre las directrices a seguir, la necesidad de una cooperación entre Estados para fortalecer la confianza de los consumidores en línea a fin de que estos puedan realizar prácticas comerciales sin abusivos mediante el uso de comunicaciones a distancia (ONU, 2017). Michalczewsky & Ramos (2017), advierten que existe un cierto rezago de recurrir a estas prácticas, debido a la falta de confianza que deriva a su vez de un desfase importante en materia de regulación que tiene la región en materia de

comercio electrónico, ya que, al no estar las reglas claramente establecidas o bien conocidas, los consumidores no conocen cómo y quién garantizaría el cumplimiento de sus derechos.

Aun así, Barbosa (2014), señala que, con el afán de aumentar el grado de confianza en el comercio electrónico, ordenamientos jurídicos como México, Colombia, Argentina, y Chile, han reconocido el derecho de retracto a favor de los consumidores que realizan transacciones por plataformas digitales, logrando potenciar el flujo de esta actividad económica en sus Estados. En el caso de Colombia, en el año 2011, la Superintendencia de Industria y Comercio, a fin de proteger los derechos de los consumidores y garantizar que en efecto puedan adquirir y recibir bienes y servicios en condiciones de calidad e idoneidad, reguló el derecho de retracto en su normativa de protección al consumidor. Y con una visión similar, en el año 2012, la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo de Argentina, incorpora el derecho al arrepentimiento en las transacciones comerciales electrónicas, como una nueva oportunidad de los consumidores de repensar el contrato realizado.

En el plano nacional, en el 2020 el crecimiento del comercio electrónico en el Perú se acentuó en el periodo de pandemia, habiéndose alcanzado los US\$ 6,400 millones en transacciones con 60% de crecimiento anual, superior al 30.7% de promedio anual reportado en el periodo 2009-2019. (Cámara Peruana de Comercio Electrónico, 2021). Este crecimiento, por su parte, ha reflejado también en un incremento de conflictos de consumo de transacciones no presenciales de un 44.5% del total en el mercado peruano, teniendo entre los principales sectores los relacionados al comercio retail, telecomunicaciones y mercado financiero.

La Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor en su Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú al 2020, muestra que,

con el desarrollo de canales no presenciales, la ocurrencia de reclamos se incrementó en 200.7%, correspondiendo el 57.6% a tiendas por departamento. Dentro de este marco, durante el año 2020, la Subdirección de Atención al Ciudadano (SBC) del Indecopi tramitó un total de 20,423 reclamos en el segmento retail moderno, un 200.7% más con respecto al 2019, siendo los principales motivos de los reclamos la falta de idoneidad, falta de ejecución de garantía, atención de reclamos y tarjeta de crédito, correspondiendo el 82.3% de los reclamos corresponden a bienes y/o servicios adquiridos mediante compras por internet.

De la misma manera, la Gerencia de Estudios Económicos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección Intelectual, con la información proporcionada en su Reporte de Estadísticas Institucionales, dio a conocer que las conductas reclamadas en comercio electrónico con mayor cantidad de se debieron por la no entrega del producto con 810 reclamos y un 78.9% del total, por la idoneidad y/o falla del producto con 114 reclamos y un 11.1%, por pedido incompleto con 36 reclamos y un 3.5%, por cambio de producto con 28 reclamos y un 2.7%, por reembolso de dinero con 27 reclamos y un 2.6% y por cancelación de pedidos con 12 reclamos y un 1.2%, resultando un total de 1027 reclamos (INDECOPI, 2021).

Frente a este contexto social y al incremento del e-commerce Business to Consumer (B2C), referido al proceso de venta de servicios y productos de manera directa mediante plataformas electrónicas, entre empresa y consumidores finales; en el Perú se advierte la necesidad de fortalecer la normativa del Código de Protección y Defensa del Consumidor, a fin de crear mayor confianza y certeza en los consumidores respecto al uso de nuevas modalidades de adquisición de productos. (Huertas, 2021).

Para Grosso (2017), la existencia de vacíos normativos en la regulación de nuestro ordenamiento respecto a los contratos electrónicos de consumo, provoca un desequilibrio contractual entre los consumidores y proveedores de bienes o servicios a distancia. Existiendo, una regulación insuficiente en materia de contratación electrónica, que vulnera los derechos de los consumidores, al no poder realizarse las transacciones electrónicas de manera segura y confiable. (Rodríguez, 2015)

En ese sentido, a fin de garantizar el cumplimiento de la finalidad del Código de Protección y Defensa del Consumidor, velar porque los consumidores accedan a productos y servicios idóneos, así como cumplir con las recomendaciones realizadas por organizaciones internacionales referente al comercio electrónico, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección Intelectual (2021) elaboró un documento de trabajo denominado “Propuestas para la protección del consumidor en el comercio electrónico y la seguridad de productos” que desarrolla propuestas de cambios en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Tomando como base esta iniciativa, la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos planteó ante el Congreso de la República el Proyecto de Ley 415/2021-CR, el misma que entre sus principales propuestas, pretende incorporar el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, sus condiciones, el plazo y los procedimientos para su ejercicio; propuesta que hasta la fecha no se ha materializado.

Bajo estos términos, la presidenta del Consejo Directivo del Indecopi, Hania Pérez de Cuéllar, señaló que la pandemia de la COVID-19 aceleró el crecimiento del comercio electrónico en el Perú, por ello existe la necesidad de plantear una mejora del Código de

Protección y Defensa del Consumidor fortaleciendo los mecanismos de protección del consumidor frente al comercio electrónico (INDECOPI, 2021), ya que hasta el momento no existen normas específicas que regulen las relaciones de consumo online; aun cuando, en el Perú se tiene una política proteccionista del consumidor y de sobrerregulación respecto de otros derechos comprendidos en la norma, lo que conlleva a que estén expuestos a posibles vulneraciones de sus derechos al realizar compras por internet.

En ese sentido, ante el crecimiento del comercio electrónico del sector Business to Consumer (B2C) en nuestro país, es de vital importancia que el Estado como parte de su rol de protección de los intereses de los consumidores, revise la suficiencia del marco normativo de protección al consumidor en la contratación electrónica y encuentre los mecanismos idóneos que garanticen la seguridad jurídica de los consumidores en este tipo de mercado, como la posibilidad de establecer el derecho de arrepentimiento; en la medida que, si bien, los consumidores que contratan a través de medios electrónicos conocen de antemano que no tendrán la posibilidad de tener un contacto directo con el bien o servicio, ello no implica que deban renunciar a adquirir un producto idóneo que cumpla con sus expectativas.

Frente a esta situación, nos interesa indagar si la regulación del derecho de arrepentimiento en el marco normativo de protección al consumidor, sería un mecanismo de solución idóneo a la falta de seguridad jurídica de los consumidores que realizan compras por plataformas digitales.

Por lo antes mencionado, el presente trabajo se encuadra en la línea de investigación “Salud pública y poblaciones vulnerables”, y en la sub línea “Derechos fundamentales”, aprobadas por la Universidad Privada del Norte mediante Resolución Rectoral N.º026-2023-UPN.

1.2. Antecedentes

En lo que respecta a los antecedentes de la investigación, se han rescatado antecedentes internacionales, nacionales y locales, de los cuales se obtuvo información valiosa en relación con el presente tema de investigación. Estos antecedentes son relevantes pues se denotan la situación de inseguridad jurídica a la que se encuentra expuesto el consumidor digital y la repercusión que conllevó la tutela del derecho de arrepentimiento en ordenamientos jurídicos extranjeros como medida de protección ante el desequilibrio contractual propio de los contratos electrónicos. A continuación, se tienen los primeros seis antecedentes internacionales:

1.2.1. Internacionales

Sosa (2014), en su investigación “El derecho de desistimiento como mecanismo protector del consumidor en la contratación electrónica”, tuvo como objetivo analizar el derecho de desistimiento en la contratación electrónica tanto a nivel comunitario como en la normativa española. La metodología utilizada fue la descriptiva, en la cual el investigador se centró en describir el marco jurídico de protección al consumidor en la Unión Europea, la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento en los contratos de consumo y su régimen jurídico. La muestra estuvo compuesta por análisis documentales de trabajos científicos de diversos autores. Se concluyó que el derecho de desistimiento en los contratos de consumo ha nacido como un instrumento más de la política legislativa en la Unión Europea, con el fin de incrementar las compras en determinados sectores, que, al quedar plenamente armonizado, tanto a nivel comunitario como a nivel nacional, refuerza la seguridad jurídica del consumidor.

Larrosa (2015), en su investigación “El derecho de desistimiento en la contratación de consumo”, estableció como objetivo el estudio del derecho de desistimiento como una de las piedras angulares que cimienta el Derecho de consumo de España en cuanto a protección del consumidor en las nuevas relaciones jurídicas. La metodología utilizada fue la descriptiva, donde el investigador describió sobre la insuficiencia del régimen ordinario de protección del derecho de obligaciones para los contratos de consumo y el reconocimiento del derecho de desistimiento en el derecho comunitario. La muestra estuvo compuesta por análisis documentales de artículos científicos y trabajos de investigación. Entre las conclusiones plasmadas se establece que la evolución del derecho de desistimiento, desde sus inicios hasta la actualidad, ha avanzado velozmente con grandes cambios legislativos, conllevando a que el consumidor y el proveedor ganasen mayor seguridad y certeza en sus relaciones comerciales.

Chacc (2016), en su investigación “Análisis crítico de la existencia de un catálogo de derechos básicos de los consumidores en el artículo 3° de la Ley 19.496”, estableció como objetivo analizar críticamente la existencia de un catálogo de derechos chilenos en el artículo 3° de la Ley 19.496. La metodología utilizada fue cualitativa y explicativa, donde la investigadora analizó el fundamento de la existencia de un catálogo de derechos de los consumidores, identificó su deficiencia y criticó a través de la dogmática su irrelevancia. La muestra estuvo compuesta por especialistas en análisis documental y sentencias definitivas dictadas por Juzgados de Policía Local. El resultado del presente trabajo expone la necesidad de perfeccionar el artículo 3° la Ley 19.496, a efectos de cooperar con un correcto ejercicio de integración de los principios generales de derecho del consumidor que salvaguarden la obscuridad de la normativa.

Echeverry, Lozano & Salazar (2017), en su investigación “Importancia del ejercicio del derecho al retracto, frente a la modalidad de compra a través de medios electrónicos”, estableció como objetivo determinar la manera en que el Estatuto del consumidor en Colombia regula el derecho de retracto para el caso de compra de productos o servicios a través de portales web. La metodología utilizada fue la cualitativa y cuantitativa, donde el investigador estudió las directrices del derecho al retracto, el desarrollo normativo y las acciones realizadas por la SIC, tendientes a la protección del consumidor para hacer valer el derecho de desistimiento o revocación. La muestra estuvo compuesta por la revisión documental de fuentes que tratan el tema del derecho de retracto y una encuesta virtual a los estudiantes de derecho de la Universidad La Gran Colombia. Las conclusiones formadas definen que los colombianos consagran al retracto en la normativa enmarcada en las disposiciones contenidas en el artículo 47 del Estatuto del Consumidor, como una facultad susceptible de valoración especial, sin embargo, en su ejecución e intervenciones de la SIC, existen controversias para la imposición de sanciones a los proveedores que no cumplan con su reconocimiento, lo que ocasiona el menoscabo de los derechos del consumidor en lugar de su protección.

Vega (2017), en su artículo “Nuevas pautas en la protección de los consumidores en el comercio electrónico”, estableció como objetivo determinar el tratamiento legislativo que propició el comercio electrónico en España ante el desarrollo tecnológico. La metodología utilizada fue la descriptiva, donde el investigador recalcó la exigencia de aplicar ciertos derechos en las relaciones de consumo, como el derecho información de desistimiento o revocación en la propuesta comercial electrónica, el mismo que deberá ponerse en conocimiento a la ejecución del contrato al consumidor. La muestra estuvo compuesta por artículos científicos. Entre las conclusiones plasmadas se establece que, si bien la contratación

electrónica puede plantear problemas en un mundo globalizado, es vital definir el respeto a los derechos de los consumidores, para ello, España cuenta con una gran variedad de normas sobre protección al consumidor que regulan las actividades de los proveedores que comercializan en el mercado digital.

Ariza, Gómez & Valero (2018), en su investigación “Análisis dogmático del derecho del consumidor frente al retracto y la reversión del pago en las compras online”, estableció como objetivo analizar la normatividad existente en Colombia que protege los derechos del consumidor frente al derecho de retracto y la reversión del pago cuando adquiere bienes y/o servicios por medios electrónicos. La metodología utilizada fue la explicativa, descriptiva, correlacional y explicativa, donde el investigador realizó un análisis comparado del derecho de retracto y profundizó el alcance de la normatividad colombiana frente al derecho de retracto y reversión del pago. La muestra estuvo compuesta por análisis documental y entrevistas a personajes destacados en materia de consumo. Entre las conclusiones plasmadas tenemos que el desarrollo del derecho de retracto, a través del tiempo y de las diferentes legislaciones, tiene implícitas figuras jurídicas que ya se encontraban reguladas, pero con su protección ha permitido innovar las relaciones entre el proveedor y consumidor, teniendo en cuenta que estas figuras surgen con el único objetivo de brindar seguridad contractual a los consumidores.

1.2.2. Nacionales

Respecto a los antecedentes nacionales, tenemos los ocho siguientes:

Barbosa (2014), en su investigación “Generando confianza en el comercio electrónico: análisis de la conveniencia de reconocer el derecho de retracto a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por internet”, estableció como objetivo evaluar la conveniencia de regular el derecho de retracto en el Perú, concretamente para las transacciones de comercio

electrónico de tipo B2C. La metodología tuvo un enfoque descriptivo y explicativo, toda vez el investigador se orientó a recolectar información y analizar las características principales del comercio electrónico, la figura del derecho de retracto y la importancia de regular el derecho de retracto a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por medios electrónicos. La muestra estuvo compuesta por doctrina, legislación nacional y extranjera de ordenamientos jurídicos que regulan la contratación electrónica, y 60 personas encuestadas que no hayan realizado transacciones de comercio electrónico o que las hayan realizado en pocas oportunidades. Entre las conclusiones se tiene que, en el marco del derecho de protección al consumidor, es conveniente regular el derecho de retracto a favor de los consumidores que realizan contratos de consumo por internet lo cual permitiría aumentar la confianza en este tipo de comercio e incentivar la celebración de contratos electrónicos de consumo.

Grosso (2017), en su investigación “El derecho de desistimiento en los contratos electrónicos y su regulación en la legislación del Código de Protección y Defensa del Consumidor”, tuvo como objetivo regular el derecho de desistimiento en los contratos electrónicos en la legislación del Código de Protección y Defensa del Consumidor. La metodología utilizada fue la descriptiva, donde el investigador analizó la regulación de los contratos electrónicos en el Perú y elaboró un Proyecto de Ley regulando el derecho de desistimiento de los contratos electrónicos en la Ley N°29571. La muestra estuvo compuesta por especialistas en la materia y fuentes documentales. La conclusión que se plasmó es que, con la propuesta de un Proyecto de Ley que regule el derecho de desistimiento en los contratos electrónicos en el Perú, se evita el desequilibrio contractual entre consumidor y proveedor de bienes o servicios en los mencionados contratos.

Carrasco (2019), en su investigación “La necesidad de regular el derecho de desistimiento en los contratos electrónicos en el Código de protección y defensa del consumidor”, tuvo como objetivo demostrar si resulta necesario regular en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, el derecho de desistimiento a favor del consumidor en los contratos electrónicos. La metodología utilizada fue la cualitativa, donde el investigador analizó la regulación de los contratos electrónicos en el Perú, diagnosticó las figuras jurídicas que influyen en los contratos electrónicos en el Perú e identificó el desequilibrio contractual en los contratos electrónicos entre consumidor y proveedor. La muestra estuvo compuesta por especialistas en la materia de protección al consumidor y fuentes documentales. Como conclusión, se demostró que sí resulta necesario regular, en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, el derecho de desistimiento a favor del consumidor en los contratos electrónicos, pues de esta manera se aseguran los derechos de los consumidores y del mismo modo se genera un equilibrio contractual entre ambas partes.

Castrejón & Rojas (2019), en su investigación “Fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica”, estableció como objetivo determinar los fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica. La metodología tuvo un enfoque cualitativo, debido a que el investigador se orientó a realizar un análisis profundo del derecho de contratos y la exigibilidad de una norma para la protección del consumidor. La muestra estuvo compuesta por legislación, doctrina y expedientes con denuncias de vulneración de los derechos de los consumidores que contrataron vía internet. Entre las conclusiones se tiene que, la incorporación que se propone a la Ley de Protección y Defensa al Consumidor, permitirá al consumidor estar protegido al realizar contratos

electrónicos de forma segura y confiable, lo que conlleva a equilibrar la relación jurídica contractual y garantizar la protección de los consumidores para que no se encuentren en un estado de vulnerabilidad en pleno goce de sus derechos.

Vega (2019), en su investigación “Regulación del derecho de arrepentimiento en los métodos comerciales engañosos o agresivos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el ordenamiento jurídico peruano”, tuvo como objetivo regular el derecho de arrepentimiento en los métodos comerciales agresivos o engañosos en la legislación del Código de Protección y Defensa del Consumidor. La metodología utilizada fue la analítica y descriptiva, donde el investigador realizó un análisis respecto a la naturaleza de los métodos comerciales agresivos o engañosos en la legislación peruana y la legislación extranjera. La muestra se configuró en base a fuentes documentales y resoluciones del Indecopi relacionadas a las categorías de la investigación. Se llegó a la conclusión que, existe la necesidad de un proyecto de ley que modifique el derecho de restitución por el derecho de arrepentimiento, pues persiste la desigualdad de la carga de la prueba para anular la voluntad de contratación entre proveedor y consumidor.

Sedano (2020), en su investigación “El derecho peruano y la problemática del comercio electrónico en la ciudad de Lima en el periodo 2019”, tuvo como objetivo determinar si el derecho peruano cuenta con una base normativa suficiente para brindar seguridad jurídica al comercio electrónico, en la ciudad de Lima en el periodo 2019. La metodología utilizada fue básica, descriptiva y se empleó el diseño de la teoría fundamentada, con la cual el investigador buscó determinar si el Código de Protección y Defensa del Consumidor era suficiente para dar una base normativa al comercio electrónico. La muestra estuvo conformada por fuentes bibliográficas recabadas de los cuerpos normativos nacionales y las leyes extranjeras. Entre sus

conclusiones se obtuvo la necesidad de implementar una ley especializada del comercio electrónico peruano que brinde una actualización a los conceptos jurídicos del contrato electrónico y renueve los cuerpos normativos antiquísimos.

Soto (2021), en su investigación “La seguridad jurídica para el consumidor en las contrataciones electrónicas”, tuvo como objetivo describir la efectividad de la autorregulación del mercado del comercio electrónico como garantía de seguridad jurídica para los consumidores. La metodología utilizada fue básica, descriptiva y no experimental transversal, donde el investigador analizó la influencia de la autorregulación del mercado en el comercio electrónico sobre la confianza brindada por el proveedor. La muestra estuvo compuesta por la legislación, doctrina y jurisprudencia, información pública del Indecopi, 30 consumidores de comercio electrónico y 20 funcionarios de la Oficina Regional del Indecopi Lambayeque. Entre las conclusiones plasmadas tenemos que la autorregulación no garantiza realmente una seguridad jurídica en las contrataciones electrónicas; sin embargo, teniendo en cuenta la falta de reglamentación específica en materia de contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, resulta pertinente desarrollar mecanismos o lineamientos básicos que garanticen una adecuada seguridad jurídica en este tipo de contrataciones a los consumidores.

Cáceres (2023), en su investigación “Protección y ausencia de regulación del comercio electrónico en consumidores online de Perú”, planteó como objetivo determinar la relación que existe entre la falta de protección del consumidor y la ausencia de regulación del comercio electrónico en Perú. La metodología utilizada es básica, correlacional y deductiva, con la que el investigador buscó encontrar la relación entre la falta de protección y la ausencia de regulación específica del comercio electrónico en consumidores online de Perú. La muestra

estuvo compuesta por el análisis de la doctrina de fuentes documentales y de regulación comparada. Entre las conclusiones se señala que existe una relación directa entre las categorías estudiadas, en tanto, el consumidor online se encuentra en la parte más vulnerable de la relación contractual, que se acentúa ante el supuesto de ausencia de regulación del comercio electrónico existente, por lo cual, se propone la incorporación de medidas de protección frente al comercio electrónico en el Código de Protección y Defensa al Consumidor.

1.2.3. Locales

A nivel local, Arroyo (2016), en su investigación “Ventajas y desventajas que surgen de una contratación electrónica en las empresas comerciales dedicadas a la compra – venta de bienes y/o servicios”, se planteó como objetivo determinar cuáles son las ventajas y desventajas que surgen de una contratación electrónica en las empresas comerciales dedicadas a la compra de bienes y/o servicios. La metodología utilizada fue analítico - sintético, el investigador utilizó el procedimiento fichaje, elaboración de cuestionario y análisis documental. La muestra estuvo compuesta por doctrina bibliográfica, abogados entrevistados y un caso de contratación electrónica en las empresas comerciales dedicadas a la compra – venta de bienes que hayan suscitado conflictos en Indecopi, 2016. Se tuvo como conclusión que se debe dotar de mayor seguridad a los contratos electrónicos estableciendo mecanismos modernos que garanticen los derechos de las partes contratantes, a fin de generar una mayor confianza entre el consumidor y el proveedor de un bien o servicio mediante modalidades de protección por parte del Estado.

Por su parte, Marcelo (2019), en su investigación “Los vacíos y deficiencias en la contratación electrónica, y su incidencia en los derechos del consumidor, en la ciudad de Trujillo periodo 2015-2016”, tuvo como objetivo estudiar los vacíos y deficiencias en la contratación electrónica y su incidencia en los derechos del consumidor. La metodología tuvo

un enfoque mixto cuantitativa, en cuanto el investigador se propuso desarrollar los mecanismos que garanticen una solución a la problemática del comercio electrónico. La muestra estuvo compuesta por legislación, doctrina y expertos en la materia involucrados, participando un total de 130 encuestados. Se concluye que los vacíos y deficiencias en la contratación electrónica adolece de empirismos e incumplimientos, proviniendo de una mala interpretación en la aplicación de la normatividad vigente, por lo que corresponde hacer un estudio de derecho comparado, a fin de recoger las experiencias exitosas y desarrollar estrategias direccionadas a garantizar la seguridad jurídica en la contratación electrónica.

De igual forma, Lázaro & Ramírez (2019), en su investigación “Causas de la inseguridad jurídica en el comercio electrónico: información asimétrica, incumplimiento del deber de idoneidad y publicidad engañosa”, estableció como objetivo determinar de qué manera se vulnera la seguridad jurídica en el comercio electrónico en el Perú. La metodología utilizada fue analítica y descriptiva, donde el investigador analizó las figuras jurídicas de las vulneraciones más frecuentes a los derechos de los consumidores que se dan al realizar compras por internet. La muestra estuvo compuesta por doctrina, legislación nacional, consumidores del comercio electrónico en la ciudad de Lima - Perú, entre los años 2014 y 2018 y 9 resoluciones del Indecopi. Entre las conclusiones se determinaron que las tres principales vulneraciones a la seguridad jurídica en el comercio electrónico son la información asimétrica, incumplimiento del deber de idoneidad y publicidad engañosa; y que, al no existir un marco jurídico acorde a la realidad del comercio electrónico, se genera una incertidumbre jurídica al consumidor, al no contar con capacidad de previsibilidad de la situación.

Tapullima (2020), en su investigación “El derecho al desistimiento como mecanismo protector a favor del consumidor en los contratos celebrados a distancia”, se planteó como objetivo determinar el mecanismo idóneo que permite garantizar la protección al consumidor

en los contratos a distancia celebrados sin que el consumidor tenga contacto directo e inmediato con el bien. La metodología utilizada fue descriptiva y de naturaleza documental, donde la investigadora a través de legislación nacional, derecho comparado y doctrina, recolectó información mediante la técnica del fichaje y la analizó utilizando los métodos jurídicos exegético y dogmático. La muestra estuvo compuesta por artículos científicos, tesis de pregrado y maestría, papers y libros, que se utilizaron de sustento para desarrollar el tema de investigación. Se logró concluir, que el mecanismo que permite garantizar los derechos de los consumidores en los contratos de distancia, es la regulación del derecho al desistimiento dentro del Código de Protección y Defensa del Consumidor como institución jurídica que los proteja de alguna manera ante cualquier situación desventajosa.

En esa misma línea, Huertas (2021) en su investigación “Propuesta de modificación del artículo 21 de la Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor, respecto a la protección de las expectativas del consumidor para garantizar la seguridad jurídica y el derecho a la idoneidad de bienes y servicios en los contratos de compra venta electrónicos a través del e-commerce”, tuvo como objetivo presentar la propuesta de modificación sustentada en la necesidad de integrar la calidad de proveedor a las plataformas virtuales. La metodología empleada se basó en el enfoque cualitativo bajo un diseño y tipo de investigación descriptivo causal. La muestra fueron el análisis de resoluciones emitidas por Indecopi. Se concluyó que, considerando el contexto social y el aumento del e-commerce como consecuencia de la ola pandémica del Covid 19, existe la necesidad de fortalecer las normas previstas en el Código de protección y defensa del consumidor, a fin de rescatar la confianza y certeza de los consumidores frente al uso de nuevas modalidades de adquisición de productos.

1.3. Marco Teórico

Respecto a las bases teóricas, estas serán desarrolladas, planteando definiciones relevantes para cada una de las categorías de la presente investigación; por ello, es importante mencionar que se han establecido dos categorías: a) La tutela jurídica del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo y b) La seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer.

1.3.1. El Sistema de protección del consumidor

Durand (2010), señala que los derechos de los consumidores son “el conjunto de medidas legales adoptadas por un Estado con la finalidad de defender la capacidad adquisitiva de su población, cautelar su salud y seguridad frente a la administración de determinados productos y servicios.” (p. 69)

En este sentido, el Estado tiene un rol protector importante frente al interés de los consumidores y la obligación de garantizar que los proveedores publiciten información realista y que sea transmita de forma clara al consumidor. (Cáceres, 2023, pág.20)

La consagración constitucional de los derechos de los consumidores en el derecho peruano, tiene su fundamento en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú de 1993, el cual establece que el Estado protege y garantiza los derechos de los consumidores, y lo hace no sólo porque reconoce su condición de parte frágil y vulnerabilidad en las operaciones en el mercado, sino porque considera que la persona es el centro de protección de todo el derecho.

En el Perú, el cuerpo normativo que recoge el conjunto de normas jurídicas que tutelan y reconocen los derechos de los consumidores, es el Código de Protección y Defensa del Consumidor, publicado mediante la Ley N°29571 (2010), cuyas disposiciones tienen por

finalidad que los consumidores accedan a productos y servicios apropiados y adecuados en el mercado y que cuenten con mecanismos efectivos para la solución de controversias en sus consumos.

La autoridad nacional que, en nuestro país, se encarga de la protección y defensa de los consumidores es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Propiedad Intelectual (Indecopi), quien tiene como fin garantizar el funcionamiento del mercado económico, previendo conflictos que perjudiquen a los consumidores y verificando el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

1.3.2. Los derechos de protección al consumidor

El consumidor, es aquel destinatario final que adquiere y utiliza un bien o servicio proporcionado por el proveedor a cambio de una contraprestación económica con el fin de satisfacer necesidades. Para García (2021), es aquella persona que goza de la protección de diferentes derechos que están en la legislación, de la que se desprenden también una serie de obligaciones a ser cumplidas por el mismo.

Nuestra legislación define al consumidor en el artículo IV del Código de Protección y Defensa del Consumidor como “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, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional.” (Ley N.º29571, 2010, artículo IV).

Se destaca que, la legislación peruana solo prevé que el consumidor es quien destina lo adquirido para beneficio propio fuera de lo económico, no aquellas personas que adquieren productos y lo utilizan después para actividades económicas relacionadas en el mercado.

Rodríguez (2015), nos recalca que dentro de este tipo de consumidores se encuentra los consumidores online, quienes tienen como principal característica celebrar una contratación electrónica, fuera de lo físico, dentro de un mercado completamente diferente a lo conocido; es decir, son los consumidores de productos y servicios derivados por el internet, que realizan todos los actos contractuales de forma electrónica.

El Indecopi, en su Manual sobre la protección y defensa del consumidor, enumera entre los derechos de los consumidores los siguientes: (Indecopi, 2021, pág.14)

- a. Derecho a recibir un producto o servicio apropiado y adecuado
- b. Derecho a recibir una protección eficaz respecto a productos y servicios que representen riesgo o peligro para la vida y la salud
- c. . Derecho a acceder a información oportuna, suficiente y veraz
- d. Derecho a la protección contra métodos comerciales abusivos
- e. Derecho a un trato justo y equitativo en toda compra de un producto o contratación de un servicio
- f. Derecho a la reparación o reposición de un producto
- g. Derecho a una indemnización por daños o perjuicios
- h. Derecho a elegir libremente
- i. Derecho a ser escuchado de manera individual o colectiva
- j. Derecho al pago anticipado o prepago de saldos en toda operación de crédito
- k. Derecho a no ser discriminado

Se debe considerar que si bien, el Código contiene una temática referida a los derechos de los consumidores y su relación con el proveedor, la relación de derechos no es limitativa,

pues aquellos que se enumeran no son los únicos que los amparan, sino todos aquellos en los cuales pudieran ser afectados los consumidores.

1.3.3. El deber de información

El literal b) del art. 1.1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, prescribe expresamente el derecho que ostentan los consumidores de recibir una información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, con la finalidad de que éstos puedan tomar una decisión correcta acorde a sus intereses y decidir si realizar o no una operación de consumo, estando correctamente informados.

Frente al derecho de información, se encuentra el deber de información, el cual termina recayendo en los proveedores de productos y/o servicios, quienes deben ejercerlo de acuerdo a la forma y características indicada en el párrafo precedente.

Para Lázaro & Ramírez (2019), el contenido del derecho a la información se resume, en la posibilidad del consumidor de tener un conocimiento suficiente sobre las características básicas del producto o del servicio y de las condiciones de su adquisición, a fin de que puedan efectuar una elección razonable entre los diferentes productos o servicios. (pág. 63).

Siendo así, el fundamento de este derecho, se basa en la existencia de una desigualdad de conocimientos en la que se encuentran los consumidores, respecto a los proveedores, lo cual justifica la necesidad que la información sea transmitida de forma clara, completa y comprensible, a fin que adopten la mejor decisión (Huertas, 2021).

1.3.4. El deber de idoneidad y las garantías

Según Marcelo (2019), la idoneidad puede ser definida, como una obligación del proveedor de carácter general, que consiste en cumplir con todos los ofrecimientos realizados

al consumidor, respecto al uso, calidad, origen, duración, contenido y otras características del servicio o producto contratado.

El artículo 18 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, lo define como la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe. Esta idoneidad es analizada en función a la naturaleza del producto o servicio y a su aptitud para cumplir la finalidad con la que ha sido puesto en el mercado. Siendo, los proveedores son los que asumen la responsabilidad por la calidad e idoneidad de los producto o servicios frente al consumidor, conforme lo señala el artículo 19 del marco referido.

Aun así, para determinar si un producto o servicio es idóneo, se debe evaluar si el proveedor ha cumplido con ciertas garantías asociadas al bien ofrecido. Sedano (2020), señala que las garantías protegen al consumidor durante un tiempo determinado frente a la falta de conformidad o a los defectos existentes en el momento de la compra. De modo que, son un mecanismo que brinda confianza y seguridad a los consumidores de la calidad del bien o servicio que desea adquirir, en el artículo 20 del referido marco normativo, se recoge 3 tipos de garantías:

- **La garantía expresa,** es aplicable cuando los términos y condiciones se encuentran explícitamente enumerados y descritos en los productos o servicios que se proveen.
- **La garantía implícita:** regla de manera supletoria y es aplicable cuando los términos y condiciones no son mencionados literalmente, y frente a ello, se entiende que el bien o servicio cumple con los objetivos para los que han sido ofrecidos.
- **La garantía legal:** prima sobre la garantía implícita y explícita, y es aplicable cuando por mandato de la ley o de las regulaciones vigentes no se permite la comercialización de un producto o la prestación de un servicio, sin cumplir con la referida garantía.

Para Castrejón & Rojas (2019), el deber de idoneidad se ve afectado con mayor intensidad en el comercio electrónico, toda vez que los consumidores no cuentan con la ventaja de ver y tocar el producto ofrecido, a diferencia del comercio tradicional, siendo engañados con alguna descripción o imagen falsa del producto.

1.3.5. El derecho de restitución

El Código de Protección y Defensa del Consumidor ha reconocido este derecho como un mecanismo correctivo a favor de los consumidores que han sido víctimas de los denominados métodos comerciales engañosos o agresivos, los cuales se enmarcan en prácticas que el proveedor no puede llevar a cabo pues merman de forma significativa la libertad de elección del consumidor como el acoso, la coacción, la influencia indebida o el dolo, acontecidas anteriormente (Vega, 2019, pág. 23).

Conforme lo señala el artículo 59 del referido marco normativo, la restitución permite al consumidor ejercer su facultad de solicitar la restitución inmediata de las prestaciones materia del contrato de consumo dentro de los 7 días calendarios contados desde el día en que se produjo la contratación del servicio o adquisición del producto o desde el día de su recepción o inicio de ejecución, lo que ocurra con posterioridad.

Ese derecho es amparado para el consumidor que advirtió a tiempo la práctica agresiva en el plazo de siete días, ya que, de lo contrario, dicha práctica agresiva se perfecciona bajo un consentimiento. (Soto, 2021).

Caceras (2023), recalca que, ejercido este derecho, el consumidor no asume alguna reducción del monto a ser devuelto, en caso haya usado normalmente el producto o disfrutado del servicio, salvo que exista un manifiesto deterioro o pérdida de su valor, siendo también su responsabilidad probar la causal que sustenta este derecho a la restitución y su ejercicio.

1.3.6. Contratos electrónicos de consumo

Los contratos, de modo general, se encuentran definidos claramente en el artículo 1351 del Código Civil Peruano de 1984, que textualmente refiere al contrato como el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial.

Inga (2022), señala que una manera de emitir el consentimiento en un acto jurídico, es a través de medios electrónicos, lo cual se ha visto contemplado en el artículo 141-A del Código Civil referido, el cual prescribe que: “En los casos que la ley establezca que la manifestación de voluntad deba hacerse a través de alguna formalidad expresa o requiera de firma, ésta podrá ser generada o comunicada a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otro análogo.” (p. 29)

En ese sentido, los contratos electrónicos de consumo, son las relaciones que se forma entre un proveedor que, mediante la manipulación de medios electrónicos, materializan la manifestación de la voluntad directa entre el consumidor y el proveedor. (Ayala, 2017)

Para Cabrejos & Guerrero (2018), un contrato electrónico es considerado un acuerdo de voluntades que existe entre dos personas, donde ambas se comprometen a una prestación de dar, hacer o no hacer, caracterizándose porque se realiza a través de una plataforma virtual.

El contrato electrónico es la realización de intercambio de compras y ventas por internet, utilizando portales web, en los cuales se ofrecen productos o servicios de toda variedad. Su característica principal, es que la reciprocidad en la aceptación de la oferta, nace a través de vías electrónicas o red de internet, a distancia y tiempo indeterminado, permitiendo el intercambio de servicios o productos y del tránsito dinerario (Manzaneda, 2019).

Según Loayza (2019), en los contratos sin comunicación inmediata, como los contratos electrónicos, conforme al artículo 1373 del Código Civil, el contratos se forman en el

momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente y en aplicación del artículo 1374 del Código Civil, la aceptación se considera conocida en el momento en que llega a la dirección del destinatario; que en el caso de los contratos electrónicos se presume esta recepción cuando el remitente reciba el acuse de recibo.

Por su parte, Carrasco (2019), sostiene que entre los elementos que conforman el contrato electrónico tenemos:

- a) El objeto: que representa la prestación que el proveedor se compromete a realizar en beneficio del consumidor, los cuales pueden consistir en la realización de un servicio o la entrega de un producto, debiendo ser posible, lícito, determinado o determinable.
- b) La causa: es la razón por la cual se realiza el contrato, el fin inmediato perseguido con la obligación contraída dentro de la relación de consumo, la cual debe enmarcarse dentro de las buenas costumbres o el orden público.
- c) Consentimiento de las partes: es un elemento fundamental en la contratación electrónica, ya que el consumidor al desear adquirir un producto y realizar el trato, lo debe realizar con voluntad, cabiendo la posibilidad de desistir y no desear el producto, sin estar sujeto a dar explicaciones de su renuncia al nuevo producto comprado por contratación electrónica.

1.3.7. El arrepentimiento en los contratos electrónicos

Groso (2017), afirma que, renunciar, arrepentirse o desistir, en el consumo, constituye una figura jurídica que facultada al consumidor a dejar sin efecto un contrato. Es decir, consiste en la anulación de la compra con derecho a devolución del importe total, pero sin necesidad de justificación por parte del consumidor.

Este derecho es denominado en otros ordenamientos jurídicos como derecho de retracto, de desistimiento o de revocación (Vega, 2019). Su ejercicio bajo la conceptualización del sector doctrinario, es considerado como una prerrogativa que en ciertos contratos de consumo, se faculta al consumidor, de dar por culminado el contrato, o de desistir de la celebración del mismo con posterioridad a su celebración, durante un término regulado previamente en la ley (Ariza, Gómez & Valero, 2018).

La consecuencia jurídica que trae el ejercicio del arrepentimiento, es la conclusión de una relación jurídica ya perfecta, constituyendo una condición resolutoria que tiene como efecto resolver el contrato y realizar restituciones mutuas. (Tamayo & Tamayo, 2015).

No obstante, Grosó (2017), señala que, ello no debe concebir como un favorecimiento de resolución del contractual, sino ser una causa justa y excepcional para el consumidor de terminación unilateral; por no tener contacto directo con el producto o con el proveedor del mismo al ser las compras derivadas del comercio electrónico. En la misma línea, Vargas (2013), manifiesta que el derecho de arrepentimiento, es una prerrogativa que diversos ordenamientos jurídicos reconocen a favor del consumidor, considerado como el mecanismo más radical sobre el control de la subsistencia de un contrato, pues se le concede a una de las partes la facultad de desvincularse del mismo.

Guio (2019) cita lo señalado por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, haciendo hincapié a que este derecho se justifica en la imposibilidad del consumidor de tener contacto directo con el producto al ser las compras realizadas a distancia por internet. Sin embargo, otro sector de la doctrina, considera que este derecho es una sobreprotección injustificada y abusiva frente a los derechos adquiridos y las expectativas que

legítimamente se plantearon los agentes económicos, que incentiva al comprador a actuar de manera irresponsable (Pabón & Mora, 2014).

1.3.8. La seguridad jurídica

La seguridad jurídica es uno de los valores fundamentales sobre los que se articulan los ordenamientos jurídicos de un Estado de derecho, teniendo incluso en algunos casos la categoría de valor fundamental del derecho. Según Ascarza (2018), es una garantía individual a través de la cual se genera un estado de certeza, respecto al mismo resultado que pueda obtenerse ante una determinada situación, que se susciten bajo una o varias circunstancias similares en el tiempo. En pocas palabras, seguridad jurídica es igual a previsibilidad jurídica.

Para García (2021), la seguridad jurídica tiene diversos conceptos definiéndola en principio como el conjunto de las condiciones que permiten y mantienen la inviolabilidad de los derechos del ser humano y apoyándose en la cita de Sánchez Agesta afirma que esta presupone la supresión de arbitrariedades y violaciones en el cumplimiento de derechos, creando así un ámbito de vida jurídica en la que el hombre se desenvuelve conociendo plenamente las consecuencias de sus actos, actuando con verdadera libertad y responsabilidad.

En concordancia, Gómez (2017) define a la seguridad jurídica como un conjunto de condiciones sociales, de procedimientos y medios jurídicos eficaces que permiten al hombre desarrollar su personalidad ejerciendo sus derechos libres de incertidumbre, riesgos, amenazas o daños.

Rosas (2020), por su parte señala que tiene como noción de seguridad jurídica, el sustento en los principios generales de derecho de validez absoluta en cuanto a tiempo y lugar, que subyace detrás de la idea de igualdad, justicia, libertad, y otros derechos intrínsecos al ser humano.

Para Mendoza (2022), la seguridad jurídica tiene tres aspectos que la componen y permiten entenderla mejor: el primero se basa en garantizar el actuar del Estado y sus representantes en el ejercicio de la norma establecida, el segundo en otorgar confianza a los ciudadanos desde el cumplimiento del estado de derecho en igualdad para todos y el tercero en salvaguardar los bienes jurídicos protegidos de los ciudadanos de forma específica

Por su parte, Arrázola (2014), indica que la seguridad jurídica se puede entender desde tres dimensiones: la primera está referida a la certeza de la actuación del Estado y de sus autoridades, como el de sus ciudadanos; el segundo, respecto a la estabilidad y predictibilidad del derecho mismo, deliberadamente del cuerpo material de normas que integran el ordenamiento; y la tercera como la seguridad resultante del derecho carente de normas bien establecidas, y que conllevan en una seguridad determinada en a algunos o varios bienes jurídicos protegidos.

Arana (2015) la define como la garantía otorgada por el Estado a los individuos, que su integridad, bienes y derechos no serán violentados, y que, de ocurrir, sabrán a qué normas deberán atenerse cuando el régimen jurídico se oscurece deliberadamente, asegurando la protección y correcta aplicación de sus derechos.

Para Rodríguez (2015), la preocupación actual de la seguridad jurídica en la contratación electrónica, se evidencia de forma muy escasa a nivel legal, ya que a pesar que se haya avanzado hacia una necesidad moderna, se ve la necesidad regular las transformaciones del derecho constantes y de la era tecnológica, que hacen que la sociedad se vea inmersa en constantes vulneraciones de sus derechos, y que desencadene la falta de seguridad jurídica en la contratación electrónica.

1.3.9. El comercio electrónico

La actividad socioeconómica en auge, conocida como comercio electrónico, “e-commerce”, “comercio por Internet” o “comercio en línea”, se presenta mediante alguna forma de intercambio de información con fines de consumo en la que las partes interactúan usando las tecnologías de la información, en vez de hacerlo con un intercambio o contacto físico directo (Lara, 2017).

Zúñiga (2018), señala que, para la Organización Mundial del Comercio, la expresión de comercio electrónico se refiere a la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos, relacionado al traslado de transacciones comerciales, a través de dispositivos electrónicos, incluyendo una variedad de actividades.

Para Cabrejo & Guerrero (2018), el comercio electrónico es aquella actividad económica y financiera que abarca la totalidad de transacciones realizadas mediante plataforma virtuales a fin realizar compra y venta de bienes y/o servicios proveedores y consumidores, según sus necesidades personales, permitiendo al consumidor satisfacer sus intereses de una manera más rápida.

Por su parte, Melgarejo (2016) señala que “La contratación electrónica se viene a presentar como una nueva forma contractual y una nueva forma de realizar intercambio de bienes y de servicios.” (p. 63). En esta nueva modalidad, no hay presencialidad en la mayoría del contrato, sino que, las partes realizan el procedimiento totalmente de forma electrónica.

Castrejón & Tapia (2018), indican que el Banco Interamericano de Desarrollo clasificó el comercio electrónico en:

a. Comercio tipo B2C (Empresa a Consumidor): También denominado en inglés “business to consumer”; es de los comercios más conocidos que consiste en ofrecer los

productos por internet a sus clientes, de tal forma que través de las tiendas virtuales, los clientes pueden observar la variedad de productos que se las empresas ofrecen, teniendo en cuenta distintas modalidades de compra.

b. Comercio tipo B2B (Empresa a Empresa): considerado un intercambio de productos, servicios o información entre empresas, como el que se da entre un fabricante y un mayorista, o puede que también se dé entre un mayorista y un minorista.

c. Comercio tipo C2C (Consumidor a Consumidor): es una clase de comercio es conocida como subasta, se da en las distintas plataformas en las cuales se dan estas subastas virtuales, que permiten conectar al ofertante con el demandante sin que exista un intermediario que les haga la transacción.

Por otra parte, Monjarás (2021), enfatiza que entre las distintas ventajas que ofrece el comercio electrónico, es permitir una interacción directa mediante la web, resultando la distribución del producto mucho más inmediata. También, permite un fácil acceso a la información, ya que la base de datos creada permite encontrar ofertas en ventas que permitan acceder a nuevos mercados. Así mismo, mejora la comunicación comercial, pues la empresa mantiene constantemente actualizado a sus clientes sobre nuevos productos o servicios, dando la posibilidad a los clientes de acceder a la web todo el día sin importar el lugar en el que se ubiquen. Por su parte, Rosas (2020) señala, que otra de las ventajas más relevantes del comercio electrónico, es que permite lanzar un producto o su nueva versión de manera más fácil, y así impactar mucho más rápido en los clientes potenciales.

Pese a ello, entre las desventajas del comercio electrónico, Alvarado (2021), señala que en ocasiones se presenta dificultades para verificar la identidad del otro contratante, la imposibilidad de constatar de manera directa y personal las características del objeto materia

de la transacción, la falta de claridad respecto al momento en el que nacen las obligaciones para las partes y la percepción de inseguridad frente a los mecanismos de pago y posibles fraudes. En ese sentido, Cáceres (2023), señala que la suma de estas desventajas ha dado lugar a que hoy en día, exista una intensa sensación de inseguridad y falta de confianza en el comercio electrónico, debido a que son los consumidores quienes normalmente aceptan, primeramente, las condiciones generales estipuladas por la contraparte.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

¿La tutela jurídica en el Código de Protección y Defensa del Consumidor del derecho de arrepentimiento en las relaciones electrónicas de consumo constituiría un mecanismo idóneo para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú?

1.4.2. Problemas Específicos

1.4.2.1. ¿El marco normativo aplicable en materia de protección al consumidor según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano proporciona seguridad jurídica a los consumidores que celebran contratos electrónicos de consumo?

1.4.2.2. ¿Las figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor peruano afines a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento garantizan su ejercicio en las relaciones de consumo digitales?

1.4.2.3. ¿Podría tomarse como modelo la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo de países como Colombia, Argentina y España, para pretender regular sus alcances en el ordenamiento jurídico peruano?

1.4.2.4. ¿Existen fundamentos jurídicos y social que justifiquen la necesidad de tutelar el derecho de arrepentimiento frente a las relaciones electrónicas de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?

1.4.2.5. ¿De qué manera podría regularle la incorporación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo General*

Analizar si la tutela jurídica del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo, constituiría un mecanismo idóneo que garantice la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.

1.5.2. *Objetivos Específicos*

1.4.2.1. Analizar si el marco normativo aplicable en materia de protección al consumidor según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano proporciona seguridad jurídica a los consumidores que celebran contratos electrónicos de consumo.

1.4.2.2. Analizar si las figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor peruano afines a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento garantizan su ejercicio en las relaciones de consumo digitales.

1.4.2.3. Analizar si podría tomarse como modelo la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo de países como

Colombia, Chile y España, para pretender regular sus alcances en el ordenamiento jurídico peruano.

1.4.2.4. Analizar si existen fundamentos jurídicos y social que justifiquen la necesidad de tutelar el derecho de arrepentimiento frente a las relaciones electrónicas de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano.

1.4.2.5. Proponer la incorporación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano.

1.6. Justificación

La justificación es importante en el desarrollo del conocimiento, por lo tanto, no debe olvidarse que la mayoría de investigaciones se llevan a cabo con un propósito definido, y este debe ser lo suficientemente importante como para lograr justificar la necesidad de iniciar y proseguir con la investigación (Hernández, 2014). Teniendo en cuenta lo antes mencionado, la presente investigación es relevante por los siguientes motivos:

- **Relevancia teórica**, con el análisis de las disposiciones doctrinarias más importantes respecto al derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo electrónicas, partiendo de su naturaleza jurídica y regulación en el derecho comparado, se permite diseñar definiciones adaptadas al contexto nacional que tomen como base el aporte teórico y legislativo de otros ordenamientos jurídicos, así como la formulación de nuevos fundamentos doctrinarios y jurídicos que justifiquen la transcendencia y necesidad de su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano, plasmado en un proyecto de ley, que podrá servir como base en análisis de una futura reforma legislativa, otorgando una visión más amplia del panorama al que se exponen los consumidores que realizan compras por las plataformas digitales.

- **Respecto a su conveniencia**, esta investigación permitirá analizar si el marco normativo de ordenamiento jurídico peruano garantiza la protección del consumidor digital frente a los riesgos que supone concretar transacciones a través del internet, ya que la incertidumbre de una posible desprotección repercutiría en que el consumidor se desinterese en realizar negocios haciendo uso de la tecnología, desacelerando así el crecimiento económico del país. Asimismo, se contribuirá con la discusión a nivel nacional de si existen vacíos que suplir en el marco regulatorio de protección al consumidor ante las nuevas tendencias de los contratos electrónicos de consumo con las herramientas tecnológicas y de si es necesaria la regulación del derecho de arrepentimiento en el Perú, como mecanismo que coadyuve a garantizar y salvaguardar los derechos de los consumidores.

- **Por relevancia social**, la presente investigación se basa en el estudio y análisis dogmático jurídico de una institución importante como es la protección de los derechos de los consumidores, su trascendencia prevalece cada vez que son más las personas que utilizan las plataformas digitales para entablar relaciones de consumo, siendo ellas beneficiarias de conocer los riesgos a los que se pueden exponer, los derechos y deberes que deben exigir a los proveedores, y los mecanismos de solución de controversias en los que se pueden apoyar. Asimismo, el alcance que tendría conocer del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, conllevaría a que estos puedan ejercer mayor presión a los proveedores a cumplir debidamente con el deber de información sobre las características verdaderas del producto y/o servicios que disponga para compra en sus portales web, pues de no cumplir con la expectativas el consumidor, este podrá someterlo al proceso de devolución respectivo, en el plazo legal y bajo los términos si es que corresponde.

- **Justificación práctica**, el desarrollo y los resultados obtenidos en la investigación servirán a los órganos legislativos como reflexión para solucionar los vacíos legales que existen con la contratación electrónica y evitar la vulneración de las garantías que posee todo contratante al momento de adquirir bienes y servicios por medio de vías electrónicas. Asimismo, de tutelarse el derecho de arrepentimiento en nuestro marco normativo peruano de protección al consumidor, se contribuiría en la disminución en el número de reclamos y denuncias por falta de idoneidad en la compra por internet o por inconvenientes en la devolución del bien por garantía; ya que la figura jurídica propuesta permite al consumidor el desistimiento de la compra mediante comunicación directa con el proveedor, previo a que se contemple la infracción. Y también, el proyecto de ley presentado en la investigación respecto a la incorporación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano, podría ser evaluado y tomado como referencia ante una futura reforma legislativa.

- **Justificación metodológica**, se permitirá generar un conocimiento confiable y válido, con la creación de nuevos instrumentos de aplicación basadas en el desarrollo y análisis de fuentes confiables, como artículos científicos nacionales e internacionales, derecho comparado, normativa vigente, jurisprudencia, y opinión de expertos de trayectoria en el área de derecho al consumidor; aplicándose estrategias orientadas a conseguir los objetivos propuestos en la investigación, a través de un proceso metodológico ordenado y sistematizado, utilizando técnicas de investigación innovadoras, como el análisis documental, encuestas y entrevistas a abogados expertos, e instrumentos diseñados que serán de gran aporte para futuras investigaciones.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de enfoque cualitativo, la misma que como señalan Quecedo & Castaño (2002) facilita la recogida de datos empíricos que ofrecen descripciones complejas de acontecimientos, comportamientos, pensamientos, que conllevan al desarrollo de categorías que permiten la interpretación de los datos.

Este enfoque de investigación se orienta más hacia la descripción profunda de los fenómenos sociales que son objeto de estudio, con la finalidad de ampliar las teorías relacionadas con las categorías a través de la aplicación de métodos y técnicas derivadas de los fundamentos epistémicos, como la hermenéutica, la fenomenología y el método inductivo (Hernández, 2014). Por lo que, la importancia de usar este método, radica en que ayudará a comprender la problemática del comercio electrónico desde una perspectiva general y así formar una solución acorde a las nuevas tendencias del Derecho de Protección al Consumidor.

En cuanto al tipo de investigación, es de tipo básica, pues, se apoya en gran parte en la recolección de datos, con el fin de aumentar el conocimiento, lo cual promoverá que este sea usado en futuras investigaciones sobre la materia (Muntané, 2010). Teniendo presente esto y en base a los conocimientos contenidos en el primer capítulo de la presente tesis, es viable analizar, interpretar y utilizar las categorías de la investigación, lo cual permitirá demostrar si existe la necesidad de tutelar jurídicamente el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.

Respecto al nivel de investigación, es una investigación descriptiva, pues se busca describir las características de un conjunto de sujetos o hechos en la realidad (Monje, 2011).

Esta investigación describe lo que acontece en la actualidad con respecto a los nuevos derechos en materia de protección al consumidor adquiridos con el comercio electrónico, para ello mediante legislación comparada y dogmática jurídica, se analizará la perspectiva nacional e internacional del derecho de arrepentimiento, lo cual se verá complementada con la aplicación de encuestas y entrevistas a especialistas en la materia.

El diseño de esta investigación es fenomenológico, el mismo que como señala Hernández (2014), busca explorar, descubrir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno, como es el caso. En esa misma línea se va a observar el contexto en el que se desarrolla la problemática de la inseguridad jurídica del comercio electrónico en el Perú, y analizarla a fin de obtener la información necesaria para resolver las interrogantes propuestas.

2.2. Población y muestra

La población, es el total de elementos que en un determinado momento serán materia de estudio a fin de rescatar información específica. Una población debe estar constituida por un conjunto de sujetos, objetos o hechos, que presentan características similares, que son medibles y que constituyen la unidad de investigación (Ñaupas; Valdivia.; Palacios & Romero, 2013).

En la presente investigación la población fue la siguiente:

- Fuentes documentales relacionadas a las categorías de estudio de la presente investigación: El derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor y la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer.
- Fuentes de denuncias resueltas la Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 de

Lima y el Órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor N.º 3 contra empresas que comercializan bienes por medios electrónicos, en el periodo de años 2015-2018.

- Fuentes documentales relacionadas con la legislación comparada de países como: España, Colombia y Chile, que serán objeto de análisis.
- Expertos en la materia; es decir, abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional

Por su parte, la muestra no es más que una parte de la población que sirve para representarla, la cual se obtiene de la población que se desea estudiar, tanto que, como señala Monje (2011), las conclusiones resultantes de dicha muestra sólo podrán estar ligadas a la población referida.

Entre las características de la muestra seleccionada para la presente investigación tenemos su flexibilidad, debido a que las condiciones en que se desarrolla una investigación cualitativa pueden ir variando y agregando distintos tipos de unidades no contempladas (Katayama, 2014).

Se utilizarán muestras teóricas y/o conceptuales, debido a que, para entender las posiciones doctrinarias respecto de las categorías a estudiar, se necesitarán muestras que sirvan para este fin. De la misma manera, se requerirá de muestra a expertos, cuya opinión respecto al tema a desarrollar será necesaria para confirmar los supuestos precisados en los cuestionarios planteados.

El tipo de muestreo a utilizar es no probabilístico, pues intervendrá nuestro criterio como investigador para seleccionar las unidades muestrales, de acuerdo a las características que se requiera desarrollar en la investigación (Ñaupas; Valdivia; Palacios & Romero, 2013).

De este tipo de muestreo se optó por el muestreo por conveniencia, intencional o estratificado, el cual consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador para la muestra, ello debido a que es más sencillo examinar sujetos, por proximidad geográfica o por amistad (Bernal, 2016).

Por lo explicado en este acápite, se establece que el número de individuos tomados en cuenta como muestra de la investigación se llevó a cabo a través de una selección limitada, bajo el cumplimiento de ciertos requisitos; considerando como muestra 65 (sesenta y cinco) especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional.

Lo manifestado precedentemente está plasmando en la siguiente tabla:

Tabla 1: Población, muestra y criterios de selección

Población	Muestra	Criterios de selección
Fuentes documentales relacionadas a las categorías de estudio de la presente investigación.	5 (cinco) fuentes documentales, sobre el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo y la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer.	<ul style="list-style-type: none"> - Libros, papers y tesis, no deben tener una antigüedad mayor a 10 años. - Las conclusiones de los documentos se deben basar en las categorías de investigación. - Redacción en idioma español, sin embargo, no se descarta el uso de otro idioma, siempre y cuando signifique un aporte a la investigación.
Resoluciones en materia de protección al consumidor relacionadas a la categoría de estudio de la presente investigación.	5 (cinco) resoluciones sobre denuncias en materia de protección al consumidor contra plataformas digitales que comercializan bienes por medios electrónicos	<ul style="list-style-type: none"> - Denuncias contra la empresa Linio Perú. - Resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor 2 de Lima y el Órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor.

<p>Fuentes documentales relacionadas con la legislación comparada que será objeto de análisis.</p>	<p>3 (tres) legislaciones internacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ España ▪ Colombia ▪ Chile 	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresadas durante el periodo comprendido entre los años 2015-2018 - Las legislaciones deben regular al derecho de arrepentimiento en las relaciones electrónicas de consumo. - Redacción en idioma español. - Regulación del comercio electrónico en materia de protección al consumidor.
<p>Expertos en la materia; es decir, abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional</p>	<p>65 (sesenta y cinco) especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana.

Fuente: Propia

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas son definidas por Bernal (2016) como un conjunto de actividades sistematizadas que permiten al investigador obtener información relevante para dar respuesta a las interrogantes que se originan de la problemática de estudio. En la presente investigación se han aplicado cinco técnicas: análisis documental, análisis de resoluciones, análisis de legislación nacional y comparada, encuestas y entrevistas.

La técnica del análisis documental, según Peña (2022), resulta de indisolubles procesos de lectura, identificación de palabras clave, comprensión, dominio con el tema tratado, caracterización de la estructura del texto, entre otros, a fin de considerar de los mismos la información de relevancia para la investigación.

La técnica de análisis de resoluciones, en materia jurídica, está asociado al análisis jurisprudencial, la misma que según Romero (2013), permite que se conozca la realidad jurídica de los diferentes fallos emitidos por diferentes tribunales en una materia específica.

La técnica del análisis de legislación nacional y comparada, denominada también comparación jurídica, se ocupa de la descripción y el análisis de los flujos de información normativa¹ entre las realidades jurídicas lejanas y cercanas; que arrojan la identificación de diferencias y similitudes entre los diferentes sistemas normativos (Moreno, 2017).

La técnica de encuestas, es adecuada para estudiar características o hechos que las personas estén dispuestas a informar (Monje, 2011, pag. 134).

La técnica de entrevistas, para Katayama (2014), consiste en una interacción dialógica, personal y directa entre el investigador y un entrevistado respecto a un tema determinado precedentemente, la cual va a permitir recabar información respecto a su problema de investigación.

Por otra parte, en relación a los instrumentos de recolección de datos, Bernal (2016), los define como aquellos medios materiales diseñados por el investigador, con el fin de almacenar y organizar la información recogida, dentro de los cuales, tenemos como más usados a las fichas, cuestionarios, guías de entrevista, y la lista de cotejos.

Para la presente investigación se han diseñado diferentes instrumentos por cada técnica escogida; en primer lugar, las fichas de resumen, en las cuales como señala Peña (2022), se van acumulando las notas básicas que posteriormente serán incluidas en el trabajo que se elabore. En segundo lugar, los cuadros comparativos de legislación nacional y comparada, que coadyuva a al investigador a comparar y contrastar las realidades normativas estudiadas. En tercer lugar, el cuestionario es definido como un conjunto de preguntas que el entrevistador

formula a un entrevistado, mediante una conversación que puede ser estructurada o no, las cuales deben producir respuestas coherentes de acuerdo a los objetivos que se persiguen (Vargas, 2012).

Los aspectos metodológicos señalados, se plasman en la siguiente figura:

Tabla 2: *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

Técnica	Instrumentos	Características	Justificación
Análisis documental	Fichas electrónicas, textuales y de resumen.	-Debe especificarse el título, autor, tipo de fuente documental, el año y el idioma considerando los criterios de selección. -Se debe extraer mínimo 3 conclusiones precisas basadas en el objetivo de la investigación.	Se sustenta en la necesidad de recabar conceptos teóricos, así como referencias resaltantes de diferentes autores sobre cada una de las categorías que serán trabajadas en esta tesis.
Análisis de resoluciones	Fichas resumen de análisis de resoluciones	-Debe considerar los datos generales de la resolución tomando como referencia los criterios de selección, un breve resumen de los hechos fácticos, desarrollar los fundamentos jurídicos y considerar la parte resolutive.	Se sustenta en la necesidad de identificar las principales vulneraciones a los derechos de los consumidores cuando se comercializa bienes por medios electrónicos y en medir la eficacia de la aplicación de la normativa actual de protección al consumidor frente a supuestos de contratación electrónica.
Análisis de legislación comparada	Cuadros comparativos de legislación comparada.	-Se deben considerar los marcos normativos de los ordenamientos jurídicos de los países seleccionadas en los criterios de selección. -Debe especificar el país, la norma del derecho de consumo, fecha de su publicación y citar	Se sustenta en la necesidad de recabar referencias resaltantes de la forma de regulación de las diferentes legislaciones sobre el tema materia de investigación.

<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>textualmente el texto normativo que regule la categoría de estudio.</p> <p>-Será dicotómico con preguntas que den lugar a 2 posibles respuestas: SI o NO, para que la evaluación sea más directa.</p> <p>-Las 8 preguntas deben estar dirigidas a absolver cada uno de los objetivos específicos de la investigación.</p>	<p>Se sustenta en la necesidad de conocer la posición de especialistas en la materia sobre la necesidad de tutelar jurídicamente el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.</p>
<p>Entrevista</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Se han considerado una combinación de 9 preguntas abiertas y muy específicas sobre el tema de estudio y otras cerradas en las que el entrevistado pueda dar opciones de respuestas, direccionadas a contestar los objetivos planteados.</p>	<p>Se sustenta en la necesidad de recabar las opiniones de expertos en la materia sobre la conveniencia de tutelar jurídicamente el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.</p>

Fuente: Propia.

2.4. Procedimiento de recolección de datos

Hernández (2014), señala que, en el enfoque cualitativo, el proceso de recolección de datos resulta fundamental, para obtener datos de personas, situaciones o procesos en profundidad; con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento

- **Respecto al análisis documental**, la búsqueda se hizo mediante una revisión sistemática de artículos científicas, revistas jurídicas y trabajos de investigación de la base de datos Dialnet, Redalyc, Scielo, EBSCO, Google Académico y Alicia Concytec haciendo

uso de palabras claves, como: Derecho de arrepentimiento, comercio electrónico, relación de consumo digital, contrato electrónico, seguridad jurídica.

Se seleccionaron, cinco (5) fuentes documentales, entre las cuales tenemos dos (2) tesis de maestría de los repositorios de la Universidad Católica del Perú y la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo; y las otras tres (3) tesis de pregrado de los repositorios de la Universidad San Martín de Porres, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Universidad Privada Antenor Orrego.

Para poder contar con esta información de manera ordenada se usó las fichas bibliográficas textuales, electrónicas y de resumen, rescatando tres conclusiones respecto a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento, figuras jurídicas similares en el ordenamiento jurídico peruano y los fundamentos jurídicos que sustentan su incorporación en el ordenamiento jurídicos peruano, y un comentario de apreciación del texto estudiado (Anexo 2).

- **Respecto del análisis de resoluciones**, la obtención de la información se hizo a través del Portal Buscador de Resoluciones del Indecopi, respecto a las denuncias en materia de protección al consumidor contra empresas que comercializan bienes por medios electrónicos. Bajo los criterios de selección mencionados, se obtuvieron 5 resoluciones de las cuales se identificó la situación fáctica relevante, la situación jurídica relevante, la decisión de la resolución y la conclusión de apreciación personal del caso (Anexo 1).

- **Respecto del análisis documental de la legislación comparada**, la búsqueda del marco normativo de protección al consumidor que regule el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo digitales, se hizo a través de los portales institucionales de los países de España, Chile y Colombia. Para poder contar con esta información de manera ordenada se emplearon los cuadros comparativos de legislación comparada, que contemplan

textualmente el contenido de los artículos que regulan la categoría estudiada (Anexo 3).

- **Respecto a las encuestas**, se elaboró un cuestionario en un formulario de Google Forms consistente en 8 preguntas, con la finalidad de obtener los resultados necesarios para respaldar los objetivos específicos planteados en la tesis, de las cuales solo 7 de ellas fueron incluidas en los resultados. El contacto con los 60 especialistas seleccionados bajo los criterios mencionados precedentemente, se hizo a través del uso de redes sociales como LinkedIn, correo electrónico y llamadas telefónicas. Así, se aplicó la encuesta a los especialistas quienes consignaron en el formato de cuestionario su nombre completo, su especialidad jurídica y respondieron a las preguntas con alternativas dicotómicas planteadas, enviando sus respuestas a través de medios electrónicos (Anexo 5).

- **Respecto a las entrevistas**, se elaboró un cuestionario consistente en 9 preguntas, las cuales tenían como fin obtener los resultados necesarios para respaldar los objetivos específicos planteados en la tesis, de las cuales solo 7 de ellas fueron incluidas en los resultados. El contacto con los especialistas se hizo a través del correo electrónico y llamadas telefónicas, quienes respondieron ampliamente y fundamentaron su respuesta de forma presencial o virtual, las mismas que fueron evidenciadas en video, audio y/o correo electrónico (Anexo 4).

En detalle el procedimiento de recolección de datos en la presente investigación, se realizará de la siguiente manera:

Tabla 3: *Procedimiento de recolección de datos*

Técnica	Instrumento	Procedimiento
---------	-------------	---------------

Análisis documental	Fichas electrónicas, textuales y de resumen.	Se realizó una compilación de información relevante obtenida de revistas científicas, papers y trabajos de investigación, seleccionándose 2 tesis de maestría y 3 tesis de pregrado, que serán materia de análisis.
Análisis de resoluciones	Ficha resumen de análisis de resoluciones	Se solicitó por el Portal de Buscador de Resoluciones del Indecopi, las 5 denuncias en materia de protección al consumidor bajo los criterios seleccionados.
Análisis de legislación comparada	Cuadros comparativos de legislación comparada.	En los portales institucionales de los países se recopiló información del marco normativo de protección al consumidor que regulen el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo digitales de los países de España, Chile y Colombia.
Encuesta	Cuestionario	Se elaboró un formulario de Google con 8 preguntas dicotómicas a ser planteadas de forma virtual, que fueron de aplicación a sesenta (60) especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional.
Entrevista	Cuestionario	Se elaboró un cuestionario de 9 preguntas, y las respuestas se consignaron de forma presencial o virtual evidenciadas en video, audio y/o correo electrónico, aplicado a cinco (5) abogados que destacan por su gran experiencia práctica y académica sobre Derecho de Protección al Consumidor

Fuente: Propia.

2.5. Procedimiento de tratamiento y análisis de datos

En una investigación cualitativa, el tratamiento y análisis de datos pretende explorar la información e imponerle una estructura, a fin de otorgarle sentido, interpretarla y explicarla en función del planteamiento del problema (Hernández, 2014, pág. 418).

- **Respecto al análisis documental:** para el tratamiento de datos se empleó cuadros de Word de elaboración propia, que plasman una descripción expositiva conjunta de las fuentes documentales, haciendo referencia a las posturas del autor respecto a la naturaleza jurídica

del derecho de arrepentimiento, las diferencias con figuras jurídicas similares en el derecho peruano y los fundamentos jurídicos de su regulación. El método de análisis, fue inductivo separando las definiciones relevantes, a fin de ser cotejado de las demás fuentes. El mismo que es expuesto en la Tabla 09 y 16.

- **Respecto al análisis de resoluciones:** Se vació la data en un cuadro de Word que refleje el análisis de las (5) cinco resoluciones sobre denuncias en materia de protección al consumidor contra plataformas digitales que comercializan bienes por medios electrónicos, a fin de obtener las infracciones frecuentes de los derechos de los consumidores al realizar compras por plataformas digitales, en específico del Marketplace Linio Perú S.A. y el marco normativo aplicable por la Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 y el Órgano resolutivo de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor N.º 3 frente a las relaciones electrónicas de consumo durante el periodo comprendido entre los años 2015-2018, que denotan la inseguridad jurídica del consumidor digital en el comercio electrónico. El mismo que es expuesto en la Tabla 05.

- **Respecto al análisis de legislación comparada:** el tratamiento de datos se hizo mediante una tabla de Word de análisis de la regulación del derecho de arrepentimiento en los países de Colombia, Chile y España. Del método de análisis, producto de la comparación se obtuvo datos importantes sobre el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo digitales en otras legislaciones. El mismo que es expuesto en la Tabla 13.

- **Respecto a las encuestas:** La data obtenida fue tratada mediante figuras que arrojan porcentualmente las respuestas dicotómicas dadas por los especialistas data obtenida del Formulario de Google Forms. Asimismo, mediante una tabla se detallaron los nombres y especialidad de los encuestados por medio de los instrumentos, información que se extrajo del formulario virtual. El análisis de la información se hizo en función de la información que

se detalla numéricamente en la figura, y se valida con los demás instrumentos aplicados.

- **Respecto a las entrevistas:** El tratamiento de la información se hizo mediante cuadros de Word en los que se transcribió textualmente el contenido de los audios y/o videos de las entrevistas, y/o la información de respuesta del cuestionario a las interrogantes planteadas. El análisis de la información, se hizo mediante un cuadro Word de conclusiones generales que reflejan las opiniones más relevantes de los expertos, en virtud al objetivo que se pretenda desarrollar.

Tabla 4: Resumen de metodología por objetivos

Objetivos Específicos	Metodología		
1) Analizar si el marco normativo aplicable en materia de protección al consumidor según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor proporciona seguridad jurídica a los consumidores que celebran contratos electrónicos de consumo	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Recolección de datos y tratamiento
	Resoluciones en materia de protección al consumidor 5 resoluciones de denuncias Criterios de selección - Denuncias contra la empresa Linio Perú. - Resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor 2 de Lima y el Órgano resolutorio de procedimientos sumarísimos de protección al consumidor 3 - Ingresadas durante el periodo comprendido entre los años 2015-2018.	Análisis de resoluciones Ficha resumen de análisis de resoluciones Entrevistas Pregunta 2 del cuestionario de entrevistas	Portal de Buscador de Resoluciones del Indecopi Cuadro Word de análisis (Tabla 5) Elaboración de cuestionario de 9 preguntas Transcripción de video y/o audio y conclusiones de entrevistas (Tabla 7 y 8)
	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Recolección de datos y tratamiento

<p>2) Analizar si las figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor peruano afines a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento garantizan su ejercicio en las relaciones de consumo digitales.</p>	<p>Fuentes documentales de las categorías de estudio</p>		<p>2 tesis de maestría y 3 tesis de pregrado.</p>
	<p>5 fuentes documentales</p>	<p>Análisis documental</p> <p>Fichas electrónicas, textuales y de resumen</p>	<p>Cuadro Word de análisis (Tabla 9)</p>
	<p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Libros, papers y tesis, no deben tener una antigüedad mayor a 10 años. - Las conclusiones de los documentos se deben basar en las categorías de investigación. - Redacción en idioma español, sin embargo, no se descarta el uso de otro idioma, siempre y cuando signifique un aporte a la investigación. 		
	<p>Expertos en derecho del consumidor</p>	<p>Entrevistas</p>	<p>Elaboración de cuestionario de 9 preguntas</p>
	<p>5 especialistas</p>	<p>Pregunta 4 del cuestionario de entrevistas</p>	<p>Transcripción de video y/o audio y conclusiones de entrevistas (Tabla 10 y 11)</p>
	<p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		
	<p>Expertos en la materia de investigación</p>	<p>Encuestas</p>	<p>Elaboración de cuestionario de Google Forms de 8 preguntas</p>
	<p>60 especialistas</p>	<p>Pregunta 2 del cuestionario de encuestas</p>	<p>Figura 2</p>
	<p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		
<p>3) Analizar si podría tomarse como modelo la regulación del derecho de arrepentimiento en</p>	<p>Población y muestra</p>	<p>Técnicas e instrumentos</p>	<p>Recolección de datos y tratamiento</p>
	<p>Fuentes documentales relacionadas con la legislación comparada</p> <p>Legislaciones de 3 países: España,</p>	<p>Análisis de legislación comparada</p> <p>Cuadros comparativos de legislación comparada.</p>	<p>Búsqueda de marco normativo en portal web de países de estudio</p> <p>Cuadro Word de análisis (Tabla 13)</p>

<p>los contratos electrónicos de consumo de países como Colombia, Chile y España, para pretender regular sus alcances en el ordenamiento jurídico peruano.</p>	<p>Colombia y Chile</p> <p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las legislaciones deben regular al derecho de arrepentimiento en las relaciones electrónicas de consumo. - Redacción en idioma español. - Regulación del comercio electrónico en materia de protección al consumidor. 		
	<p>Expertos en derecho del consumidor</p> <p>5 especialistas</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Pregunta 3 del cuestionario de entrevistas</p>	<p>Elaboración de cuestionario de 9 preguntas</p> <p>Transcripción de video y/o audio y conclusiones de entrevistas (Tabla 14 y 15)</p>
	<p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor. - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		
<p>4) Analizar si existen los fundamentos jurídicos y social que justificarían la necesidad de tutelar el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor</p>	<p>Expertos en la materia de investigación</p> <p>60 especialistas</p>		
	<p>Encuestas</p> <p>Pregunta 1 del cuestionario de encuestas</p>	<p>Elaboración de cuestionario de Google Forms de 8 preguntas</p> <p>Figura 3</p>	
	<p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		
	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Recolección de datos y tratamiento
	<p>Fuentes documentales de las categorías de estudio</p> <p>5 fuentes documentales</p>	<p>Análisis documental</p> <p>Fichas electrónicas, textuales y de resumen</p>	<p>2 tesis de maestría y 3 tesis de pregrado.</p> <p>Cuadro Word de análisis (Tabla 16)</p>
	<p>Criterios de selección</p> <ul style="list-style-type: none"> - Libros, papers y tesis, no deben tener una antigüedad mayor a 10 años. - Las conclusiones de los documentos se deben basar en las categorías de investigación. - Redacción en idioma español, sin embargo, no se descarta el uso de otro idioma, 		

Peruano para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico.	siempre y cuando signifique un aporte a la investigación.		
	Expertos en derecho del consumidor 5 especialistas	Entrevistas Pregunta 5,6 y 7 del cuestionario de entrevistas	Elaboración de cuestionario de 9 preguntas Transcripción de video y/o audio y conclusiones de entrevistas (Tabla 17 y 18)
	Criterios de selección		
	<ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		
	Expertos en la materia de investigación 60 especialistas	Encuestas Pregunta 3, 4, 5 y 7 del cuestionario de encuestas	Elaboración de cuestionario de Google Forms de 8 preguntas Figura 4, 5, 6 y 7
	Criterios de selección		
<ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. 			
De nacionalidad peruana			
5) Proponer la incorporación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano.	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Recolección de datos y tratamiento
	Fuentes documentales relacionadas con la legislación comparada Legislaciones de 3 países: España, Colombia y Chile	Análisis de legislación comparada Cuadros comparativos de legislación comparada.	Búsqueda de marco normativo en portal web de países de estudio Proyecto de Ley
Objetivo general	Metodología		
Analizar si la tutela jurídica del derecho	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Recolección de datos y tratamiento

de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo, constituiría un mecanismo idóneo que garantice la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.	Expertos en derecho del consumidor	Entrevistas	Elaboración de cuestionario de 9 preguntas
	5 especialistas	Pregunta 9 del cuestionario de entrevistas	Transcripción de video y/o audio y conclusiones de entrevista (Tabla 19 y 20)
	Criterios de selección		
	<ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		
	Expertos en la materia de investigación	Encuestas	Elaboración de cuestionario de Google Forms de 8 preguntas
	60 especialistas	Pregunta 8 del cuestionario de encuesta	Figura 9
	Criterios de selección		
	<ul style="list-style-type: none"> - Abogados especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional - Por lo menos cinco (5) años de ejercicio de la profesión. - De nacionalidad peruana 		

Fuente: Propia.

2.6. Aspectos éticos

Es importante señalar que los aspectos éticos son trascendentes en una tesis, por lo que teniendo en cuenta la coyuntura actual, se procedió al recojo de información empleando las plataformas digitales, cumpliendo estrictamente con los reglamentos para la obtención de datos utilizando fuentes confiables de selección de información.

Así pues, en la tesis para la redacción y presentación de la realidad problemática, los antecedentes, bases teóricas, etc., se ha trabajado teniendo en cuenta el manual de publicaciones de American Psychological Association (APA); de igual forma, se ha respetado el formato establecido por la Universidad Privada del Norte para el presente año, sin omisiones, alteraciones ni modificaciones en la estructura, presentando una tesis sin maleficencias en la investigación y en base a la buena fe.

Es preciso señalar que, se ha hecho uso del principio de veracidad, lo cual permite decir que la información contenida en la presente tesis es fidedigna y veraz, habiendo sido obtenida a través de buscadores confiables utilizando artículos de investigación obtenidos de revistas indexadas; de igual manera, se evidencia este principio en la aplicación de las encuestas y entrevistas a los especialistas de Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y/o Derecho Internacional, quienes con su experiencia dan la seguridad que el resultado rescatado es confiable y verídico.

Por último, es preciso manifestar que en la presente investigación se ha hecho uso del principio de valor social, lo cual permite afirmar que apunta a lograr un beneficio para la sociedad al analizar si existe la necesidad de tutelar jurídicamente el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Los resultados consisten en la obtención e identificación de los hallazgos de la investigación, por tanto, tienen la finalidad de proyectar y representar de forma objetiva los datos recolectados producto del análisis total de información, encontrándose profundamente conectados con los instrumentos y objetivos específicos (Hernández, 2014). Siendo así, en el presente capítulo, se detallarán los resultados obtenidos a partir de los instrumentos de recolección de datos utilizados en el desarrollo de esta investigación, los cuales se encuentran debidamente validados y vinculados con los objetivos específicos planteados que se disgregan de una directa e íntima relación con el objetivo general y pregunta de investigación.

3.1. Resultado N°01

En primer orden, se tiene el resultado N°01, que se encuentra directamente relacionado con el objetivo específico N° 01, referido a: “Analizar si el marco normativo aplicable en materia de protección al consumidor según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor proporciona seguridad jurídica a los consumidores que celebran contratos electrónicos de consumo”.

Este resultado se alcanzó en base al empleo de dos instrumentos, la “Ficha de análisis de 5 resoluciones” y la aplicación de una pregunta de la “Guía de Entrevista (Pregunta 2)” planteada con el fin de obtener los datos necesarios para alcanzar el objetivo específico N° 01.

Tabla 5: Resultados del análisis de resoluciones en materia de protección al consumidor digital en el comercio electrónico

Resoluciones materia de análisis	Infracciones frecuentes de los derechos de los consumidores al realizar compras por la plataforma digital Linio	Marco normativo aplicable en materia de protección al consumidor en Perú frente a las relaciones electrónicas de consumo
Resolución final N.º 627-2017/CC2	<ul style="list-style-type: none"> Del deber de información, a recibir productos con características distintas a las detalladas en la publicidad en el catálogo virtual. 	<ul style="list-style-type: none"> El artículo 2º del Código establece que el proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor información veraz, suficiente, oportuna y fácilmente accesible.

	<ul style="list-style-type: none"> • Del deber de idoneidad del servicio, al no aceptarse la devolución del producto adquirido pese a que la Política de Cambios y Devoluciones en la página web lo permitía. 	<ul style="list-style-type: none"> • El artículo 20° del Código establece que todo proveedor ofrece una garantía respecto de la idoneidad de los bienes y servicios que ofrece en el mercado.
<p>Resolución final N.º 866-2016/CC2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Del deber de idoneidad del servicio, a seguir remitiendo publicidad no deseada a la dirección electrónica inscrita en el registro “Gracias...no insista” del Indecopi. 	<ul style="list-style-type: none"> • El artículo 58° del Código señala que es derecho de todo consumidor la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos, por la que los proveedores no puedan llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor.
<p>Resolución final N.º 1072-2016/CC2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Del deber de idoneidad, a tener la entrega de un televisor con características distintas a las ofrecidas y haber brindado un servicio de post venta no idóneo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El artículo 19° del Código establece que todo proveedor ofrece una garantía respecto de la idoneidad de los bienes y servicios que ofrece en el mercado, en función de la información que traslada a los consumidores de manera expresa o tácita.
<p>Resolución final N.º 1971-2016/CC2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Del deber de idoneidad, por incumplimiento en la entrega del producto y cancelación unilateral de orden de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los proveedores no se encuentran facultados a resolver o suspender unilateralmente los contratos de consumo que celebran, esto constituye cláusulas abusivas de ineficacia absoluta que no resultan oponibles a los consumidores de acuerdo con el artículo 50° del Código.
<p>Resolución final N.º 0481-2016/PS3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Del deber de idoneidad del servicio, a no efectuarse la devolución del dinero cancelado por el producto en cumplimiento de la garantía de devolución, y no dar respuesta al reclamo interpuesto en el libro de reclamaciones virtual. 	<ul style="list-style-type: none"> • El artículo 18° del Código establece la idoneidad como la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida. • El artículo 6° del Reglamento del Libro de Reclamaciones, señala que el reclamo debe atenderse y dar respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario

Fuente: Propia.

Del análisis de las 5 resoluciones se obtiene que las infracciones más frecuentes de los derechos de los consumidores al realizar compras por la plataforma digital Linio, son al deber de idoneidad y al deber de información; y que, si bien nuestro país no tiene un marco normativo especial en materia de comercio electrónico en el consumo, es aplicable el régimen

común del Código de Protección y Defensa del Consumidor establecida en la Ley N°29571.

A efectos de dar mayor respaldo al análisis realizado de las resoluciones mencionadas precedentemente, se aplicó una pregunta planteada en la Guía de entrevistas, a (5) cinco abogados de nacionalidad peruana que destacan por su gran experiencia práctica y académica sobre Derecho de Protección al Consumidor. Para ello, se considera importante identificar a los especialistas en la Tabla 06, a fin de luego indicar los resultados a los que se arribó.

Tabla 6: Especialistas en materia de protección al consumidor consultados por medio del instrumento guía de entrevista

Nombre del especialista	Perfil profesional
Hilmer Wenceslao Zegarra Escalante	Ex presidente de la Comisión Adscrita a la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad
Sergio Obregón Matos	Jefe de la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad
Lucy Jesús Díaz Plasencia	Ex jefa de la Oficina Desconcentrada de La Libertad
Antonio Antay Bolaños	Doctor en Derecho especialista en Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCV
Sonia Chima Hans	Docente especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCT

Los resultados obtenidos en la aplicación de la Pregunta 2 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor fueron los que se detallan en los párrafos posteriores de la Tabla 07.

Tabla 7: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (*En relación al objetivo específico n°1*)

HILMER WENCESLAO ZEGARRA ESCALANTE
Ex presidente de la Comisión Adscrita a la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad
PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?

El gobierno peruano ha expedido normas jurídicas sobre protección al consumidor entre otras tenemos el Decreto legislativo 1033 conocido como Ley de Indecopi, El decreto legislativo 1308 de fecha 29 de diciembre del 2016, la Ley 29571 de fecha 19 de septiembre del 2010 y la Ley 31435 de fecha 17 de marzo del presente año; estos son las principales, hay muchas otras que son de menor rango. Sí bien es cierto, esas normas jurídicas tienen por objetivo proteger al consumidor en temas de comercio electrónico; sin embargo, no son eficaces para otorgar la debida protección al consumidor en las contrataciones electrónicas porque el estado no tiene la debida organización tanto para prever las vulneraciones de los derechos de los consumidores como por el hecho de no proteger a los consumidores sin haber creado un mecanismo de apoyo es así que Indecopi muchas veces se ha visto huérfana de prestar la solución a favor del consumidor y muchas veces su resolución no se pueden ejecutar para resarcir los daños y perjuicios. Indecopi por su marco legal regulador, si bien es cierto, expide para en su función resoluciones que pretenden solucionar los conflictos protegiendo a los consumidores; sin embargo, no puede ejecutar los consumidores que han sido beneficiados con las resoluciones se ven obligados a acudir al órgano judicial y es otro problema que dilata las soluciones reales de los conflictos menos se llegan a la paz social.

SERGIO OBREGÓN MATOS**Jefe de la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad**

PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?

Nuestra legislación es bastante moderna, pero yo creo que ninguna legislación va a estar a la par del mercado. El mercado es muy dinámico, cada día se van diseñando nuevos productos, nuevos servicios, nuevas modalidades de transacciones económicas, nuevas vías para las transacciones económicas; entonces, no va a ser posible que las normas estén a la par o evolucionen o desarrollen y se modifiquen a la par de como también evoluciona - desarrolla el comercio. Entonces, consiguientemente, si el legislador, las autoridades públicas a cargo de estas funciones, sí pues tienen que estar atentos a aquellos supuestos relevantes que obliguen a una modificación o actualización. Nuestro país generalmente, primero esas actualizaciones se dan a través de nuevos criterios interpretativos en la jurisprudencia y luego bueno ya se va trasvasando cuando hay una gran cantidad de casos similares y consiguientemente la necesidad, tiene que trasvasarse una norma o actualización. Pero mientras ocurre eso, ya hay nuevos supuestos, entonces nuevamente empezamos. Que no necesariamente es un círculo vicioso, pero tenemos que continuar en esa elíptica de desarrollo.

LUCY JESÚS DIAZ PLASENCIA

Ex jefa de la Oficina Desconcentrada de La Libertad

PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?

Las normas de protección al consumidor me parecen que son suficientes. El problema es operativo.

ANTONIO ANTAY BOLAÑOS

Doctor en Derecho especialista en Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCV

PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?

No, porque es suficiente recurrir a la normativa del Código Civil, todo está allí.

SONIA CHIMA HANS

Docente especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCT

PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?

Considero que debería mejorarse la regulación normativa existente en materia de derechos del consumidor, sobre todo en el área de comercio electrónico. Esto, considerando que en la actualidad no existe (o es insuficiente) la regulación que obligue a recibir toda la información precontractual que necesita conocer el consumidor, incluyendo los datos desfavorables o que no beneficien al mismo, o que contengan información engañosa e incompleta.

Las conclusiones de los resultados obtenidos de la aplicación de la Pregunta 2 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor acorde al objetivo N°1, son los que se precisan en la Tabla 08.

Tabla 8: Conclusiones en torno a la pregunta 2 (En relación al objetivo específico n°1)

Conclusiones en torno a la Pregunta 2	
PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?	<p>No, estas son eficaces, para otorgar la debida protección al consumidor en las contrataciones electrónicas porque el Estado no tiene la debida organización tanto para prever las vulneraciones de los derechos sin haber creado un mecanismo de apoyo que pueda ejecutar para resarcir los daños y perjuicios. (Zegarra, H.)</p> <p>La legislación es bastante moderna, pero yo creo que ninguna legislación va a estar a la par del mercado, por su dinamismo tiene que trasvasar una norma o actualización. (Obregón, S.)</p> <p>Las normas de protección al consumidor son suficientes, siendo el problema operativo. (Díaz, P.)</p> <p>Es suficiente recurrir a la normativa del Código Civil, todo está allí. (Antay, A.)</p> <p>Debería mejorarse la regulación normativa existente en materia de derechos del consumidor, sobre todo en el área de comercio electrónico. (Chima, S.)</p>

De la aplicación de este instrumento, se obtiene posiciones divididas respecto a la suficiencia del marco normativo de protección al consumidor en materia de contratación electrónica, resultando que 02 de los especialistas consideran que el marco normativo de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico, mientras que los otros 03 especialistas consideran que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas, por el dinamismo del mercado que le exige una actualización normativa a la par.

En líneas generales, de la aplicación de los 2 instrumentos utilizados para obtener los resultados del objetivo 1, se advierte del análisis de resoluciones que nuestra realidad actual

aplica la normativa general del Código de Protección y Defensa del Consumidor, lo cual coincide con los 02 especialistas que respaldan su suficiencia, a diferencia de los otros 3 expertos que consideran que no proporciona seguridad jurídica a los consumidores que celebran contratos electrónicos de consumo.

3.2. Resultado N°02

En segundo orden, se tiene al resultado N°02, el cual está concatenado con el segundo objetivo específico, referido a: “Analizar si las figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor peruano afines a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento garantizan su ejercicio en las relaciones de consumo digitales”.

Para el desarrollo de este resultado se utilizaron tres instrumentos: “Fichas de análisis de 5 documentales” relacionadas a las categorías de estudio de la presente investigación, la aplicación de una de las preguntas de la “Guía de Entrevista (Pregunta 4)” y una de las preguntas de la “Guía de encuestas (Pregunta 2)”, planteadas con el fin de obtener los datos necesarios para alcanzar el objetivo específico N° 02.

De los hallazgos obtenidos en las “Fichas de análisis de 5 documentales” se agrupó la postura de los autores en la Tabla N°09, lo cual hará más certera la presentación de este importante resultado.

Tabla 9: Descripción expositiva conjunta de las fuentes documentales (En relación al objetivo específico n°2)

AUTOR	Naturaleza jurídica del derecho al arrepentimiento	Diferencias con figuras jurídicas similares del derecho al arrepentimiento	
		Garantía por idoneidad (art.20°)	Restitución frente a los métodos comerciales agresivos o engañosos (art.59°)
Viviana Lucía Barbosa Jaime	Excepción a la teoría general del contrato, que finaliza una relación jurídica perfecta mediante el cual el consumidor	El ejercicio del derecho de retracto no requiere de la expresión de una	El ejercicio del derecho de retracto no requiere la causal que sustenta haber sido víctima de métodos

	estaría ratificando de manera tácita la voluntad previamente manifestada de adquirir el producto o servicio.	causa justificada, en tanto que se trata de un derecho ad nutum y discrecional.	comerciales agresivos o engañosos.
Joseph Max Grosso Muguerra	Derecho potestativo, por el cual se concede al titular un poder jurídico para modificar o rescindir la relación jurídica, dependiendo únicamente de su voluntad, manifestada de forma receptiva y bajo un plazo de caducidad.	Da la posibilidad al consumidor de desvincularse del contrato aun cuando éste responda al esquema descrito.	El ejercicio del arrepentimiento aplica el principio de oportunidad, y exige realizarlo en un plazo determinado y la obligación de información del proveedor acerca del derecho y de su ejercicio.
Jorge Luis Carrasco Tello	La facultad para abandonar o dejar sin efecto una relación jurídica, sin incurrir en responsabilidad por el incumplimiento contractual, sustentada en un principio de oportunidad de poner fin al contrato	No hace mención a su vinculación con esta figura jurídica.	El derecho de restitución solo es aplicable a los métodos comerciales abusivos y dentro del establecimiento comercial, dejando de lado al consumidor que contrata electrónicamente.
Alicia Del Carmen Vega Venero	Una facultad que permite a una de las partes del negocio jurídico destruir el vínculo de un contrato que se encuentra perfeccionado desde el acuerdo de voluntades, debiendo reintegrar la suma pagada.	Para que sea efectiva se necesita probar la falta de idoneidad del producto o servicio adquirido en base a medios probatorios por las partes.	El plazo para ejercer el derecho de restitución es muy corto, por la actividad probatoria que recae en el consumidor, debiendo probar la causal que sustenta su derecho.
Holly Amalia Tapullima Romero	Excepción a la obligatoriedad “pacta sunt servanda” e irrenunciabilidad del negocio jurídico bilateral cuando la ley o las partes lo permitan.	No hace mención a su vinculación con esta figura jurídica.	La naturaleza ad nutum del derecho de desistimiento, posibilita a que este puede ser ejercido sin mediar justificación alguna.

Estas 5 (cinco) fuentes documentales brindan importantes resultados, estableciendo la condición excepcional y meramente potestativa de la aplicación del derecho de arrepentimiento desde la Teoría general del contrato, entendida como una justa causa de terminación unilateral del mismo para el consumidor, pues a pesar que los contratos son obligatorios para ambas partes y que existe la prohibición de actuar en contra de ellos, este derecho, constituye una excepción al principio de obligatoriedad “pacta sunt servanda” que

caracteriza a los contratos, teniendo el consumidor la prerrogativa de resolverlo sin una causa justificada.

Así también, se obtuvo que existen figuras jurídicas semejantes en nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor que permiten el ejercicio del derecho de arrepentimiento, pero con marcadas diferencias, como son la garantía por idoneidad (art. 20), la cual para que surta efectos requiere de métodos probatorios por parte del consumidor que acrediten la falta de idoneidad; y, el derecho de restitución (art. 59), que es sólo aplicable si se acredita ser víctima de los métodos comerciales engañosos o agresivos.

En la misma línea, los resultados obtenidos en la aplicación de la Pregunta 4 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor respecto a si en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permitan el ejercicio del derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales, fueron los que se detallan en los párrafos posteriores de la

Tabla 10: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°2)

HILMER WENCESLAO ZEGARRA ESCALANTE

Ex presidente de la Comisión Adscrita a la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad

PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato. **¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales? ¿Cuáles son?**

Nuestro Código Procesal Civil reconoce la institución jurídica del desistimiento en el artículo 340 y siguientes, como una forma especial de conclusión de un proceso ante un conflicto de intereses, es la toma de decisión que realiza el demandante para apartarse del proceso, puede ser desistimiento del proceso o desistimiento de la pretensión. En el caso que nos ocupa se trata de un desistimiento de la pretensión, por consiguiente, en nuestra legislación existe como figura semejante y que también se aplica en los casos de reclamos de los consumidores ante Indecopi, pero el desistimiento ante Indecopi estar determinado que debe

realizarse antes de que Indecopi expida la resolución final, expedida la resolución final ya no procede el desistimiento.

Cuando estuve presidiendo la Comisión de justicia de Indecopi en Trujillo se exigía el desistimiento formulado por el agraviado de denunciante lo haga por escrito con firma legalizada notarialmente o en todo caso ante un funcionario de Indecopi al fin de tomar todas las precauciones para conocer la certeza que el que practica el desistimiento lo haga con su voluntad libre y espontánea.

SERGIO OBREGÓN MATOS**Jefe de la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad**

PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato. **¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales? ¿Cuáles son?**

Si claro, hay una que no se utiliza mucho, no se han presentado creo o se han presentado muy pocos casos, y que es el Derecho de Retracto ante los Métodos Comerciales Agresivos: cuando se acredita un método comercial coercitivo, entonces se puede aplicar el derecho de retracto. Se ha generado una indefensión, un desequilibrio grande. Ese es uno de los supuestos que hay y en la realidad, más que regulación publica también hay autorregulación que la legislación lo permite, que las empresas se autorregulen: que tengan la valla normativa o legal y que puedan superar esa valla, mejorar – optimizar esa valla normativa; por supuesto hay autorregulación. Hay empresas, como lo mencionabas tu hace un momento, que aplican estos tipos de modalidades de desistimiento de mutuo; o sea, ellos ya autorizaron, han estipulado eso y eso es en beneficio del consumidor y por tanto no puede considerarse una cláusula abusiva porque hay más bien una ventaja a favor del consumidor que utiliza mucho, no se han presentado creo o se han presentado muy pocos casos, y que es el Derecho de Retracto ante los Métodos Comerciales Agresivos: cuando se acredita un método comercial coercitivo, entonces se puede aplicar el derecho de retracto. Se ha generado una indefensión, un desequilibrio grande. Ese es uno de los supuestos que hay y en la realidad, más que regulación publica también hay autorregulación que la legislación lo permite, que las empresas se autorregulen: que tengan la valla normativa o legal y que puedan superar esa valla, mejorar – optimizar esa valla normativa; por supuesto hay autorregulación. Hay empresas, como lo mencionabas tu hace un momento, que aplican estos tipos de modalidades de desistimiento de mutuo; o sea, ellos ya autorizaron, han estipulado eso y eso es en beneficio del consumidor y por tanto no puede considerarse una cláusula abusiva porque hay más bien una ventaja a favor del consumidor.

LUCY JESÚS DIAZ PLASENCIA

Ex jefa de la Oficina Desconcentrada de La Libertad

PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato. **¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales? ¿Cuáles son?**

Me remitido a mi respuesta anterior no creo que sea necesario.

ANTONIO ANTAY BOLAÑOS

Doctor en Derecho especialista en Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCV

PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato. **¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales? ¿Cuáles son?**

La respuesta está en el Código Civil, en principio el Art. 141-A sobre el acto jurídico, dice: en los casos en que la ley establezca de que la manifestación de voluntad deba hacerse mediante manifestación expresa, o requiera de firma, esta podría ser generada a través de medios electrónicos ópticos o cualquier otro análogo, tratándose de instrumentos públicos la autoridad competente deberá dejar constancia del medio empleado, deberá dejar constancia y contrastar una versión íntegra. Porque este artículo fue modificado en el año 2000, cuando ya el art. 141 señalaba que la manifestación de la voluntad es expresa o tácita a través de cualquier medio o canal electrónico.

SONIA CHIMA HANS

Docente especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCT

PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato. **¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales? ¿Cuáles son?**

El derecho de desistimiento podría valer como una forma de arrepentimiento de parte del consumidor sobre el producto o el servicio adquirido, sin embargo, cuenta con características reguladoras distintas, establece sus propias condiciones y limitaciones.

En la actualidad no existiría un derecho similar al de arrepentimiento en nuestra regulación de derechos del consumidor en el país.

Las conclusiones de los resultados obtenidos de la aplicación de la Pregunta 4 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor acorde al objetivo N°1, son los que se precisan en la Tabla N°11.

Tabla 11: Conclusiones en torno a la pregunta 4 (En relación al objetivo específico n°2)

Conclusiones en torno a la Pregunta 4	
<p>PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato.</p> <p>¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales?</p> <p>¿Cuáles son?</p>	<p>El Código Procesal Civil reconoce la institución jurídica del desistimiento en el artículo 340 y siguientes, como un desistimiento de la pretensión, por consiguiente, en nuestra legislación existe como figura semejante y que también se aplica en los casos de reclamos. (Zegarra, H.)</p>
	<p>El derecho de Retracto ante los Métodos Comerciales Agresivos y la autorregulación que la legislación lo permite, con las empresas. (Obregón, S.)</p>
	<p>Al no ser necesario, no existen fundamentos jurídicos que amparen este derecho. (Díaz, P.)</p>
	<p>El Art. 141-A sobre el acto jurídico, dice: en los casos en que la ley establezca de que la manifestación de voluntad deba hacerse mediante manifestación expresa u otros medios. (Antay, A.)</p>
	<p>No existe un derecho similar al de arrepentimiento en nuestra regulación de derechos del consumidor en el país. (Chima, S.)</p>

De los resultados obtenidos a los 05 entrevistados, al preguntar si conocen en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor la existencia de figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio del derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo, sólo 1 de ellos coincidió con la opinión de los doctrinarios respecto a que el derecho de retracto ante los métodos comerciales agresivos regulado en el art. 59 del Código de Protección y Defensa del Consumidor podía ser una figura similar, así mismo 2 de los

entrevistados en su desconocimiento realizan la comparación con norma especial, citando figuras del Código Civil semejantes aplicables supletoriamente como el art. 340 del C.P.C. y el art. 141-A, por otra parte 1 de los especialistas manifestó su impericia y el otro de ellos, al tener una posición contraria no atinó a responder.

Por otro lado, se presentarán los resultados de la Guía de Encuesta que contiene (9) nueve preguntas de las cuales, sólo (1) una está vinculado con el segundo objetivo, la misma que fue aplicada a 60 (sesenta) especialistas en materia de derecho civil, derecho de protección al consumidor y derecho internacional. Para ello, se consideró importante identificar a los especialistas que participaron precisando su especialidad, detallados en la siguiente Tabla N°12.

Tabla 12: *Especialistas en derecho civil, derecho de protección al consumidor y derecho internacional consultados por medio del instrumento guía de encuesta*

N°	ESPECIALIDAD	NOMBRE Y APELLIDOS
1	Derecho de Protección al Consumidor	Martín Eduardo Esparza Esparza
2	Derecho de Protección al Consumidor	Gustavo Adolfo Ayon Aguirre
3	Derecho de Protección al Consumidor	José Luis Herrera Pachari
4	Derecho de Protección al Consumidor	Juan Antonio Ñahue Gaona
5	Derecho de Protección al Consumidor	Leonardo Valdez Obando
6	Derecho de Protección al Consumidor	Ana Paula Ramírez Chinchayán
7	Derecho de Protección al Consumidor	Lucero Leslie Montes Orihuela
8	Derecho de Protección al Consumidor	Holly Amalia Tapullima Romero
9	Derecho Civil	Carlos Reverditto
10	Derecho Civil	Carmen Ortega Chico
11	Derecho Internacional	José Carlos Manrique Lazarte
12	Derecho Civil	Andrés Valle Mansilla
13	Derecho Civil	Jean Carlo Apaza Mora
14	Derecho Civil	David Paredes Salgado
15	Derecho Civil	Cesar Medina
16	Derecho de Protección al Consumidor	Fiorella Yulizza Alvarado Gutierrez

17	Derecho de Protección al Consumidor	Carlo Francisco Palomino Doloriert
18	Derecho Civil	Wily Cuba Ñ.
19	Derecho Civil	Enrique Quincho Arribasplata
20	Derecho de Protección al Consumidor	Eduardo Burga Cruzado
21	Derecho Civil	Rocío Del Pilar Silva Geronimo
22	Derecho Civil	Yessica Bautista
23	Derecho de Protección al Consumidor	Denisse Irma Maravi Mongrut
24	Derecho Civil	Bikel Araujo Campos
25	Derecho Civil	Claudia Canales Torres
26	Derecho de Protección al Consumidor	Jhair Emanuel Rosadio Camahualí
27	Derecho de Protección al Consumidor	Edwin Augusto Tuesta Salas
28	Derecho Internacional	Luis Miguel Caravasi Murrugarra
29	Derecho de Protección al Consumidor	Omar Damián Medina
30	Derecho Civil	Iris Cuba
31	Derecho de Protección al Consumidor	Deyna Cherres Arrunategui
32	Derecho de Protección al Consumidor	José Carlos López Noel
33	Derecho Internacional	Giovanni Francesco D'angelo Reyes
34	Derecho de Protección al Consumidor	Alejandro Medina Sanchez
35	Derecho de Protección al Consumidor	Isamu Okuma
36	Derecho de Protección al Consumidor	Ursula Patroni Vizquerra
37	Derecho Internacional	Gonzalo Tello Vildósola
38	Derecho Civil	Jorge Mendez Cruz
39	Derecho Civil	Manuel Ibarra Trujillo
40	Derecho Internacional	Graciela Yolanda Zavaleta Armas
41	Derecho Civil	Liliana Victoria Nuñez Arestegui
42	Derecho de Protección al Consumidor	Mario Augusto Zuñiga Palomino
43	Derecho Internacional	Augusto Medina Otazu
44	Derecho de Protección al Consumidor	Victor Burgos
45	Derecho Civil	Patricia Urrunaga Molina
46	Derecho Civil	Olmedo Saldaña Melendez
47	Derecho Civil	Santos Eugenio Urtecho Navarro
48	Derecho de Protección al Consumidor	Juan Carlos Vizcarra
49	Derecho Internacional	Victor Rogelio Sueiro Varhen
50	Derecho Internacional	María Ángela Sasaki Otani

51	Derecho Civil	Isabel Del Carmen Neyra Cerpa
52	Derecho de Protección al Consumidor	Gonzalo Gustavo Gonzales Gonzales
53	Derecho Internacional	Wilmer Daniel Villanueva Llerena
54	Derecho de Protección al Consumidor	Carlos Hernández Flores
55	Derecho de Protección al Consumidor	Denisse Solangge Acosta Lopez
56	Derecho Internacional	Diego Sedano Bardón
57	Derecho de Protección al Consumidor	Rocio Llanos Navarro
58	Derecho de Protección al Consumidor	Jorge Córdova Mezarina
59	Derecho de Protección al Consumidor	Carolina Loayza Tamayo
60	Derecho de Protección al Consumidor	Claudia Lucia Castro Barnechea

Del mismo modo, resulta trascendente establecer las características de los profesionales encuestados dentro de los criterios de selección como especialista en materia de derecho civil, derecho de protección al consumidor y derecho internacional tal cual se detallará en la siguiente Figura 1.

Figura 1: Características profesionales de los especialistas encuestados



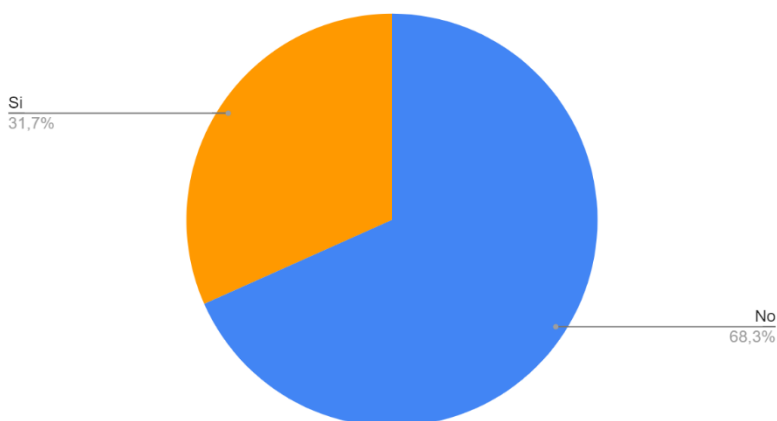
De la figura 1, se advierte que, de los 60 especialistas encuestados, el 33,3% corresponde a 20 especialistas en derecho civil; el 50,0% son 30 con especialidad en derecho de protección al consumidor y el 16,7%, corresponde a 10 que son especialistas en derecho internacional.

Así pues, de la encuesta realizada a los especialistas, en razón de la Pregunta 2 de la

Guía de Encuesta planteada de la siguiente manera: En el Código de Protección y Defensa del Consumidor se regulan figuras jurídicas como la garantía por idoneidad (art.20°) y el derecho de restitución frente a los métodos comerciales agresivos o engañosos (art.59°), que contemplan la posibilidad de que el contrato de consumo celebrado por las partes quede sin efecto, teniendo el proveedor la obligación de devolver al consumidor las sumas pagadas por los producto o servicios contratados, en un determinado plazo de ley. ¿Considera usted que estas figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano? Se obtuvo el siguiente resultado en relación con el objetivo 2.

Figura 2: *Especialistas que consideran que las figuras jurídicas dispuestas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano*

PREGUNTA 2.-



Como se evidencia en la figura precedente, el 31,7% de los encuestados - lo cual corresponde a 19 especialistas - considera que las figuras jurídicas dispuestas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor como la garantía por idoneidad (art.20°) y el derecho de restitución frente a los métodos comerciales agresivos o engañosos (art.59°) garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano, mientras que el 68,3% de los encuestados - lo cual corresponde a 41 especialistas - no considera que

garanticen la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano.

En líneas generales, de la aplicación de los 3 instrumentos utilizados para obtener los resultados del objetivo 2, se advierte del análisis documental de la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento y las figuras jurídicas afines en nuestro Código de Protección y Defensa del Consumidor, la existencia de semejanzas y diferencias entre la institución jurídica del derecho de arrepentimiento, con la garantía por idoneidad (art.20°) y el derecho de restitución frente a los métodos comerciales agresivos o engañosos (art.59°) regulados en nuestro ordenamiento. Lo cual concuerda con lo que señaló 1 de los entrevistados respecto a que podía ser una figura similar, el derecho de retracto ante los métodos comerciales agresivos. Tomando como base este conocimiento se les consultó a 60 especialistas si consideraban que las figuras jurídicas encontradas garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano, obteniendo 19 especialistas que estuvieron de acuerdo y 41 que no.

3.3. Resultado N°03

En tercer orden, se tiene al resultado N°03, el cual se encuentra directamente relacionado con el objetivo específico N° 03, el cual busca: “Analizar si podría tomarse como modelo la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo de países como Colombia, Chile y España, para pretender regular sus alcances en el ordenamiento jurídico peruano”.

Específicamente, este resultado se alcanzó en base a la aplicación de tres instrumentos, uno de ellos fue el “Análisis Documental de Legislación Comparada” en base a la norma correspondiente al derecho de arrepentimiento en contratos electrónicos de consumo de tres países: Colombia, Chile y España. El segundo instrumento utilizado fue la aplicación de una

de las preguntas de la “Guía de entrevista (Pregunta 3)”: y por último la aplicación de una pregunta de la “Guía de encuesta (Pregunta 1)”. Los resultados son los siguientes:

Tabla 13: Análisis comparativo de la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo, en la legislación de países de España, Chile y Colombia

ESPAÑA	CHILE	COLOMBIA
Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias	Ley N° 19.955, que modifica la Ley N°19496 sobre protección de los derechos de los consumidores	Ley 1480 - Estatuto del Consumidor de Colombia
El deber del proveedor de informar la existencia del derecho		
El inc. 4 del art. 98 precisa que, si el contrato se celebra a través de una técnica de comunicación a distancia, el empresario antes de la celebración de dicho contrato, facilitará la información acerca del derecho al desistimiento.	La norma no obliga a los proveedores a informar a los consumidores que cuentan con el derecho de retracto, situación que se sustentaría en el hecho que el proveedor puede optar por reconocer o no tal derecho.	En el inc. 4 del art. 46 del Estatuto refiere entre los deberes especiales del proveedor se prescribe su obligación de informar, previo a la adquisición, sobre el derecho de retracto que le asiste al consumidor y el término para ejercerlo.
Efectos del derecho de arrepentimiento		
El art. 106, prevé que el ejercicio del derecho de desistimiento extinguirá las obligaciones de las partes de ejecutar el contrato a distancia. En consecuencia el consumidor realizará la devolución del producto (Art. 107) y el proveedor de la contraprestación en el plazo de 14 días (art. 105). Asimismo, el art. 108 establece que los gastos de la devolución, serán asumidos por el consumidor, salvo si el empresario acepta asumirlos o no le ha informado al consumidor que debían ser asumidos por él.	En el artículo 3 bis, se establece que “podrá poner término unilateralmente al contrato”, el proveedor estará obligado a devolverle al consumidor las sumas abonadas, sin retención de gastos, a la mayor brevedad posible y en el plazo máximo de 45 días. <u>Siendo obligación del consumidor debe restituir en buen estado los elementos originales del producto.</u>	Si bien el Estatuto, no ha contemplado un artículo que regule los efectos del derecho al retracto; el artículo 47, establece que se resolverá el contrato y el proveedor deberá reintegrar al consumidor el dinero que hubiese pagado en el plazo de 30 días. La <u>devolución</u> del producto, deberá efectuarse por los mismos medios y en las mismas condiciones en que se recibió, debiendo el <u>consumidor asumir los costos de transporte y demás costos que conlleve la devolución.</u>
Plazo del consumidor para el ejercicio del derecho de arrepentimiento		
El art. 102 otorga el plazo de <u>14</u>	El artículo 3bis inciso b) establece	El art. 47 del Estatuto del

<p><u>días naturales para</u> desistir del contrato. En el art. 105, precisa que en caso el proveedor no haya informado acerca del derecho, se otorga un plazo para ejercer de 12 meses después de la fecha de expiración del desistimiento inicial</p>	<p>que el plazo máximo para ejercer el derecho de retracto es de 10 días contados, siempre que el proveedor haya cumplido con la obligación de remitir la confirmación del contrato por escrito. Si el proveedor no cumple con dicha obligación, el plazo se extenderá a 90 días.</p>	<p>Consumidor establece que el plazo máximo para ejercer el derecho de retracto es de cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato, en caso se trate de una prestación de servicios.</p>
<p>Excepciones al derecho de arrepentimiento</p>		
<p>El listado de supuestos que no son de aplicación de este derecho está contemplado en el Art. 103</p>	<p>No contempla una lista de excepciones al derecho de retracto. Sólo se limita a señalar que “no podrá ejercerse el derecho de retracto cuando el bien materia del contrato se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor”</p>	<p>El artículo 47 del Estatuto contempla los casos que se exceptúan del ejercicio de este derecho.</p>
<p>Posibilidad de pactar el pacto en contrario del derecho de arrepentimiento</p>		
<p>No contempla la posibilidad de pactar en contrario al derecho de desistimiento</p>	<p>El artículo 3 bis inciso b) deja abierta esta posibilidad al establecer “a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario”</p>	<p>No contempla la posibilidad de pactar en contrario al derecho de retracto</p>

De la figura precedente se advierte que, el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas de consumo ha sido reconocido en los ordenamientos jurídicos expuestos con denominaciones distintas, en España es denominado derecho de desistimientos, mientras que, en Colombia y Chile, se le conoce como derecho de retracto, teniendo como fin común la protección de los consumidores que realizan relaciones de consumo mediante plataformas digitales. Respecto al deber del proveedor, de informar al consumidor que cuenta con este derecho, sólo la normativa española y la norma colombiana contemplan dicha obligación de manera expresa.

Asimismo, si bien los plazos para ejercer el derecho al arrepentimiento son diferentes en cada una de ellas, la legislación española y la chilena han establecido un cómputo plazo adicional otorgado al consumidor, en caso este no se le haya sido informado y/o confirmado acerca del derecho.

Respecto a los efectos que desencadena este derecho, la principal coincidencia radica en, conlleva la extinción de una relación contractual que ya había quedado perfeccionada.

Excluyendo la norma chilena (que no contempla excepciones), podemos observar que muchos de los supuestos de excepción recogidos en la normativa español y en el Estatuto del Consumidor son bastante similares.

A diferencia de Ley General para la Defensa de los Consumidores y del Estatuto del Consumidor, la normativa chilena, sí permite que los proveedores opten por no ofrecer este derecho en los contratos de consumo celebrados por medios electrónicos o mediante cualquier otra técnica de comunicación a distancia.

Ahora en razón de los resultados de la aplicación de la Pregunta 3 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor respecto a si nuestro ordenamiento jurídico podría tomar como referencia los modelos de regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo de los países de España, Colombia y Chile para pretender su incorporación en la legislación peruana, estos se detallan en los párrafos posteriores de la Tabla N°14.

Tabla 14: *Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°3)*

HILMER WENCESLAO ZEGARRA ESCALANTE

Ex Presidente de la Comisión Adscrita a la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad

PREGUNTA 3: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Argentina regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre el consumidor y proveedor mediante plataformas digitales para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para pretender su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?

La investigación que he realizado para contestar esta pregunta tiene por finalidad regular el derecho de arrepentimiento del consumidor ante los métodos comerciales agresivos o engañosos en la legislación del Código de protección y defensa del consumidor. Uno de los fundamentos para la protección al consumidor, es la desigualdad de información y el elemento sorpresa que existe entre los proveedores de productos y servicios frente a los consumidores, quienes se encuentran en desventaja durante la relación de consumo. En atención a ello creo conveniente, no solamente formular normas jurídicas sino crear mecanismo de protección a fin de que dichos métodos comerciales agresivos o engañosos en la legislación peruana como ocurre en Colombia España y Argentina en cuyos países existe aún la divergencia o desigualdad información que existe entre proveedor y consumidor creando un desbalance durante la relación de consumo, adquiriendo al proveedor mayor ventaja sobre el consumidor y la carga de la prueba quedando bien probada ante las autoridades competentes en este caso a Indecopi. Entiendo que en esos países Colombia, España y Argentina han realizado un mejor estudio para los efectos de solucionar este tipo de problemas, de cuyo estudio todavía el Perú no lo ha realizado debidamente. Estoy convencido que el arrepentimiento por parte del consumidor como derecho es una herramienta idónea para hacer frente a la problemática del consumidor en el comercio electrónico.

SERGIO OBREGÓN MATOS

Jefe de la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad

PREGUNTA 3: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Argentina regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre el consumidor y proveedor mediante plataformas digitales para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para pretender su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?

La respuesta a esto no es tan simple porque podría ser mi personal parecer, pero aquí estamos hablando de regulación de actividades económicas y para regular actividades económicas tienes que haber analizado el impacto de esa regulación. Entonces, en estos momentos no podría responderte, tendría que haber hecho un estudio analítico personal, a nivel académico para determinar si en efecto mediante qué modalidad de regulación. Habría que hacer un análisis de calidad regulatoria como nos dicen ciertas normas y un análisis del impacto regulatorio. Entonces, revisando esa tarea, podríamos decir estas técnicas, de estas formas es

mejor hacerlo o por tales consideraciones es mejor no hacerlo. De hecho, si es hay países en las que está funcionando puede ser que su mercado lo posibilite. Y eso no significa que, si funciona allá, también funcione a cuya. Nada nos dice eso. Entonces tiene que analizarse aquí, bajo los factores que hay en nuestro país, reales; y en consecuencia determinar si sería conveniente o no.

LUCY JESÚS DIAZ PLASENCIA**Ex jefa de la Oficina Desconcentrada de La Libertad**

PREGUNTA 3: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Argentina regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre el consumidor y proveedor mediante plataformas digitales para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para pretender su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?

Desde el enfoque del análisis económico del Derecho no me parece necesario y eficiente.

Debemos tener en cuenta que los consumidores debemos ser diligentes en las decisiones de compra que realizamos. El mercado puede solucionar este tema por sí solo sin necesidad de normas legales al respecto.

Yo he tenido experiencias en ese sentido y en las plataformas on line se consideran dichas cláusulas contractuales y puedes anular tu compra dentro de cierto tiempo.

ANTONIO ANTAY BOLAÑOS**Doctor en Derecho especialista en Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCV**

PREGUNTA 3: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Argentina regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre el consumidor y proveedor mediante plataformas digitales para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para pretender su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?

Usualmente en el Perú para devolver un producto, te dan plazo de 7 días; claro comercio electrónico, en todo caso ese derecho legislativamente ampliarlo a unos días más dependiendo del término de la distancia. Pero sí existe. Por eso no considero que nosotros tengamos que imitar lo mismo que dice España, Argentina, Colombia que son otras realidades. Otras realidades económicas, culturales, cultura de consumo como la Unión Europea.

SONIA CHIMA HANS**Docente especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCT**

PREGUNTA 3: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Argentina regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre el consumidor y proveedor mediante plataformas digitales para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para pretender su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?

Cuando hablamos del derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas, nos referimos a un derecho principalmente importado de la normativa europea, es decir de otra realidad y otra cultura de integridad, pues le otorga facultades al consumidor de productos o servicios E-COMMERCE de, unilateralmente y sin motivo alguno, dejar sin efecto un contrato celebrado con el proveedor en un plazo de 15 días calendario desde la recepción del producto o la contratación del servicio.

Ahora bien, para el caso concreto de nuestra realidad peruana, sería recomendable promover este derecho en la regulación, siempre y cuando su aplicación se realice a grandes empresas (Retails) y no a pequeñas o microempresas, considerando que el ámbito y desarrollo empresarial peruano actualmente se sostiene con más del 50% de microempresarios, y que nuestra cultura de integridad no es sólida, pudiendo generar desequilibrio de derechos.

Por otro lado, cabe señalar que, el origen de la existencia del derecho de arrepentimiento tuvo como objetivo generar mayor confianza a los consumidores sobre los productos adquiridos vía electrónica y a distancia, ya que la observación y elección de estos no sería similar a elegir el producto de forma presencial. Este fue el beneficio más resaltante de esta figura y regulación.

Por ello, es que no se niega su valor e importancia, sin embargo, se recomienda que para la realidad empresarial peruana se establezcan límites en su regulación, considerando el posible perjuicio que podría generarle a las MYPES o pequeñas empresas.

Las conclusiones de los resultados obtenidos de la aplicación de la Pregunta 3 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor acorde al objetivo N°3, son los que se precisan en la Tabla N°15.

Tabla 15: Conclusiones en torno a la pregunta 3 (En relación al objetivo específico n°3)

CONCLUSIONES RESPECTO A LA PREGUNTA 3	
PREGUNTA 3.- La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Argentina regula el derecho de arrepentimiento en las compras	En esos países Colombia, España y Argentina han realizado un mejor estudio para los efectos de solucionar este tipo de problemas, de cuyo estudio todavía el Perú no lo ha realizado debidamente, por lo que si es conveniente que el arrepentimiento por parte del consumidor como derecho es una

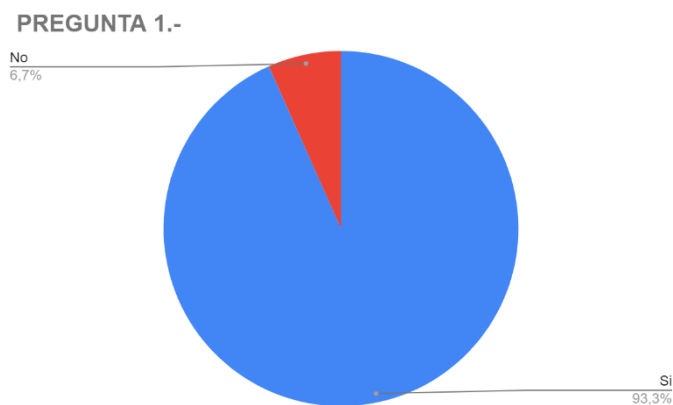
<p>electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre el consumidor y proveedor mediante plataformas digitales para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para pretender su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?</p>	<p>herramienta idónea para hacer frente a la problemática del consumidor en el comercio electrónico. (Zegarra, H.)</p> <p>Se tendría que haber hecho un estudio analítico personal, a nivel académico para determinar si en efecto mediante qué modalidad de regulación. (Obregón, S.)</p> <p>Desde el enfoque del análisis económico del Derecho no es necesario y eficiente. (Díaz, P.)</p> <p>No considero que nosotros tengamos que imitar lo mismo que dice España, Argentina, Colombia que son otras realidades económicas y culturales (Antay, A.)</p> <p>No se niega su valor e importancia, sin embargo, se recomienda que para la realidad empresarial peruana se establezcan límites en su regulación, considerando el posible perjuicio que podría generarle a las MYPES o pequeñas empresas. (Chima, S.)</p>
--	---

Se tiene que 02 de los entrevistados, dejan abierta la posibilidad de la incorporación del derecho de arrepentimiento en nuestro ordenamiento jurídico en materia de protección al consumidor, si existiese previamente estudios que hayan medido el impacto de esta regulación en los ordenamientos jurídicos de Colombia, España y Chile, como una alternativa que remedie la inseguridad jurídica existente en el comercio electrónico. Mientras que los otros 03 entrevistados al desconocer la evaluación de impacto desde el análisis económico del derecho sobre la eficiencia de esta regulación, no lo consideran necesario, ya que cada realidad es distinta.

Respecto a los resultados correspondientes a la aplicación de la Pregunta 3 de la encuesta dirigida a especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y Derecho Internacional: La tercera pregunta planteada en la encuesta fue la siguiente: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Chile, regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de

resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre consumidor y proveedor mediante plataformas digitales, para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. Siendo que en otros países como Colombia, España y Chile regulan en su normativa de protección al consumidor el derecho de desistimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales como una facultad de los compradores de bienes o servicios de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándose así a la otra parte contratante en el plazo establecido para el ejercicio de ese derecho, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase, y, por lo tanto, solicitar la devolución de los productos y del dinero pagado. ¿Considera usted que nuestro ordenamiento jurídico podría tomar estos modelos y pretender regular los alcances y límites del derecho de arrepentimiento en la legislación peruana de protección al consumidor frente a las compras online?

Figura 3: *Especialistas que consideran que el derecho de arrepentimiento ya reconocido en ordenamientos jurídicos de Colombia, España y Chile puede tomarse como modelo para pretender la regulación del derecho de arrepentimiento en la legislación peruana*



En la figura precedente, se evidencia que el 93,3% de los encuestados - lo cual corresponde a 56 especialistas - considera que el derecho de arrepentimiento ya reconocido en ordenamientos jurídicos de Colombia, España y Chile puede tomarse como modelo para pretender la regulación del derecho de arrepentimiento en la legislación peruana, mientras que el 6,7% de los encuestados - lo cual corresponde a 4 especialistas - considera que no.

En líneas generales, de la aplicación de los 3 instrumentos utilizados para obtener los resultados del objetivo 3, se advierte del análisis comparativo de legislaciones de España, Chile y Colombia, que el derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo se encuentra regulado de manera específica, desde años atrás, en el marco normativo de protección al consumidor de estos países, con distintos plazos, términos y supuestos, orientados al mismo fin, proteger al consumidor digital. Teniendo como base este conocimiento, cuando se le hace la consulta a los 5 expertos sobre la posibilidad de tomar como modelo la legislación de estos ordenamientos jurídicos analizados, para pretender la regulación del derecho de arrepentimiento en el ordenamiento peruano, 2 de ellos no niegan esta posibilidad, mientras que los otros 3 entrevistados expresan su desacuerdo. Ello, concuerda con los resultados del cuestionario aplicado, que tuvo como resultados 56 especialistas de acuerdo, y 4 en desacuerdo. Siendo que, finalmente, se tendrían 58 especialistas que consideran que si podría tomarse como modelo la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo de países como Colombia, Chile y España, para pretender regular sus alcances en el ordenamiento jurídico peruano, y 7 especialistas que optan porque no.

3.4. Resultado N°04

En cuarto orden, se tiene al resultado N°04, el cual está concatenado con el cuarto objetivo específico, referido a: “Analizar si existen los fundamentos jurídicos y social que justificarían la necesidad de tutelar el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano para garantizar la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico.”

Para el desarrollo de este resultado se utilizaron tres instrumentos: “Fichas de análisis

de 5 documentales” relacionadas a las categorías de estudio de la presente investigación, la aplicación de preguntas de la “Guía de Entrevista (Preguntas 5, 6 y 7)” y la “Guía de encuestas (Pregunta 3, 4, 5 y 7)”, formuladas con el fin de obtener los datos necesarios para alcanzar el objetivo específico N° 04.

Los hallazgos de los análisis de 5 fuentes documentales antes obtenidos y de la descripción hecha podemos agrupar la postura de estos autores en la Tabla N°16, lo cual hará más certera la presentación de este importante resultado.

Tabla 16: Descripción expositiva conjunta de las fuentes documentales (En relación al objetivo específico n°4)

Autor	Fundamentos		
	Mayor desequilibrio en la relación de consumo a distancia	Aumento de asimetría informativa en la contratación electrónica	Protección al consumidor como fin supremo del Estado
Viviana Lucía Barbosa Jaime	Falta de contacto previo y directo del consumidor con el bien adquirido.	No presencia física simultánea de las partes.	Velar confianza de los consumidores en la contratación electrónica.
Joseph Max Grosso Muguerza	Entre consumidor y proveedor fuera de los establecimientos comerciales.	Obligación de información del proveedor acerca del derecho y de su ejercicio.	Principio de oportunidad que protegen al usuario.
Jorge Luis Carrasco Tello	Desventaja del consumidor al no poder percibir de manera física el producto.	No se tiene la probabilidad real de conocer las características del servicio.	Garantizar el apropiado equilibrio contractual entre las partes.
Alicia Del Carmen Vega Venero	Asegurar una decisión más reflexiva en el proceso de compra	Obligaría a las empresas a tener una competencia leal.	Como principio rector de la economía social de mercado.
Holly Amalia Tapullima Romero	No se materializa la necesidad de adquirir el producto.	Desconocimiento de la persona o empresa con el que se está contratando.	Potenciaría la confianza en los consumidores y proveedores.

Estas 5 (cinco) fuentes documentales brindan importantes resultados, estableciendo que entre los fundamentos jurídicos que sustentan el ejercicio del derecho de arrepentimiento es el mayor desequilibrio en la relación de consumo a distancia, debido a que no existe un contacto directo con el producto o servicio, que permita verificar de manera directa las características del mismo; el aumento de asimetría informativa en la contratación electrónica debido a la ausencia física de las partes contratantes, situación que no permite al consumidor conocer con quién está contratando y la protección del consumidor como fin supremo del Estado, establecido en el artículo 65 de nuestra Constitución

Por su parte, los resultados obtenidos en la aplicación de las Preguntas 5, 6 y 7 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor, fueron los que se detallan en los párrafos posteriores de la Tabla N°17.

Tabla 17: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo específico n°5)

HILMER WENCESLAO ZEGARRA ESCALANTE
Ex presidente de la Comisión Adscrita a la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad
PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. ¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?
Entre las plataformas de venta online que conozco, es aquella conocida como MercadoLibre que en alguna forma protege al consumidor al no entregar el dinero que se ha depositado mientras el consumidor no le manifieste que la bien recibida materia de negocio sea el que corresponde a su decisión, las otras plataformas no gozan de dicha protección. Absorbiendo la pregunta central considero que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento de los contratos electrónicos de consumo no tiene la solidez y eficacia que corresponde, mi criterio es mejor uso del desistimiento, es del arrepentimiento aquel tiene reconocimiento expreso por nuestra legislación, solamente se debe reconocer mediante una norma legal que puede desistir aun cuando se haya recibido el bien material del negocio jurídico. Mi criterio se sustenta en el artículo 1132 del código civil que prescribe: el acreedor sea agraviado denunciante del bien cierto, no puede ser obligado a recibir otro, aunque sea de mayor valor.
PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por

parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. **¿De qué manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?**

En principio tenemos la Constitución Política de 1993 vigente prescribe en su Artículo 65 el principio de defensa de los consumidores y usuarios conforme al siguiente texto: El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado, asimismo, vela en particular por la salud y la seguridad de la población. Esta norma legal constituye uno de los principios generales del régimen económico de la Constitución respecto de la protección al consumidor entre los cuales también está libre iniciativa y la libre competencia de los agentes económicos las cuales se deben ejercer en el marco de una economía social de mercado. De esta manera la Constitución vela de un lado por los agentes económicos que se encargan de realizar la oferta de productos y/o servicios en el mercado los que en materia de protección al consumidor son denominados proveedores y por otro lado protege a los consumidores que produce la demanda de dichos productos y o servicios. En este contexto la protección de los consumidores ejercer es ejercida por el Indecopi, entidad que en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, es competente para verificar el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor en adelante entiéndase como Código, es importante señalar que de acuerdo con lo señalado en el Código, la protección del consumidor en nuestro país es transversal, es decir, que involucra a todos los poderes públicos y a la sociedad en su conjunto, en tal sentido, la facultad asignada para la protección del consumidor sin perjuicio de la autonomía que cuenta las demás entidades integrantes del sistema integrado de protección del consumidor, en adelante, se entiende por sistema.

Lo antes indicado permite identificar que el Estado tiene la obligación de garantizar a los consumidores que el desarrollo de cualquier actividad económica se efectúa respetando los derechos información seguridad y salud, no discriminación del consumo, entre otros. El Indecopi es la encargada de la protección de los derechos sin perjuicio de las competencias que hayan sido otorgadas a otra instituciones, vamos a formular una pregunta pero ¿qué es el Código de Protección y Defensa del Consumidor? es el conjunto de normas jurídicas que reconoce los derechos de las y los consumidores dentro del marco del artículo 65 de la constitución política y del régimen de economía social de mercado, sus disposiciones tienen por finalidad que los consumidores accedan a productos y servicios apropiados y adecuados en el mercado y que cuente con mecanismos efectivos para la solución de controversias en sus consumos. El código aborda temas referidos a los derechos de los consumidores y su relación con el proveedor, contratos de consumo, métodos comerciales abusivos, protección del consumidor en productos o servicios específicos, llámese servicios públicos, regulados, salud, educativos, inmobiliarios y financieros responsabilidad y sanciones, defensa colectiva de los consumidores, rol y funciones de las funciones de consumidores y el sistema; sin embargo, en lo que se refiere a los derechos de los consumidores, se debe considerar el cual contiene una relación no limitativa, en razón que aquellos que se enumera no son los únicos que los ampara sino todos aquellos en los que puedan ser afectados los

consumidores.

El Código crea el sistema, que es el conjunto de principios, normas, procedimientos, técnicas e instrumentos encaminados a armonizar la política pública con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas de protección y defensa del consumidor. En nuestro país delega el Consejo Nacional de protección al consumidor, en adelante el Consejo, la propuesta y armonización de la política nacional de protección y defensa del Consumidor. Pero esto no es todo, los funcionarios y empleados de Indecopi, a mi criterio no son lo suficientemente competentes para la práctica de las normas jurídicas mencionadas y especialmente para resolver los conflictos de intereses que postulan los consumidores.

PREGUNTA 7: ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?

Los fundamentos jurídicos tenemos la Constitución Política, como las mencionadas al comentar las primeras preguntas, pero es necesario establecer una cultura de paz en los peruanos porque el conflicto de intereses forma parte de la naturaleza humana, mediante la educación que se inicia en el hogar y los colegios se puede establecer con precisión que el peruano puede y debe evitar el conflicto, entre otros, lo que nos ocupa en ese tema. Así el consumidor puede ser debidamente informado, ser escuchado, pueda tener acceso a la elección recibir un trato equitativo y justo, proteger su salud, se le brinde seguridad jurídica y física, que a mi criterio son los derechos fundamentales de todo consumidor. Es decir, la resolución de todas las problemáticas del reclamo del consumidor no está no está el fundamento jurídico que ya los tenemos sino en generar una cultura de paz.

SERGIO OBREGÓN MATOS

Jefe de la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad

PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. ¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?

Creo que una consecuencia inmediata, si fuera una norma legal, que obligara a las empresas a establecer un derecho de desistimiento de arrepentimiento; lo primero que resultaría es que las empresas se verían obligadas también a optimizar sus mecanismos de venta, porque una gran desventaja que genera las ventas online es muchas veces respecto a las características del producto. La información relevante que tiene que llegar al consumidor, muchas veces a través de los medios indirectos que son las compras online, no son suficientes - idóneas. Una talla, por ejemplo, en China no puede ser la misma talla que en Perú, que debería ser porque justamente el código habla también de la estandarización de la calidad de los productos y servicios, y entre

ello la talla tiene mucho que ver con esto. Entonces creo que la primera consecuencia de la existencia de una norma en este sentido sería que las empresas se verían obligadas a optimizar su mecanismo de venta para trasladar con mayor nitidez, con mayor claridad la información, las características de los productos o servicios. Otra consecuencia que no sería tan positiva, podría ser el incremento de los precios de los bienes y servicios; porque las empresas van a decir voy a hacer un estudio económico, un análisis económico para determinar cuál es la potencialidad de recurrencia de estos supuestos: de arrepentimiento, de desistimiento; que al final como empresa lo voy a asumir. Pero como empresa estoy destinada a ganar no a perder, entonces ese costo que yo voy a determinar a través de mi análisis de mercado, de mi análisis económico al final lo voy a prorratear a mis consumidores. (Costos de transacción).

PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. **¿De qué manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?**

En realidad, aquí está la respuesta. En tu pregunta esta la respuesta. Básicamente son los pequeños proveedores los que se verían más afectados. Los pequeños empresarios, los proveedores iniciales. Porque hay empresas, incluso empresas que venden online, que, si el proveedor no está satisfecho, son tan grandes las empresas y quieren generar tanta confianza en el consumidor, que el consumidor al estar insatisfecho con el producto, le comunicas y te devuelven tu dinero y no te piden que le devuelvas el producto. Hay empresas que han gestionado esa manera. Varias empresas chinas, europeas, norteamericanas que trabajan así. Porque para ellos es más costoso y genera un desaliento en el consumidor en seguir siendo su cliente. Para que eso no ocurra, si la persona no está satisfecha con el producto, perfecto, lo siento, más bien te ofrezco otras cosas, te devuelvo tu plata y el producto bueno de repente puedes conseguirle un uso adicional. Pero para hacer eso, la economía de escala lo posibilita, pero los pequeños emprendedores se podrían ver perjudicados y quizás ya con la existencia podrían generarse mecanismos. Eso también ocurre en el mercado cuando ya tenemos obligaciones pues somos muy creativos y vamos ya generando unas herramientas para protegernos, pero eso va a determinar una nueva obligación por parte de los emprendedores.

PREGUNTA 7: **¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?**

Básicamente tendría que ser la condición asimétrica del consumidor basada en la simetría informativa y la simetría contractual e incluso la simetría técnica. Creo que esa sería la “justificación” porque en verdad es un tema más complejo que no puede tener una respuesta tan cerrada.

LUCY JESÚS DIAZ PLASENCIA

Ex jefa de la Oficina Desconcentrada de La Libertad

PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. **¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?**

Me parece que es excesivo proteccionismo. En realidad, debemos enfocarnos en promover un consumidor diligente.

PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. **¿De qué manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?**

Realmente crea costos adicionales

PREGUNTA 7: **¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?**

No creo que haya alguno.

ANTONIO ANTAY BOLAÑOS

Doctor en Derecho especialista en Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCV

PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. **¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?**

En principio como existe no hay nada que reconocer, ahora el mercado tiende a regularse solo, de acuerdo a la oferta y la demanda, y la idea de la asimetría informativa del consumidor digital, no puede sobredimensionarse, a pesar de que los canales digitales hoy día están en moda no pueden, porque nuestro país mayoritariamente es un país de comercio de microempresas, entonces si nosotros le ponemos sobrecarga y sobre costos, o como dice la norma, el Proyecto, se va a retraer el consumo a través de esos medios y el mercado negro, la informalidad, va a crecer, porque con esto se va a elevar los costos de transacción necesariamente.

Revisando el proyecto, dice en todos estos aplica, menos en esto; mejor déjalo a que lo regule el mercado, para qué se dice, en todo, pero sólo en eso, no tiene sentido.

PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. **¿De qué manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?**

Me retraigo a mi respuesta anterior. Los va a arruinar, los va a desaparecer, el mercado negro, la informalidad va a cundir, se van a elevar los costos de transacción porque nadie va a querer contratar así, porque si yo tengo tanta responsabilidad como microempresa o como emprendedor individual y tengo que someterme a esas reglas me sale muy caro, mejor se lo vendo por lo bajo. En lugar de incentivar, eleva los costos, y eso en teoría económica es correr traslado a través de los efectos no contratados. Es una locura, el mercado se va a ver afectado. Ejemplo, a Saga que le va a importar es un pelo, a Ripley, al Banco, pero a la pollería de la esquina para hacer su delivery, al que vende sus rosquitas, sus tamales artesanales, se verán arruinados.

PREGUNTA 7: ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?

No existen.

SONIA CHIMA HANS

Docente especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCT

PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. **¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?**

De los beneficios que otorga el derecho de arrepentimiento tenemos que:

- A parte del principal objetivo de su creación que era “generar mayor confianza a los consumidores de productos adquiridos a distancia, vía electrónica (on line) o por teléfono, pues este consumidor no goza de la misma información que uno que analiza el producto en una “adquisición presencial”. Según Marco Loos, el Derecho de Arrepentimiento otorga cuatro beneficios concretos: i) Genera una mayor confianza para realizar ventas a distancia; ii) Protege a los consumidores de ventas agresivas; iii) Impulsa a los consumidores a realizar ventas por internet y plataformas similares; iv) Permite al consumidor entender mejor complejos contratos.

PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. **¿De qué manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?**

Tal como lo he señalado anteriormente, no se niega el valor e importancia de la figura del derecho de arrepentimiento, sin embargo, justamente por ser nuestro mercado empresarial peruano representativo en más de un 50 % por empresarios de pequeñas y microempresas, se recomienda el establecimiento de límites en su regulación, de ser incorporado en la normativa de consumo. Considerando el perjuicio que podría generarle a los microempresarios, por los gastos administrativos y logísticos que implicarían las devoluciones de bienes o servicios, impactando negativamente en este tipo de empresarios peruanos.

PREGUNTA 7: ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?

La justificación que se debería tomar en cuenta sería la generación de confianza para realizar compras a distancia (vía online o telefónica), considerando la gestión de ventas agresivas existentes en la actualidad y en pro de la protección del consumidor.

Así como, la promoción e impulso al uso de plataformas y ventas online, para el desarrollo económico en general.

Las conclusiones de los resultados obtenidos de la aplicación de la Pregunta 5, 6 y 7 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor acorde al objetivo N°5, son los que se precisan en la Tabla N°18.

Tabla 18: Conclusiones en torno a las preguntas 5,6 y 7 (En relación al objetivo específico n°5)

CONCLUSIONES EN TORNO A LA PREGUNTA 5,6,8 y 9	
<p>PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. ¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?</p>	<p>El mejor uso del desistimiento, se sustenta en el artículo 1132 del código civil que prescribe: el acreedor sea agraviado denunciante del bien cierto, no puede ser obligado a recibir otro, aunque sea de mayor valor. (Zegarra, H.)</p> <p>Las empresas se verían obligadas también a optimizar sus mecanismos de venta y a optimizar su mecanismo de venta para trasladar con mayor nitidez, con mayor claridad la información, las características de los productos o servicios. (Obregón, S.)</p> <p>Es un excesivo proteccionismo, se debe promover un consumidor diligente. (Diaz, P.)</p> <p>No hay nada que reconocer, porque ya existe este derecho, siendo incluso el mercado a regularse solo, de acuerdo a la oferta y la demanda. (Antay, A.)</p> <p>Genera una mayor confianza para realizar ventas a distancia, proteger a los consumidores de ventas agresivas e impulsar a los consumidores a realizar ventas por internet y plataformas similares. (Chima, S.)</p>
<p>PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. ¿De qué</p>	<p>Los funcionarios y empleados de Indecopi, no son lo suficientemente competentes para la práctica de las normas jurídicas mencionadas y especialmente para resolver los conflictos de intereses que postulan los consumidores. (Zegarra, H.)</p> <p>Hay empresas que venden online, que son tan grandes que le comunicas y te devuelven tu dinero, pero es su economía de escala lo que lo posibilita, pero los pequeños emprendedores se podrían ver perjudicados. (Obregón, S.)</p> <p>Crea costos adicionales (Diaz, P.)</p> <p>Los va a arruinar, los va a desaparecer, el mercado negro, la informalidad va a cundir, se van a elevar los costos de transacción siendo que nadie va a querer contratar así. (Antay, A.)</p>

<p>manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?</p>	<p>Por los gastos administrativos y logísticos que implicarían las devoluciones de bienes o servicios, impactaría negativamente en este tipo de empresarios peruanos. (Chima, S.)</p>
<p>PREGUNTA 7: ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?</p>	<p>Los fundamentos jurídicos tenemos la Constitución Política, así el consumidor debidamente informado, puede tener acceso a la elección recibir un trato equitativo y justo, proteger su salud y se le brinde seguridad jurídica y física. (Zegarra, H.)</p> <p>La condición asimétrica del consumidor basada en la simetría informativa y la simetría contractual e incluso la simetría técnica. (Obregón, S.)</p> <p>No considera que exista fundamento alguno. (Díaz, P.)</p> <p>No existen. (Antay, A.)</p> <p>La generación de confianza para realizar compras a distancia (vía online o telefónica), considerando la gestión de ventas agresivas existentes en la actualidad y en pro de la protección del consumidor. (Chima, S.)</p>

Respecto a la pregunta 5, tenemos que 3 de los entrevistados rescatan que este derecho genera una mayor confianza para realizar ventas a distancia, al proteger a los consumidores de las ventas agresivas e impulsarlos a realizar ventas por internet y plataformas similares, tanto que las empresas se verían obligadas también a optimizar sus mecanismos de venta y a optimizar su mecanismo de venta para trasladar con mayor nitidez, con mayor claridad la información, las características de los productos o servicios; mientras que, los otros 02 entrevistados, manifiestan su disconformidad en cuanto al reconocimiento de este derecho en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano, señalando que esto sería un excesivo proteccionismo, cuando en realidad debe promoverse la protección a un consumidor diligente, y que en realidad no habría nada que reconocer, porque este derecho ya existe de acuerdo a la oferta y la demanda del proveedor.

Respecto a la pregunta 6, todos los entrevistados concuerdan que esto crearía costos adicionales, por los gastos administrativos y logísticos que implicarían las devoluciones de bienes o servicios, impactando negativamente en este tipo de empresarios peruanos. Sin embargo, 02 de los entrevistados rescatan que una alternativa sería orientar la exigencia de este derecho a las grandes empresas que venden online, pues su economía de escala lo posibilita, ya que enfocarlo en los pequeños emprendedores podría perjudicarlos.

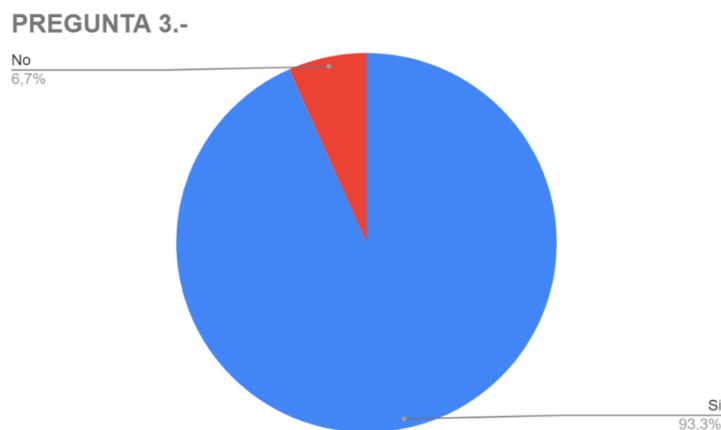
Respecto a la pregunta 7, resalta que 02 de los entrevistados al discrepar con lo planteado en la investigación, consideran que no existen fundamentos algunos; mientras que, los otros 03 recalcan al igual que la doctrina que la justificación que la regulación de este derecho se encuentra en la Constitución Política del Perú, la cual vela por un consumidor debidamente informado, la asimetría informativa propia de las relaciones de consumo y la generación de confianza que trae la posición proteccionista del consumidor.

Así mismo de la aplicación de la encuesta realizada a los 60 especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y Derecho Internacional, en razón de la Pregunta 3,4, 6 y 7 de la Guía de Encuesta, se encontró lo siguiente:

En razón de la Pregunta 3 de la Guía de Encuesta planteada de la siguiente manera: Siendo que el consumidor en el comercio electrónico está expuesto a riesgos de adquirir un producto que no se adapte a sus necesidades y expectativas, y que el derecho de arrepentimiento le da la oportunidad de hacer valer sus derechos ante la adversidad de empresas abusivas que, mediante los contratos electrónicos, no manifiestan la veracidad acerca de las características de los bienes y servicios que promocionan u ofertan. **¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico e incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital?** Se obtuvo el

siguiente resultado en relación con el objetivo 5.

Figura 4: *Especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico e incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital*

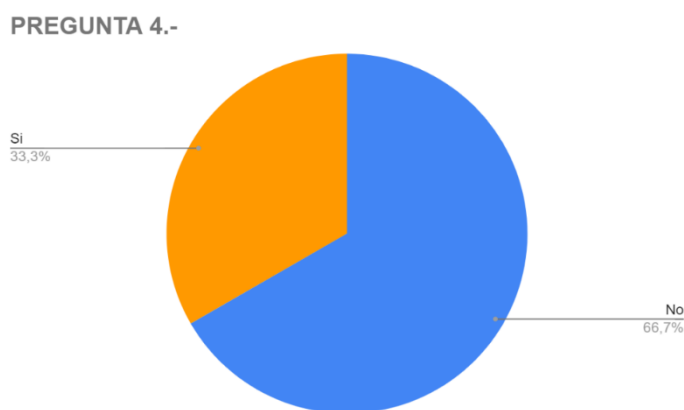


Se demuestra en la Figura precedente, en atención a la PREGUNTA (3) tres de la encuesta, que el 93,3% de los encuestados - lo cual corresponde a 56 especialistas - considera que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico e incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital, mientras que el 6,7% de los encuestados - lo cual corresponde a 4 especialistas - no considera que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico e incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital.

Del mismo modo, en atención a la Pregunta 4 de la Guía de Encuesta formulada de la siguiente manera: Siendo que cada plataforma de venta online tiene sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra, y que el derecho de arrepentimiento en el comercio electrónico genera un aumento en los costos por la devolución de productos y/o servicio e incertidumbre a los proveedores frente a la posibilidad que el

consumidor decida ejercer este derecho. **¿Considera que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos para que nuevas empresas decidan participar en el mercado digital? Se obtuvo el siguiente resultado en relación con el objetivo 5.**

Figura 5: *Especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos para que nuevas empresas decidan participar en el mercado digital.*

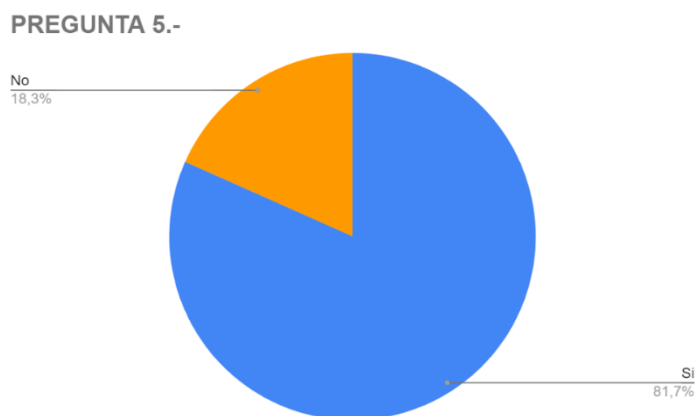


Se evidencia en la Figura precedente, en atención a la PREGUNTA (4) cuatro de la encuesta, que , el 33,3% de los encuestados - lo cual corresponde a 20 especialistas - consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos para que nuevas empresas decidan participar en el mercado digital., mientras que el 66,7% de los encuestados - lo cual corresponde a 40 especialistas - no consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos para que nuevas empresas decidan participar en el mercado digital.

Al mismo tiempo, de la encuesta realizada a los especialistas, en razón de la Pregunta 5 de la Guía de Encuesta planteada de la siguiente manera: Teniendo en cuenta que la contratación a través de medios digitales acentúa la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo en tanto la capacidad del consumidor de tomar una decisión

completamente informada se ve limitada puesto que la información del producto o servicio que se pone a disposición a través de dichos medios no es del todo basta si la comparamos con aquella que puede obtener el consumidor mediante la compra directa en el mismo establecimiento. **¿Considera usted que ello fundamenta la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor?** Se obtuvo el siguiente resultado en relación con el objetivo 4.

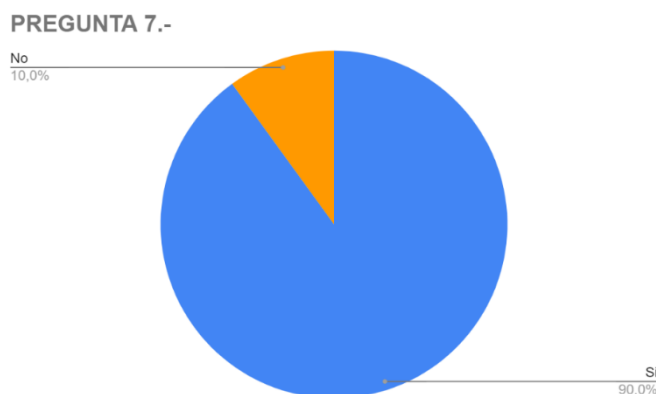
Figura 6: *Especialistas que consideran que la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo y que se acentúa en la contratación a través de medios digitales fundamenta la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.*



Como se evidencia en la figura precedente, el 81,7% de los encuestados - lo cual corresponde a 49 especialistas - considera que la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo y que se acentúa en la contratación a través de medios digitales fundamenta la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, mientras que el 18,3% de los encuestados - lo cual corresponde a 11 especialistas - no considera que la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo y que se acentúa en la contratación a través de medios digitales fundamenta la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Finalmente, en razón de la Pregunta 7 de la Guía de Encuesta planteada de la siguiente manera: El comercio electrónico no se encuentra regulado en la legislación de protección al consumidor; sin embargo, según estadísticas del INDECOPI últimamente se ha reportado gran número de reclamos y reportes de consumidores que realizaron compras online, siendo las infracciones más frecuentes las referidas a la falta de idoneidad del producto, demora en la entrega, incumplimiento de reembolso y falta de ejecución de garantía. **¿Cree usted que en base a las estadísticas y repercusión que tiene el comercio electrónico en los derechos de los consumidores, existe una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor?** Se obtuvo el siguiente resultado en relación con el objetivo 5.

Figura 7: *Especialistas que consideran que existe una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor*



Se demuestra en la Figura precedente, en atención a la PREGUNTA (7) siete de la encuesta, que , el 90% de los encuestados - lo cual corresponde a 54 especialistas - consideran que existe una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, mientras que el 10% de los encuestados - lo cual corresponde a 6 especialistas - no consideran que existe una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En líneas generales, de la aplicación de los 3 instrumentos utilizados, se advierte del análisis doctrinal que los fundamentos jurídicos que sustentan el ejercicio del derecho de arrepentimiento es el mayor desequilibrio en la relación de consumo a distancia, el aumento de asimetría informativa en la contratación electrónica y la protección del consumidor como fin supremo del Estado. Teniendo como bases estos conocimientos, se le consultó a los entrevistados sobre los beneficios que conllevaría el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano, 3 de los entrevistados rescatan que este derecho genera una mayor confianza para realizar ventas a distancia, mientras que los otros 2, manifiestan su disconformidad en cuanto al reconocimiento de este derecho. Esto difiere con lo obtenido al aplicar el cuestionario, del cual se obtuvo, 56 especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico y 4 especialistas que no. Siendo que, en general se tendría 59 especialistas que considerarían que entre las ventajas que traería la regulación de este derecho es el aumento de los niveles de confianza de los consumidores, y por su parte 6 especialistas que expresan su desacuerdo con el tema.

Asimismo, cuando se le consultó a los entrevistados sobre la repercusión que traería la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano, los 5 entrevistados rescatan que los costos adicionales que traería la implementación de este derecho impactarían negativamente. Esto difiere con lo obtenido al aplicar el cuestionario, del cual se obtuvo, 20 especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos y 40 especialistas que no. Siendo que, en general se tendría 25 especialistas que considerarían que existiría un impacto

negativo con la regulación de este derecho por el tema de los sobrecostos que traería en el mercado, mientras que por su parte 40 especialistas consideran lo contrario.

Además, cuando se consultó a los entrevistados sobre los fundamentos jurídicos que justificarían la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, 02 de los entrevistados al discrepar con lo planteado en la investigación, indicaron que no existen, mientras que 03, si llegaron a señalar los que consideraban, siendo una de ellas la asimetría informativa. Ello concuerda con lo obtenido al aplicar el cuestionario, del cual se obtuvo 49 especialistas que consideran que la asimetría informativa que se acentúa en la contratación a través de medios digitales fundamenta esta incorporación, mientras que 11 especialistas consideraron que no. Siendo que en general se tendría 51 especialistas que comparten la misma posición sobre la existen de fundamentos jurídicos que justificarían la incorporación de este derecho y 13 que tienen una posición distinta.

Sumado a ello, al consultar sobre la existencia de una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor se obtuvo 54 especialistas que indicaron estar de acuerdo, mientras que 6 expertos señalan lo contrario.

3.5. Resultado N°05

En quinto orden, se tiene al resultado N°05, el cual está concatenado con el quinto objetivo específico, referido a: “Proponer la incorporación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano”.

Este resultado se alcanzó de la siguiente manera:

Proyecto de Ley que incorpora el artículo 48-B del Código de Protección y Defensa del consumidor Ley N° 29571

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La naturaleza de las transacciones que se realizan en el comercio electrónico, con el pasar del tiempo, han hecho que advirtamos la presencia de ciertos inconvenientes, que por más consecuencias positivas que pueda tener la contratación no presencial, conllevan a que no todos los consumidores terminen conformes con la elección realizada. En ese sentido, si bien los consumidores que contratan a través de medios electrónicos conocen de antemano que no tendrán la posibilidad de probar, ver o manipular directamente el producto, ello no implica que renuncien a adquirir un producto idóneo y que satisfaga sus expectativas, cobrando de especial importancia la publicidad o descripciones realizadas por el proveedor. No obstante, existen situaciones en las que el producto o servicio distan mucho de la oferta, generando poca confiabilidad e inseguridad al consumidor y al modelo de negocio.

En el ámbito internacional, uno de los remedios planteados ante esta situación ha sido la regulación del derecho de arrepentimiento para los contratos de consumo en el marco del comercio electrónico, reconocido en distintos ordenamientos jurídicos como Colombia, México, Argentina, Chile, Brasil, España y la Unión Europea.

Este derecho da la posibilidad de dejar sin efecto aquel contrato de consumo celebrado, contando con un plazo determinado para devolver el producto o servicio contratado por medios electrónicos y solicitarle al proveedor la restitución del precio pagado, teniendo como fundamentos que la contratación a través de dichos medios acentúa la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo, en tanto la capacidad del consumidor de tomar una decisión completamente informada se ve limitada, puesto que la información del producto o servicio que se pone a disposición a través de dichos medios no es del todo basta si la

comparamos con la que el consumidor puede obtener mediante la compra directa en el mismo establecimiento.

En el ámbito nacional, no está regulado este derecho; sin embargo, se tienen presentes el derecho de restitución en los métodos comerciales agresivos o engañosos y la garantía por idoneidad, como figuras jurídicas de protección al consumidor, que no cumplen la finalidad del derecho de desistimiento, puesto que se exigen una carga de la prueba para su ejercicio.

Mientras que, el derecho de arrepentimiento al ser una facultad que está atribuida por ley a una de las partes de la relación de consumo, para poner fin a esta y terminar unilateralmente los efectos, tiene por principal efecto terminar una relación ya perfecta, constituyéndose en una condición resolutoria; no siendo necesario que el consumidor tenga la carga de la prueba, al implicar un ejercicio directo.

ANÁLISIS DE COSTO-BENEFICIO

Costo: El ejecutar el presente proyecto de Ley, no le genera ningún tipo de gasto al Estado Peruano, pues sólo se pretende la incorporación de la regulación del derecho de arrepentimiento aplicado a los contratos de consumo celebrado por medio electrónicos, en un cuerpo normativo que se encuentra vigente. Respecto a las empresas que como proveedores deberán generar los mecanismos para la ejecución del presente proyecto, no se tiene un cálculo real del costo de estas medidas a implementar para que los consumidores hagan uso de este derecho.

Beneficio: La incorporación del derecho de arrepentimiento aumentará el nivel de confianza de los consumidores en el comercio electrónico, incentivará a los proveedores a que proporcionen información clara, completa, transparente y oportuno a fin de que cumplan con lo ofrecido en la publicidad de los productos, de esta manera, se reducirá la posibilidad que se

cometan infracciones en los derechos de los consumidores, y se inmovilizará la maquinaria estatal, ya que serán ante los mismos proveedores que se ejerza este derecho.

EFFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA

El derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo modificará el Título II de contratos, Capítulo I del Código de Protección y Defensa del Consumidor, incorporando el artículo 48 - B a las disposiciones generales establecidas, el cual podría entrar en vigencia de manera inmediata, considerando que recoge una regla supletoria.

FÓRMULA LEGAL RESPECTIVA

Artículo 48-B.- El derecho de arrepentimiento

En los contratos de consumo celebrados por medios electrónicos, el consumidor tiene la facultad de poner término unilateralmente al contrato celebrado, sin necesidad de justificar motivo y en el plazo de tres (3) días hábiles contados desde la recepción del producto; salvo, que el proveedor disponga expresamente lo contrario.

Para ello, el consumidor, comunicada la decisión de ejercer el derecho de arrepentimiento al proveedor, deberá devolver el producto bajo los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió, en un plazo de cinco (5) días hábiles desde que lo recibió, asumiendo los costos derivados de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien.

Por su parte, el proveedor, previamente a la celebración del contrato, estará obligado a informar al consumidor, si otorga o no el derecho de arrepentimiento y bajo qué términos y condiciones; de ser el caso, deberá devolverle al consumidor el precio pagado dentro de los treinta (30) días calendario posteriores a la devolución del bien, sin retención de

gastos, empleando el mismo medio de pago utilizado en la transacción, salvo que el consumidor autorice el uso de un medio distinto.

3.6. Resultado N°06

Finalmente, se tiene al resultado N°06, el cual se encuentra directamente relacionado con el objetivo general que buscaba: “Analizar si la tutela jurídica del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo, constituiría un mecanismo idóneo que garantice la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú”.

Para el desarrollo de este resultado, además de realizar un análisis inductivo de los resultados obtenidos en los objetivos específicos, se han considerado la aplicación de 2 instrumentos directamente vinculados a dar respuesta al objetivo general: la aplicación de la pregunta 9 de la “Guía de Entrevista” y la pregunta 8 “Guía de encuestas”.

De esta manera, los resultados obtenidos en la aplicación de la Preguntas 9 de la Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor, se detallan en los párrafos posteriores de la Tabla N°19.

Tabla 19: Resultados de las entrevistas realizadas a través del instrumento guía para juicio de especialistas en materia de protección al consumidor (En relación al objetivo general)

HILMER WENCESLAO ZEGARRA ESCALANTE
Ex presidente de la Comisión Adscrita a la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad
PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?
Vamos a avanzar realmente apoyándome lectura de los múltiples artículos de los sistemas de comunicación pasamos a repetir contenido, si se ha oído hablar del B2C no vayamos corriendo a la free

quería despedir porque no es ningún favor trae la nueva entrega de Star Wars.

Es sólo un crónico de tantos que engrosan el tupido rosario de los marketeros de contenidos, se usa al concepto business to consumer relaciones a las perspectivas mercadotecnia diferenciada, algo que afecta directamente a las estrategias generales mientras las empresas B2B suelen volverse loca buscando clientes potenciales y generando marketeros B2C a través de la creación de contenidos de calidad para la compañía para finalizar compañeros, es la más importante más incluso que la caza y captura de clientes que caracteriza a las empresas B2B esa dicotomía recuerda mucho al encarnizado enfrentamiento ciclo híbrido entre los partidarios de innatos y el ambientalismo. Al final los científicos han tenido en cuenta que el ser humano nace, pero también se hace. Muchas gracias.

SERGIO OBREGÓN MATOS**Jefe de la Oficina Regional del Indecopi en La Libertad**

PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?

Bueno igual va de la mano con la respuesta anterior. Si ha funcionado en otros países, nada dice que aquí no funcione, pero creo que lo que, si tiene que cuidarse de hacer un copia y pega, o sea, copio porque allá funciono y acá lo voy a pegar y aplicar tal cual. Y qué tal que, si acá nuestra idiosincrasia es distinta, hay que ver también como opera nuestro mercado. Puede ser que allá si funcione y puede ser que acá también funcione si es que acá le hacemos algunas modificaciones conforme a cómo opera nuestro mercado peruano, pero no puede ser tan abierto. Ya, yo pienso que, en España en Colombia, se aplica entonces va a funcionar acá, no es así. Y ese error se han cometido muchas veces con legislación e incluso cuando se trajo la legislación procesal civil de Argentina, había muchos cuestionamientos que poco a poco se ha ido perfeccionando y ya tenemos un buen Código Procesal Civil pero cuando recién se trajo, decían qué paso acá.

LUCY JESÚS DIAZ PLASENCIA**Ex jefa de la Oficina Desconcentrada de La Libertad**

PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?

Es un exceso de sobreprotección. Recomiendo la Lectura de Alfredo Bullard “El consumidor Idiota”

ANTONIO ANTAY BOLAÑOS**Doctor en Derecho especialista en Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCV**

PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?

Una regulación innecesaria que va a traer sobrecostos y por lo tanto va a arruinar el mercado porque va en contra de la libre competencia, frente a la inseguridad jurídica del B2C, tenemos en el Código Civil, contratación entre ausentes 1374 que la oferta, su revocación, aceptación y cualquier otra declaración de voluntad contra la otra persona, se consideran conocidas cuando llegan al destinatario, si habiéndose a través de medios electrónicos, se presumirá la recepción cuando el remitente reciba el acuse de recibo electrónico. Art. 2095 del Código Civil, es más porque en lugar de hablar esto mejor impulsamos para otorgar seguridad jurídica a todo esto el desarrollo y culminación del proceso de Ley de firmas y certificados digitales, desde el año 2000, sólo algunos tienen firma digital, propuesto hace 22 años, no se implementa por intereses, el DNI electrónico es consecuencia de eso, tenemos todo porque con la firma digital se asegura la transparencia de las relaciones jurídicas comerciales, para que nosotros queremos inventar protección jurídica para el consumidor, imponiéndoles cargas, al final para implementar eso quiebro o se lo traslado a mi producto.

SONIA CHIMA HANS**Docente especialista en Derecho de la Propiedad Intelectual y del Consumidor en la UCT**

PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?

Si bien “el derecho de arrepentimiento” le otorga facultades al consumidor de productos o servicios online, para dejar sin efecto un contrato celebrado, y de alguna manera se podría ver como una garantía para el mismo y el comercio electrónico, al ser una forma de generar la confianza perdida. También podría verse como una sobre protección para el consumidor, tal como lo he comentado, por tratarse de una figura que facilitaría y llenaría de poder al comprador que quiera abusar haciendo uso de la devolución del bien o servicio adquirido, en cualquier momento y ocasión sin justificación válida y certera, perjudicando así a los empresarios, sobre todo a los que recién se inician en el ámbito mercantil.

Por ello, se recomienda considerar la figura normativa en cuestión, pero con el establecimiento de algunos parámetros o límites para el beneficio de todos los involucrados, y para la generación de confianza en un mercado tan sensible y que lo necesita, como el comercio electrónico.

Las conclusiones de los resultados obtenidos de la aplicación de la Pregunta 9 de la

Guía de Entrevista a los especialistas en Derecho de Protección al Consumidor acorde al objetivo General, se precisan en la Tabla N°20.

Tabla 20: Conclusiones en torno a la pregunta 9 (En relación al objetivo general)

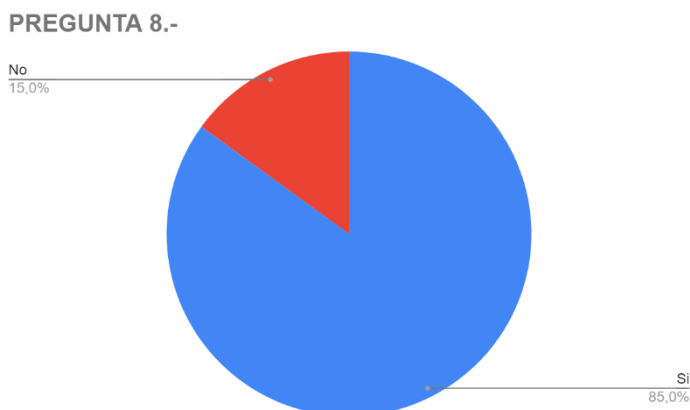
Conclusiones en torno a la Pregunta 9	
PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?	<p>Este tipo de comercio busca la captura de clientes esa dicotomía recuerda mucho al encarnizado enfrentamiento ciclo híbrido entre los partidarios de innatos y el ambientalismo. (Zegarra, H.)</p> <p>Si ha funcionado en otros países, nada dice que aquí no funcione, pero hay que ver también como opera nuestro mercado. (Obregón, S.)</p> <p>Es un exceso de sobreprotección. (Díaz, P.)</p> <p>Una regulación innecesaria que va a traer sobrecostos y por lo tanto va a arruinar el mercado porque va en contra de la libre competencia. (Antay, A.)</p> <p>También podría verse como una sobre protección para el consumidor, quien podría abusar de su uso. Por ello, se recomienda considerarla fijando parámetros o límites para el beneficio de todos los involucrados, y para la generación de confianza en un mercado tan sensible y que lo necesita, como el comercio electrónico. (Chima, S.)</p>

A esta interrogante, 02 de los especialistas consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas de consumo, sería un exceso de sobreprotección y una regulación innecesaria que traería sobrecostos y estaría en contra de la libre competencia del mercado; mientras que, por otra parte, los otros 03 expertos manifestaron su apertura a poder considerar pertinente esta regulación para proteger más al consumidor, recomendando que sería necesario que se fijen parámetros o límites para el beneficio de todos los involucrados, y para la generación de confianza en un mercado tan sensible y que lo necesita, como el comercio electrónico.

Así mismo, de la aplicación de la encuesta realizada a los 60 especialistas en Derecho Civil, Derecho de Protección al Consumidor y Derecho Internacional, en razón de la Pregunta

8 de la Guía de Encuesta, formulada de la siguiente manera: Conociendo que el derecho de arrepentimiento le otorga la posibilidad al consumidor de dejar sin efecto el contrato de consumo celebrado por plataformas digitales, sin necesidad de justificar su decisión y en un plazo determinado, debiendo devolver el producto por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. **¿Considera usted que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, brindaría una mayor seguridad jurídica a las transacciones comerciales en el comercio electrónico Business to consumer?** Se obtuvo el siguiente resultado en relación con el objetivo general.

Figura 8: *Especialistas que consideran que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, brindaría una mayor seguridad jurídica a las transacciones comerciales en el comercio electrónico Business to consumer*



Se evidencia en la Figura precedente, en atención a la PREGUNTA (8) ocho de la encuesta, que, el 85% de los encuestados - lo cual corresponde a 51 especialistas consideran que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, brindaría una mayor seguridad jurídica a las transacciones comerciales en el comercio electrónico Business to consumer, mientras que el 15% de los encuestados - lo cual corresponde a 9 especialistas - no consideran que consideran que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, brindaría una mayor seguridad jurídica a las transacciones comerciales en el comercio electrónico

Business to consumer.

En líneas generales, de la aplicación de los 2 instrumentos utilizados para obtener los resultados del objetivo general, al consultar a los 5 expertos sobre si consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú, 2 de los expertos lo consideran como una medida de sobreprotección, mientras que los 3 entrevistados señalan que si lo consideran como una garantía. Ello, concuerda con los resultados del cuestionario aplicado a los 60 especialistas, que tuvo como resultados 51 expertos que indican que su regulación brindaría una mayor seguridad jurídica, y 9 que consideran lo contrario. Siendo que, finalmente, se tendrían 54 especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano constituiría una garantía para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú, y 11 especialistas que consideran que no.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El capítulo de discusiones desarrolla la relación de los resultados obtenidos con las bases teóricas plasmadas, el estado actual de la materia objeto de investigación y la propia investigación que se desarrolló en la presente tesis. Se debe de considerar que, a diferencia de los resultados, los cuales son presentados de manera expositiva, las discusiones se presentan de manera argumentativa, tomando una posición frente a los datos obtenidos sustentados y/o respaldados por las fuentes y el pensamiento crítico.

4.1. Limitaciones

La primera limitación que se tuvo fue el delimitar y encontrar el número de especialistas con conocimientos en la materia de la investigación, para la aplicación de las encuestas respectivas, es así que, aplicando la técnica no probabilística por conveniencia, y haciendo uso de la red social LinkedIn, se hizo una búsqueda minuciosa de los perfiles de más de sesenta profesionales y se los contactó enviando en reiteradas oportunidades el link del cuestionario, siendo un gran obstáculo para avanzar en la investigación, la demora y la poca predisposición en la obtención de las respuestas, pues no todos a quienes se les dirigió el cuestionario llegaron a responder.

Como segunda limitación, se debe mencionar que, la cantidad de expertos en derecho de protección al consumidor a nivel local es muy escasa, por lo que, a fin de encontrar especialistas con dominio del tema, se tuvo que hacer una búsqueda minuciosa en el entorno académico de diferentes universidades, con la finalidad de encontrar y coordinar con los profesionales sobre su predisposición y disponibilidad para ser entrevistados.

La tercera limitación, trata sobre la poca información disponible sobre el tema de investigación en específico, pues al haber sido poco estudiado a nivel nacional y ser bastante

debatible, por lo que conllevaría a una reforma legal sobre la tratativa de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, se tuvo que hacer una búsqueda bastante exhaustiva en diversas fuentes de distinguido nivel académico nacional e internacional, a fin de encontrar la información adecuada que sustente la investigación.

La cuarta limitación fue, la denegatoria a la solicitud de acceso a la Información Pública dirigida a la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor requiriendo los comentarios y aportes recibidos al documento de trabajo institucional del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual "Propuestas para la Protección del Consumidor en el Comercio Electrónico y la Seguridad de Productos", ya que al encontrarse en proceso de deliberación interna para su envío como Proyecto de Ley al Poder Legislativo en el marco de lo establecido en la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, se incurrió en una de las excepciones al ejercicio del derecho de acceso a la información, prescritas en el artículo 17 del TUO, habiendo sido estas recomendaciones u opiniones producidas como parte del proceso deliberativo y consultivo previo a la toma de una decisión del Gobierno, una información muy enriquecedora para la investigación.

4.2. Interpretación comparativa

4.2.1. Discusión N°01

Respecto de los hallazgos obtenidos en los resultados del objetivo N°01, a través del análisis de las 05 resoluciones que se encuentran recapituladas en la Tabla 05, es destacable rescatar 02 posiciones: la primera enmarcada en la Resolución Final N° 0481-2016/PS3, la cual reconoce que, si bien, el Perú carece de un marco normativo en materia de protección al consumidor sobre comercio electrónico, a falta de esta regulación especial, se debe emplear los criterios para el comercio común. Y, la segunda, adoptada por otros doctrinarios en la

Resolución Final N.º 1971-2016/PS3, que consideran que existe una necesidad de afianzar un marco normativo especial de consumo para el supuesto de la contratación electrónica, que garantice un control posterior del sistema y genere mayor confianza, a fin de tener satisfechas las legítimas expectativas de los consumidores.

Esta posición dividida, también se obtuvo de la aplicación del instrumento de la entrevista a los 5 especialistas, resultando que 02 de los especialistas consideran que el marco normativo de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico, mientras que otros 03 especialistas consideran que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas.

Para tomar una postura respecto a ello, se consideró la perspectiva de otros doctrinarios de los antecedentes de esta investigación, como Grosso (2017), quien señala que, si bien la legislación peruana resguarda los contratos electrónicos a favor de los derechos del consumidor; se encuentra inconsistencias o vacíos legales que agravan el desequilibrio contractual existente entre consumidores y proveedores que celebran relaciones de consumo a distancia.

Por su parte, Soto (2021), también afirma que, a consecuencia que no se tiene una regulación específica respecto a los diversos tipos de contrataciones o comercio electrónico; muchas veces, los consumidores y proveedores optan por una autorregulación inter partes, con la que el consumidor, en algunas oportunidades, es pasible de ser el principal perjudicado. Por lo que se considera, que esto de por sí, genera un escenario de desconfianza e incertidumbre a los consumidores frente a las contrataciones electrónicas.

Postura similar, tiene Marcelo (2019), quien considera que la falta de protección del consumidor ante las diferentes vulnerabilidades que enfrenta en el comercio electrónico, son consecuencia de la ausencia de regulación específica en el Perú, siendo que, la normativa vigente no aborda profunda y extensamente las nociones, problemas e interpretaciones necesarias.

Sumado ello, Cáceres (2023), manifiesta que la regulación que existe sobre los derechos de los consumidores que han adquirido productos o servicios por medio de un contrato a distancia, es insuficiente; dejando en un estado de indefensión el ejercicio de los derechos de los consumidores, tales como el derecho a la idoneidad y el derecho a la información.

En ese sentido, toda vez que, el Perú viene aumentando su capacidad de comercio electrónico, es perjudicial el vacío normativo respecto a las contrataciones electrónicas de consumo, generando una carencia de seguridad jurídica a comparación de otros países, en donde ya existen normas especializadas (Sedano, 2020).

Esta última posición, es coincidente con la doctrina de Lázaro & Ramírez (2019), quienes comparte que, en el Perú al no existir una regulación de acuerdo a las exigencias propias del comercio electrónico, en la actualidad se vulnera la seguridad jurídica.

A pesar de que, la legislación peruana resguarda los contratos electrónicos a favor de los consumidores, aún se encuentran inconsistencias o vacíos legales que afectan el equilibrio contractual entre consumidor y proveedor (Arroyo, 2016). Por ende, se evidencia la necesidad de establecer lineamientos básicos en temas relacionados a contrataciones electrónicas, a efectos de garantizar seguridad jurídica en este tipo de contrataciones, ya sea modificando y/o reformando la normativa de protección al consumidor (Huertas, 2021); para que, de esta

manera, se pueda recibir una protección eficaz por parte del Estado y evitar la vulneración de los derechos de los consumidores digitales, encontradas en las resoluciones analizadas.

En conclusión, se considera que, nuestra legislación peruana presenta algunas falencias en lo referido a la tutela en la contratación electrónica, al encontrarse inconsistencia y vacíos en la norma aplicable, el Código de Protección y Defensa del Consumidor - Ley N° 29571; lo cual genera incertidumbre e inseguridad en los consumidores, que recaen en vulneraciones frecuentes a sus derechos, en razón de la asimétrica informativa, el incumplimiento del deber de idoneidad y la publicidad engañosa que se presenta en las contrataciones electrónicas. Ello, genera desconfianza y poca previsibilidad en el mercado, pese a que el Estado tiene como uno de sus roles fundamentales, el amparo y defensa de los consumidores en todas sus formas; por tanto, a fin de tener una mejor salvaguarda de los derechos, se debe implementar mecanismos que coadyuven a brindar la seguridad jurídica que se necesita, como el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo electrónicas.

4.2.2. Discusión N°02

Para obtener el resultado N°02, directamente vinculado con el objetivo específico N°02, primero se llevó a cabo el análisis documental respecto a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo, conforme se aprecia en la Tabla 9, siendo importante rescatar lo siguiente:

Este derecho surge en respuesta a una época de constantes cambios, donde la teoría clásica del contrato caracterizada por el respeto al principio del pacta sunt servanda, es decir, lo pactado debía cumplirse, y el principio de autonomía de la voluntad, por el cual las partes en mérito a la libertad contractual, regulaban sus relaciones como mejor les convenía; ya no responde a los intereses sociales, económicos y jurídicos que demanda la sociedad.

Frente a ello, una de las dudas planteadas al estudiar la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento es la repercusión que trae en el proceso de formación del contrato y su relación con el principio de la fuerza obligatoria de los contratos. En esa línea, Vega (2019), señala al derecho de arrepentimiento como una facultad que permite a una de las partes desligarse de un vínculo contractual perfeccionado desde el mismo momento en el que el consumidor presta su consentimiento a la oferta del proveedor. Esta aceptación por el principio de la fuerza obligatoria de los contratos, se ve flexibilizada, en atención a las condiciones del consumidor y el tipo de contratación celebrada, pero no altera el régimen normal de la perfección del contrato, ni deja al arbitrio de una de las partes el cumplimiento del mismo. Ello, se complementa con lo indicado por Larrosa (2015), quien indica que se está frente a una opción de política legislativa, en virtud de la cual, se realiza una intervención proteccionista para el consumidor, modelizando las reglas generales previstas para los contratos.

Respecto a la obligatoriedad propia del principio del *pacta sunt servanda*, Tapullima (2020), nos señala que, pese a la fuerza obligatoria de los contratos y a la prohibición de actuar en contra de los actos propios existentes, el arrepentimiento, es una excepción que no resulta ajeno a la normativa existente. Postura contraria tiene Vega (2017), que no considera al derecho como excepción a la regla del *pacta sunt servanda*, pues su fundamento se encuentra consagrado en la normativa que lo regula. Por nuestra parte, al ser una institución que en nuestro ordenamiento jurídico no está regulado, si se considera una figura que parte de una excepción a este principio, que tendría que tener otros fundamentos jurídicos que justifiquen su existencia, a fin que no se viole la confianza depositada en el sistema.

Algunos doctrinarios, lo identifican como una figura que desafía los postulados básicos del Derecho Civil, en particular de la teoría general y del negocio jurídico, en esa línea Barbosa (2014), lo reconoce como una excepción, que pone fin a una relación jurídica perfecta. Tal es así que, Echeverry (2017) nos recalca la importancia de no prohibirla, al ser una institución cuya aplicación parte únicamente cuando la ley lo establezca expresamente, por tanto, no podría presumirse nunca ni ser objeto de interpretación analógica o extensiva.

Respecto a su carácter subjetivo, Grosso (2017) señala al derecho de arrepentimiento con un carácter potestativo y extintivo, por el cual, a través de su ejercicio, concede al consumidor la posibilidad de influir sobre una relación jurídica culminada por su propia voluntad y sin justificación, ni incumplimiento de la otra parte del contrato. Es decir, estamos ante una prerrogativa que se le da al consumidor de desistir en la celebración del contrato mismo con posterioridad a su celebración, durante un término previamente regulado en la ley. Posición que, también comparte Ariza (2018), que lo considera como una facultad de configuración jurídica con carácter extintivo de relaciones obligatorias que recae en su ejercicio por parte del consumidor.

Carrasco (2019), por su parte lo considera como un derecho inherente al consumidor, quien, en virtud del principio de oportunidad, pone fin al contrato electrónico dentro de un plazo limitado, sin incurrir en responsabilidad contractual o tener la obligación de expresar y explicar los motivos de su decisión de ejercer el derecho. Tal es así, que, Sosa (2014) lo diferencia de otras jurídicas que conllevarían a la ineficacia contractual como la resolución, como la anulabilidad o la rescisión, por sus caracteres propios: discrecionalidad, temporalidad para su ejercicio, libertad de forma para ejercerlo, etc., de tal manera que, su ejercicio determina la extinción del contrato de consumo concertado.

Estas características propias del derecho de arrepentimiento las resumimos de la siguiente manera:

1. **Extintivo:** el ejercicio de este derecho supone la finalización del contrato de manera retroactiva, no siendo posible hablar de un contrato inválido, sino tan solo de un contrato que ha devenido ineficaz por la voluntad de uno de los contratantes y en virtud de una facultad reconocida en la ley.
2. **Declaración de voluntad unilateral y expresa:** para ejercitar este derecho, deberá expresarse el deseo de dejar sin efecto el contrato, a fin de dejar bien clara la voluntad del consumidor y de poner fin a una relación obligatoria que está produciendo sus efectos.
3. **Temporal:** Su ejercicio debe realizarse en el periodo concedido, la posibilidad de desistir no tiene carácter indefinido, de tal manera que, de no ejercitarlo en el tiempo previsto en la ley el propio derecho caduca.
4. **Ad nutum:** Puede ser ejercido sin necesidad de alegar causa alguna, lo cual lo diferencia de las figuras jurídicas similares que tenemos en nuestro ordenamiento.

En esa misma línea, como segundo aspecto del análisis documental se analizó las figuras jurídicas de nuestro ordenamiento jurídico similares al derecho de arrepentimiento, estableciendo sus diferencia y similitudes.

- **Respecto a la garantía por idoneidad. -**

Para que surta efecto la garantía por idoneidad, el consumidor tiene que acreditar que el producto o servicio adquirido tuvo algún defecto, dejando a libertad del proveedor el probar si hay falta de idoneidad. En ese sentido, Tapullima (2020), señala que, a fin que una garantía de idoneidad sea exigible, se requiere de medios probatorios por parte del consumidor que acrediten la falta de idoneidad del producto o servicio adquirido.

Ello lo diferencia del derecho de arrepentimiento, pues este derecho para que surta efectos no requiere de la expresión de una causa justificada, es decir, no requiere de actividad probatoria; pues como también lo recalca Barbosa (2014), es un derecho ad nutum y discrecional, mediante el cual existe la certeza de ejercerlo sin que exista una justificación del consumidor, no requiriendo de expresión de causa alguna.

Asimismo, el derecho de arrepentimiento, dependiendo de cómo lo determine la legislación de cada país, por su naturaleza tiene un plazo más corto para su ejercicio, a comparación de las garantías por idoneidad, que cuentan con un plazo mayor y que produce un plazo de prescripción de la infracción. Sumado a ello, las garantías por idoneidad deben ser aplicadas a la generalidad de las relaciones de consumo, a diferencia del arrepentimiento, que constituye un derecho excepcional que los ordenamientos jurídicos lo reconocen para determinados tipos de contratos consumo.

- **Diferencias con el derecho de restitución**

El derecho de restitución y el derecho de arrepentimiento entre sus características comunes tenemos:

- ✓ La excepcionalidad, que hace que no sea aplicado a todos los contratos en general, si no a aquellos que estén descritos por imperio de la ley.
- ✓ Es una facultad otorgada únicamente al consumidor, siendo la única parte de la transacción que puede dejar sin efecto el contrato.
- ✓ Ambas cuentan con un plazo corto para su ejercicio.

En cuanto a sus diferencias, en el derecho de restitución, el consumidor debe probar la causal que sustenta su derecho, es decir, como señala Vega (2019) habrá actividad probatoria de parte del consumidor y con ello a fin de acreditar ser víctima de métodos comerciales

agresivos o engañosos; en cambio, en el derecho de arrepentimiento, el consumidor no debe probar ni realizar actividad probatoria.

A pesar que, el derecho de arrepentimiento y el derecho de retracto tienen elementos en común, no son consideradas equivalentes ni equiparados, pues el carácter ad nutum del derecho de restitución es la característica por la cual se le va a exigir actividad probatoria, mientras, por el contrario, el derecho al arrepentimiento puede ser ejercido sin mediar justificación alguna (Tapullima, 2020).

En este sentido considerando que ni el derecho de restitución, ni la garantía por idoneidad, son figuras equivalentes al derecho de arrepentimiento, debido a que requieren que, el consumidor pruebe la causal que sustenta su derecho, se les consultó a 60 especialistas si consideraban que las figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor peruano afines a la naturaleza jurídica del derecho de arrepentimiento garantizan su ejercicio en las relaciones de consumo digitales, obteniendo 19 especialistas que estuvieron de acuerdo y 41 que no.

En ese sentido, debido a que ninguno de las figuras de nuestro ordenamiento jurídico de protección al consumidor garantiza su tutela; Vega (2014) considera que, se debe apreciar las medidas de protección que han adoptado otros países para proteger a los consumidores, e incluir mecanismo que garanticen la protección de los consumidores dentro de nuestro país, que le permita desistirse de su compra sin la exigencia de realizar actividad probatoria alguna.

De la misma manera Grosso (2017), considera que, debido a que la regulación del derecho de restitución en la legislación peruana, exige al consumidor demostrar que la relación de consumo fue producto de conductas prohibidas por parte del proveedor, haciendo excesivamente onerosa su carga, se debe establecer una flexibilización de la carga probatoria,

estableciendo figuras jurídicas como la regulación del derecho de arrepentimiento contemplada en las legislaciones comparadas, a fin de fortalecer la protección a los derechos de los consumidores digitales.

4.2.3. Discusión N°03

Para obtener el resultado N°03, directamente vinculado con el objetivo específico N°03, primero se llevó a cabo el análisis de la legislación comparada de la regulación del derecho de arrepentimiento en normativa de protección al consumidor de países de Colombia, Chile y España, conforme se aprecia en la Tabla 13, siendo importante rescatar lo siguiente:

La manera de regular el derecho de arrepentimiento en España parece partir de una política legislativa bastante proteccionista en comparación de la regulación de Chile y Colombia, al contener una regulación bastante detallada y compleja. Esto concuerda con lo mencionado por Tapullina (2020), en su investigación, en la cual recalca la cantidad de artículos de la legislación español que regulan este derecho bajo el término del desistimiento, a diferencia de la regulación de Colombia y Argentina.

Al contrastar los tres ordenamientos, es sorprendente la exigencia de información recogida en la norma española, pues mientras la norma colombiana obliga a los proveedores a informar de la existencia del derecho de retracto, el término para ejercerlo y el procedimiento para solicitarlo, España obliga a informar de la existencia del derecho, las condiciones, el plazo, los procedimientos para ejercerlo, el modelo de formulario de desistimiento, la no existencia del derecho y las circunstancias en las cuales se pierde el derecho a desistirse, entre otras. A diferencia de lo que sucede en España y Colombia, en Chile la norma no obliga a los proveedores a informar a los consumidores que cuentan con el derecho de retracto. Chacc (2016), manifestó en su investigación, que esto se sustentaba en el hecho en que se deja abierta

la decisión de optar por reconocer o no tal derecho al consumidor, por lo que, si el proveedor decide no otorgar el derecho de retracto a los consumidores, deberá informarlo expresamente; por el contrario, en caso no hace referencia al mismo, se entendería que sí reconoce el derecho.

Asimismo, comparando los plazos para el ejercicio de este derecho recogido en los tres ordenamientos jurídicos, se considera excesivamente largo el plazo contemplado en la ley española (14 días) y en la norma chilena (10 días), a diferencia del plazo más razonable recogido en la norma colombiana (5 días), pues si se le está dando una facultad al consumidor de usar este derecho, es sólo para verificar si la realidad física del producto satisface sus expectativas. Opinión similar comparte Larrosa (2015), quien rescata que el otorgar plazos innecesarios para el ejercicio de este derecho puede desencadenar el oportunismo de los consumidores.

Respecto a la obligación del consumidor de devolver los bienes adquiridos al proveedor asumiendo los costos directos de dicha devolución, siempre haya aceptado asumirlos, se considera un gran acierto para que pueda funcionar la institución, pues pone en una situación de equilibrio tanto al proveedor como consumidor. A esta misma reflexión, llegaron Ariza, Gómez & Valero (2018), quienes indicaron que, si bien el derecho al desistimiento otorga al consumidor la facultad de desvincularse del contrato, esto tampoco debe significar que el proveedor se vea afectado asumiendo los gastos que conlleve la devolución.

El hecho de que la norma chilena permita que el proveedor decida si otorga o no el derecho de retracto, nos parece una opción legislativa razonable que puede explicarse como una solución transaccional entre la intención original de incorporar un derecho de arrepentimiento y la resistencia de los gremios de proveedores frente a él. Esta postura se complementa con la señalada por Barbosa (2014), quien indica que de esta forma se está respetando el principio de soberanía del consumidor, el cual establece que las normas de protección al consumidor

fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.

En vista que la regulación de la legislación comparada ha establecido ciertos criterios a tener en cuenta, al momento de ejercer el derecho de arrepentimiento en los contratos celebrados a distancia, para la regulación de este derecho en nuestro ordenamiento jurídico peruano, se considera que se deberá presente lo siguiente:

- **Deber de informar sobre el derecho al desistimiento, por parte del proveedor hacia el consumidor:** es un elemento muy importante de la oferta comercial del proveedor que el consumidor debe conocer; siendo que un factor relevante a tener en cuenta y evaluar antes de tomar una decisión de consumo (Grosso, 2017). Partiendo de que, nos inclinamos por la posibilidad de pactar en contrario la regulación de este derecho, consideramos relevante que el proveedor deba estar obligado a informar si otorga o no el derecho de retracto de manera previa a la celebración del contrato.
- **Plazo para ejercer el derecho al desistimiento:** se considera que este plazo debe ser razonablemente corto, en tanto debería ser utilizado por el consumidor únicamente para verificar que el producto y/o servicio cumpla con las características ofrecidas. Si bien en la legislación comparada no existe uniformidad respecto a la cantidad de días, se cree que un plazo razonable para verificar lo antes mencionado, serían entre 5 a 10 días hábiles. Ello es complementado con la postura de Vega (2019), quien considera que mientras más breve sea el plazo, menores serán las posibilidades que tendrá el consumidor para usar el bien, sacarle el mayor provecho y luego devolverlo solicitando la aplicación de este derecho.
- **Conveniencia de reconocer el pacto en contrario:** en el escenario actual los proveedores pueden ofrecer este derecho si así lo desean mediante su política de cambio

y devoluciones; sin embargo, su incorporación generaría que los consumidores tomen conciencia que el arrepentimiento es una condición importante que deben evaluar antes de tomar la decisión de adquirir un bien por medios electrónicos. En ese sentido, como lo señala Barbosa (2014), regular el derecho de retracto en una modalidad no mandataria generaría beneficios para los proveedores, los consumidores y el mercado de comercio electrónico en general, constituyendo un esquema regulatorio racional.

- **Efectos:** se considera razonable que los consumidores son los que deberían estar obligados a asumir los costos involucrados en la devolución del producto que desencadena este derecho, pues esto coadyuvaría a reducir el riesgo de consumidores oportunistas (Tapullima, 2020). Asimismo, en cuanto al plazo de los consumidores para efectuar la devolución de los bienes, nos parece razonable que se contemple un plazo de 5 días hábiles contados desde que el consumidor comunica que ejercerá el derecho, mientras que el plazo para el reembolso sea de 30 días calendario, tal como se contempla en la norma colombiana, ya que diversas empresas de comercio electrónico que operan en el país y que ofrecen devoluciones de dinero contemplan dicho plazo, lo que nos permite asumir que se trata de un periodo de tiempo realista y de posible cumplimiento.
- **Excepciones:** Al momento de regular el derecho al desistimiento, se debe tener en cuenta que este derecho no se puede aplicar a todos los contratos de consumo a distancia, pues dependerá de la misma naturaleza que tienen algunos productos o servicios su aplicación (Sosa, 2014).

Finalmente, siendo que, de los 65 especialistas de nuestra muestra, tenemos 58 expertos que consideran que si podría tomarse como modelo la regulación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo de países como Colombia, Chile y España, para pretender regular sus alcances en el ordenamiento jurídico peruano, y 7 expertos

que consideran que no; contrastando los resultados con los antecedentes de la presente investigación se considera que parte de los entrevistados prefirieron, interiorizar y hacer una evaluación más profunda antes de afirmar la posibilidad de una posible regulación; sin embargo, es menester, considerar que las legislaciones de los países con los que se están haciendo la comparación llevan años aplicando este derecho, y como lo señala Carrasco (2019), la incorporación del derecho de desistimiento es un concepto muy acertado que ha tenido buenos resultados en las legislaciones extranjeras como España, Inglaterra, Estados Unidos, Canadá, entre otros. Siendo que, si estos países que adoptaron este derecho han logrado un equilibrio contractual en los contratos electrónicos, entre el proveedor y el consumidor, con una debida reglamentación podríamos lograr el mismo resultado.

En ese sentido, Cáceres (2023), señala que la implementación de la medidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor deben tomar como base el derecho comparado, como con la finalidad de poder abarcar todos los escenarios, definiciones y nuevas figuras relacionadas con el comercio electrónico y así brindar seguridad jurídica a los consumidores online, recalcando la importancia de incorporar medidas de confianza al consumidor online, como el derecho de arrepentimiento con determinadas limitaciones, que garantice una mayor confianza de los consumidores y la menor vulneración de sus derechos.

Asimismo, compartimos la opinión de Castrejón (2019) que señala que, ya existiendo legislación de otros países que regule el arrepentimiento, es de vital importancia que la legislación peruana incorpore, dentro de su ordenamiento jurídico este derecho para fortalecer los derechos de garantía del consumidor, tomando como base los criterios principales señalados en esa normativa. Con ello, no afirmamos que la solución esté en copiar una u otra normativa internacional; más bien proponemos valorar la experiencia que sobre la materia poseen los

países de España, Colombia y Chile, y de esta manera optar por los cambios que resulten necesarios para que este derecho resulte un arma eficaz para el consumidor nacional, como lo ha sido para los ciber consumidores de estos países.

4.2.4. Discusión N°04

En el resultado N°4, directamente vinculado con el objetivo específico N°04, primero se llevó a cabo el análisis de 05 fuentes documentales, el cual se aprecia en la Tabla 16, obteniéndose 03 fundamentos jurídicos en común muy relevantes.

En primer lugar, todos los autores rescatan que el fundamento principal de la regulación del derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo electrónicas, es que, en este tipo de contratación a distancia existe un mayor desequilibrio en la relación de consumo, pues el consumidor no tiene contacto directo con el producto o servicio que va a adquirir. De tal manera que, se protege al consumidor como la parte más débil de la relación jurídica, corrigiendo los desequilibrios derivados de la diferente posición de cada uno de los contratantes ayudando de esta forma a la formación de una voluntad libre e informada. Opinión que comparte Larrosa (2015), y que considera explica la exclusión del empresario del uso de este derecho, pues se justifica en lograr compensar el desequilibrio inicial de la posición de ambos contratantes.

En esa misma línea, Tapullima (2020), justifica este derecho, señalando que el consumidor en este tipo de contratación a distancia, no tiene contacto directo con el producto o servicio que va a adquirir, por lo que, no le es posible verificar las características del objeto de transacción, contando en su mayoría con imágenes referenciales, que le conllevan a tener una racionalidad plausible basada en la eficiencia, ya que el consumidor al momento de comprar por internet tiene incertidumbre respecto a la valorización del bien, hasta que lo

recibe y lo usa; siendo que, después de la entrega, recién se forma una percepción sobre dicha valoración.

Otra de las razones que justifica la regulación de este derecho, es el aumento de asimetría informativa en la contratación electrónica, esto debido a la ausencia de las partes contratantes, en tanto en la mayoría de casos de ventas a distancia el consumidor no conoce a la persona o empresa con la que está contratando, lo cual puede resultar perjudicial para el consumidor en caso quiera contactarse con el proveedor, necesitara realizar alguna consulta o pedir una aclaración respecto al producto adquirido. De igual manera, Carrasco (2019) manifiesta que esta característica de los contratos a distancia justifica una razón válida que permita al consumidor desvincularse del contrato, puesto que se podría vulnerar su derecho a la información respecto de la persona con la que está contratando. Postura que también comparte Grosso (2017), quien considera que este derecho representa un principio de oportunidad del consumidor de dar un paso atrás al contrato, al ver que se han vulnerado sus derechos de obtener información clara del producto y /o servicio que se le promocionó mediante las plataformas digitales

En ese sentido Echeverry (2017), considera que el derecho de desistimiento sirve para remediar un posible vicio de voluntad en el consumidor a consecuencia de la falta de información y adicionalmente, para que el consumidor pueda reconsiderar la oportunidad o necesidad del bien, amparando el simple cambio de criterio del consumidor.

Por último, debido a que los Estados velan por la protección de los consumidores y que en nuestro ordenamiento nacional en el artículo 65 de la Constitución Política del Perú, consagra la protección al consumidor como fin supremo del Estado, se justifica la tutela de este derecho como parte del rol de velar por la confianza y la seguridad jurídica en la

contratación electrónica. En esa línea, como indica Vega (2019), su incorporación al ordenamiento jurídico peruano, generaría mayor sentido de protección y seguridad de los consumidores para que puedan adquirir productos y servicios vía la contratación electrónica.

Bajo este supuesto, Chacc (2016) señala que, con el reconocimiento de este derecho, el Estado abandona su rol de mero guardián y asume la responsabilidad de garantizar un mínimo de bienestar materializado con el planteamiento taxativo de los derechos que velen por la protección del consumidor.

Cabe destacar, que además de las justificaciones jurídicas y doctrinales, consideramos que el reconocimiento de este derecho responde también a fundamentos de tipo político y/o económico, como el aumento de confianza que puede generar en el consumidor y por ende en este tipo de mercado del comercio electrónico. Siendo que, como señala Castrejón & Rojas (2019), de reflejar un impacto positivo en este tipo de comercio, se puede contribuir a que se realicen más transacciones electrónicas en el Perú.

En segundo lugar, para analizar el reconocimiento de este derecho en el ordenamiento jurídico se debe responder a una determinada necesidad o finalidad, realizando un análisis costo – beneficio, pues todos los esquemas regulatorios presentan ventajas y desventajas que deben ser puestas en una balanza a fin de optar por la opción más adecuada.

En relación a esto, entre los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo, consideramos:

1. El incremento de confianza en el comercio electrónico: Este reconocimiento ayudaría a disminuir dos riesgos importantes, como que el consumidor adquiriera un producto idóneo pero que no se adapte a sus necesidades lo cual no pudo identificar por la falta de contacto

previo, y el riesgo que adquiriera un producto no idóneo cuya falta de idoneidad sea detectada dentro del periodo para ejercer el derecho de arrepentimiento.

2. Inmovilización de la maquinaria estatal: este beneficio es considerado por Barbosa (2014), en el sentido que el reconocimiento de este derecho, evitaría que un gran número de consumidores recurra a la autoridad competente a presentar algún reclamo o denuncia respecto a su insatisfacción con el bien adquirido, pudiendo dar por satisfecha su pretensión ante el proveedor ejerciendo este derecho.
3. Incentivos para proveedores: de reconocer este derecho a favor de los consumidores que celebran contratos electrónicos de consumo, los proveedores de comercio electrónico, que actúen de manera racional, harían lo posible para evitar que sus consumidores lo ejerzan siendo este un incentivo para que brinden la información clara, completa, transparente y oportuna de las características de los bienes que ofrecen.

Una de estas ventajas ha sido corroborada en la aplicación del cuestionario a los expertos, respecto a que si considerarían que entre los beneficios que traería la regulación de del derecho de arrepentimiento es el aumento de los niveles de confianza de los consumidores, obteniendo 59 especialistas que indicaron su conformidad, mientras que otros 6 especialistas expresan su desacuerdo con lo planteado.

Por otra parte, entre las principales desventajas que se consideran del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo, tenemos:

1. Aumento de costos y de precios: vinculados al desarrollo e implementación de un sistema de comunicación a través del cual los consumidores puedan informar su voluntad de ejercer el derecho, se trasladaría al precio mayor del producto, lo que podría generar mayor demanda insatisfecha.

2. Afectación directa a las Mypes: como resultado del nivel de sobrecostos generado , Baborsa (2014) considera que se crearían desincentivos para el ingreso al mercado de comercio electrónico de Mypes que no estén dispuestas a asumir los costos adicionales involucrados.
3. Conducta oportunista de los consumidores: considerando que este derecho pone en manos del consumidor una herramienta que le permite desvincularse del contrato celebrado, sería posible y hasta predecible que los consumidores maliciosos busquen obtener un provecho del bien adquirido y luego devolverlo.

De igual manera, respecto al impacto que implicaría la regulación de este derecho por el tema de sobrecostos, esto ha sido corroborado por 25 especialistas que considerarían que sería un impacto negativo, mientras que por su parte 40 especialistas consideran lo contrario.

Aun así, realizando un balance entre los beneficios y desventajas expuestas, se considera lo siguiente:

Con respecto al oportunismo de los consumidores, consideramos que es un problema que se puede eliminar si el plazo que se contempla para ejercer el derecho es razonablemente corto, si es el consumidor quien debe asumir los costos de devolución y si se reconocen excepciones razonables al ejercicio del derecho.

Respecto al aumento de los costos de transacción y a la afectación directa a las Mypes, si bien es un problema que puede traer consecuencias negativas para el mercado, se considera que la mejor solución, es regular el derecho de arrepentimiento permitiendo la posibilidad de pactar en contra del mismo.

Si bien se puede afirmar que las ventajas de reconocer el derecho de retracto son importantes y pueden traer grandes beneficios económicos para el mercado electrónico del

país; no podemos negar los problemas vinculados al oportunismo de los consumidores, a los sobrecostos involucrados y a la afectación directa a la Mypes, que también traerían, pero que se podrían contrarrestar con una regulación adecuada de este derecho que contemple condiciones especiales.

Es así, que del análisis de este costo - beneficio, se advierte la existencia de una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, opinión que es compartida con los 54 especialistas encuestados que indicaron estar de acuerdo con ello, mientras que por otra parte 6 expertos señalan que no.

Tomando en consideración las justificaciones jurídicas y doctrinarias encontradas, se advierte la existencia de los fundamentos jurídicos que justificarían la incorporación de este derecho, y la necesidad de regulación, lo cual también ha sido corroborado por 51 especialistas que comparten la misma posición sobre la existencia de fundamentos jurídicos y 13 que tienen una posición distinta.

Sumado ello, tenemos la postura de Carrasco (2019), que indica que la necesidad de este derecho se basa la situación inferioridad del consumidor ante el proveedor, impuesta por el contenido contractual habitual, de ahí la necesidad de salvaguardar los principios de la buena fe y el equilibrio contractual, con la regulación del arrepentimiento.

Y la opinión de Tapullima (2020), que señala que, con la regulación de este derecho, se pretende garantizar la formación de una voluntad libre y suficientemente madurada en todo tipo de contratos de consumo, a fin de otorgar una protección efectiva al consumidor.

4.2.5. Discusión N°05

En el resultado N°5, directamente vinculado con el objetivo específico N°05, se ha planteado la incorporación del artículo 48 - B a las disposiciones generales establecidas en el

Titulo II de contratos, Capítulo I del Código de Protección y Defensa del Consumidor, tomando en consideración lo siguiente:

- **Deber de informar sobre el derecho al arrepentimiento, por parte del proveedor:** esto permite que los consumidores conozcan lo que pueden esperar de los proveedores desde las plataformas digitales, así como las circunstancias en las que podrán ejercer dicho derecho y como se procederá en caso corresponda exigir la devolución del dinero pagado ante inconvenientes en el consumo.
- **Plazo para ejercer el derecho al desistimiento:** Se ha considerado un plazo corto de 3 días para comunicar al proveedor que se va a hacer uso de este derecho, con la finalidad que no exista un abuso de derecho por parte de los consumidores. Asimismo, el plazo de 5 días gira en torno a darle la posibilidad al consumidor de coordinar el tema de la devolución del bien en un tiempo racional.
- **Conveniencia de reconocer el pacto en contrario:** Se ha considerado la excepción de salvo pacto en contrario del proveedor para ejercer este derecho, con el fin de no limitar la autonomía de la libertad de la contratación que caracteriza a la economía social de mercado del país.
- **Efectos:** se considera razonable que los consumidores sean los obligados a asumir los costos involucrados en la devolución del producto que desencadena este derecho, a fin de no causar un perjuicio a los proveedores y provocar un deterioro en la economía. Asimismo, en cuanto al plazo para el reembolso sea de 30 días calendario, se ha considerado el tiempo que diversas empresas de comercio electrónico suponen en el país, lo cual nos permite asumir un periodo bastante realista.

- **Excepciones:** Como esta propuesta contempla la facultad del proveedor de elegir si otorga o no el derecho de arrepentimiento respecto a los contratos de consumo en particular, no se ha visto necesario regular las excepciones al ejercicio del derecho.

4.2.6. Discusión N°06

Del desarrollo del tema de investigación, hemos partido por conocer nuestra realidad, llegando a analizar que, si bien el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el Perú cuenta con una normativa orientada a solucionar los problemas de consumo, aún existe la necesidad de alcanzar mayores niveles de participación activa del Estado para otorgar seguridad jurídica a los consumidores en el comercio electrónico, generando mecanismos que incentiven la confianza del consumidor que en el sistema ven vulnerados sus derechos a razón de la asimétrica informativa, el incumplimiento del deber de idoneidad y la publicidad engañosa; ocupando un lugar fundamental el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación de consumo por plataforma digitales.

En esa línea, al analizar la figura jurídica del derecho de arrepentimiento, estamos frente a una excepción a los principios de la doctrina clásica de la Teoría clásica de los contratos que le permite desvincularse de la obligatoriedad del cumplimiento de una relación jurídica de consumo ya perfeccionada, por mandado imperativo de ley, sin justificar motivo alguno y sin sujetar su ejercicio a alegación ni a acreditación de causa alguna, a diferencia de las figuras jurídicas afines que tenemos en nuestro sistema como la garantía de idoneidad y el derecho e restitución en los métodos comerciales agresivos, siendo estas insuficientes para la tutela de este derecho.

En respuesta a la insuficiencia de estos mecanismos tradicionales, la legislación en materia de protección al consumidor de los ordenamientos jurídicos de España, Argentina y

Chile, regularon el derecho de arrepentimiento, como uno de los pilares básicos de protección al consumidor reconociéndole la facultad de poner fin o desistirse de la transacción realizada, dentro de un plazo establecido por ley y sin indicar una causa justificada; por lo que, siendo que, estos países han ido logrado superar el desequilibrio contractual en los contratos electrónicos entre los actores de la relación de consumo, se ha analizado que es posible tomar como modelo su normativa a fin de adecuarla a nuestra realidad y regular el derecho de arrepentimiento.

En ese sentido, al analizar la existencia de los fundamentos jurídicos sociales en los que se sustenta este derecho como la acentuada asimetría informativa ya existente y propia de las relaciones de consumo, la falta de contacto previo y directo que el consumidor pueda tener con el bien que pretende adquirir, las limitaciones que tiene del consumidor de tomar una decisión plenamente informada al imposibilitarse corroborar si realmente el producto presenta las características que le ofertan y el rol de protección que tiene el Estado con los consumidores regulado en nuestra Constitución, se encontró una necesidad de incorporarlo en nuestro ordenamiento jurídico.

Sumado a ello, teniendo en cuenta que este tipo de comercio Business to Consumer (B2C), que recae en la relación de consumo entre empresa y consumidor final, ocupa un lugar sumamente importante en la economía mundial, se considera necesario que el Estado aumente los parámetros de protección del consumidor a fin que sientan un respaldo por parte del ordenamiento jurídico que lo tutela al realizar este tipo de compras a distancia, siendo el derecho de arrepentimiento uno de los mecanismos que podría utilizarse.

Igualmente, Vega (2019) recalca, que debido a que la institución contractual es uno de los pilares de la seguridad jurídica, se debe velar por enmarcar la figura del derecho de arrepentimiento como una causal para dejar sin efecto la relación contractual reconocida a los

consumidores, en ciertos contratos de consumo, a fin de adaptarlo a las necesidades de la nueva realidad social.

En relación con todo esto expuesto, consideramos que la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de protección y Defensa del Consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo, constituiría un mecanismo de protección para los consumidores que los resguardaría de la inseguridad jurídica a la que se encuentran expuestos al realizar relaciones de consumo electrónicas, lográndose balancear el desequilibrio contractual entre proveedores y consumidores propio de las relaciones de consumo, aumentando la confianza de los consumidores y su satisfacción de recurrir al mercado del comercio electrónico.

Esta postura concuerda con los 54 especialistas que consideran que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano constituiría una garantía para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú; pese a que 11 especialistas consideraron que no. Posición que es defendida por Larrosa (2015), quien indica que no puede considerarse al derecho de arrepentimiento como un mecanismo de sobreprotección al consumidor, pues ello podría resultar matizado con la propia brevedad del plazo para su ejercicio, que impediría una prolongación excesiva y el abuso de este derecho en la seguridad del tráfico mercantil.

Por su parte Carrasco (2019), en su investigación considera, que es oportuno, apreciar las medidas de protección que han adoptado otros países para proteger a los consumidores y reconoce al derecho de arrepentimiento como un mecanismo eficaz para afianzar la seguridad en el Estado, y tener una legislación que garantice la protección de los consumidores dentro de nuestro país.

En esa misma línea Tapullima (2020), al realizar el estudio de esta figura también lo considera como un mecanismo que permita garantizar al consumidor ante cualquier situación desventajosa que vulnere de manera significativa la posición del consumidor en la contratación, reconociendo su necesidad de proponer una propuesta legislativa que implemente el derecho de arrepentimiento en los contratos celebrados a distancia, dentro del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Por lo que, finalmente, podemos concluir, que la regulación de este derecho, constituiría un herramienta idónea y necesaria que garantice la seguridad jurídica del consumidor en el comercio electrónico Business to consumer, en Perú, cobrando especial relevancia en nuestro ordenamiento jurídico.

4.3. Implicancias:

Respecto a las implicancias teóricas, de los resultados obtenidos en la presente investigación, tenemos que, a partir del análisis de resoluciones en materia de protección al consumidor se ha podido analizar el marco normativo aplicable en el Perú frente a las relaciones electrónicas de consumo, las infracciones más frecuentes de los derechos de los consumidores al realizar compras por la plataforma digital, y contrastar las posiciones de los expertos sobre la insuficiencia de regulación normativa respecto al tema, a fin materializar el contexto de inseguridad jurídica que viven los consumidores al realizar compras electrónicas.

Asimismo, se ha podido desarrollar definiciones propias de la institución jurídica del derecho de arrepentimiento, tomando como base la doctrina de las investigaciones citadas como antecedentes y el derecho comparado, considerando su naturaleza jurídica, límites e implicancias. De la misma manera, se ha conceptualizado las comparaciones de la institución materia de estudio con figuras jurídicas similares del ordenamiento nacional y teorizado los

fundamentos jurídicos que podrían respaldar su reconocimiento en el marco normativo peruano, a fin de que se incremente la confianza de los consumidores de recurrir a este mercado digital.

En esa misma línea, al realizar un análisis exegético del derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales, regulado en legislaciones comparadas de países como España, Colombia y Chile, se ha podido teorizar una posición, en cuanto a la repercusión que traería la incorporación en la legislación nacional de esta institución jurídica que funciona en otros ordenamientos jurídicos, por cuanto al ser realidades diferentes tendrían que adaptarse los supuestos de su regulación, evaluando el impacto que desencadenaría en la realidad peruana.

Sumado a ello, a partir de las perspectivas de los expertos entrevistados y las investigaciones revisadas, se pudo asumir una postura positiva y proponer un proyecto de ley que materialice la incorporación de la institución jurídica del derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas, en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Por otro lado, respecto a las implicancias prácticas de los resultados, en el balance comparativo de las ventajas y desventajas de la regulación del derecho de arrepentimiento frente a las relaciones de consumo digitales en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, se rescata que la tutela de este derecho conllevaría a una cierta presión en los proveedores, a que cumplan debidamente con el deber de información sobre las características verdaderas del producto y/o servicios que disponga para compra en sus portales web, ya que de no cumplir con la expectativa del consumidor, este podrá someterlo al proceso de devolución respectivo, en el plazo legal y bajo los términos que corresponda.

En ese sentido, al tutelarse la figura jurídica del derecho de arrepentimiento en nuestro ordenamiento jurídico, habría una disminución en el número de reclamos y denuncias por falta de idoneidad en la compra por internet o por inconvenientes en la devolución del bien por garantía; ya que la figura jurídica propuesta, permite al consumidor el desistimiento de la compra sin acreditar motivo alguno, mediante comunicación directa con el proveedor. Siendo ello, muy positivo para generar confianza al consumidor de recurrir al mercado electrónico en nuestro país.

Asimismo, analizando la institución jurídica materia de investigación, se busca mejorar el marco normativo de la figura del contrato electrónico y proteger al consumidor de las vulneraciones a su seguridad jurídica, ya que mediante la aplicación de los diferentes instrumentos se advierte que las figuras jurídicas reguladas en nuestro marco normativo no son suficientes para garantizar su ejercicio cuando el consumidor realiza compras por internet, al requerir expresión de causa justificada o probatoria por parte el consumidor, lo que conlleva a que sigan existiendo vulneraciones frecuentes a los derechos de los consumidores; siendo este derecho el mecanismo idóneo para otorgar mayor previsibilidad en las futuras relaciones comerciales que aportan en el desarrollo tanto tecnológico y económico del Perú.

Adicionalmente, teniendo en cuenta que, a la fecha sólo existen propuestas no materializadas de regular el derecho de arrepentimiento, se ha planteado un proyecto de ley que incorpora un nuevo articulado 48-B en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, tomando como referencia la teoría analizada y la respuesta dada por los especialistas, en sus comentarios y posturas respecto al tema; información que podrá tomarse como referencia por los órganos legislativos en el proceso de evaluación de una futura reforma normativa, considerando que el 90% de los encuestados consideró que existe una necesidad

de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En cuanto a las implicancias metodológicas de los resultados obtenidos, a diferencia de las investigaciones que sirvieron como antecedentes, que trataron este tema de manera más teórica y descriptiva, esta investigación tiene un aporte significativo orientado a conocer la repercusión que para los expertos traería la incorporación de este derecho en nuestro marco normativo; asimismo, a través de los cuadros de análisis de resoluciones, de legislación comprada, de análisis documentas, de elaboración propia, se ha podido crear instrumentos con un alto nivel de credibilidad y calidad, que sinteticen la realidad del tema de investigación. De la misma manera, las preguntas elaboradas para los cuestionarios de las entrevistas y las encuestas, han podido reflejar la posición de los expertos en la materia respecto a cada uno de los objetivos desarrollados en el capítulo precedente, lo cual podrá ser tomadas en consideración en futuras investigaciones.

4.4. Conclusiones

- Como primera conclusión: La falta de reglamentación específica en el Código de Protección y Defensa del Consumidor respecto a las relaciones electrónicas de consumo, genera incertidumbre y vulneraciones a los derechos de los consumidores a razón de la asimétrica informativa, el incumplimiento del deber de idoneidad y la publicidad engañosa que se presenta en las contrataciones electrónicas, por lo que, no se proporciona realmente una seguridad jurídica.
- Como segunda conclusión: Las figuras jurídicas reguladas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor como la garantía por idoneidad y el derecho de restitución, requieren en su ámbito de protección de supuestos especiales y cargas probatoria, por lo

que no garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento, ya que su naturaleza jurídica como derecho excepcional a la teoría clásica del contrato, no requiere expresión de causa justificada para su ejercicio.

- Como tercera conclusión: La regulación del derecho al arrepentimiento en la contratación electrónica de ordenamientos jurídicos en países como España, Colombia y Chile, podría tomarse como modelo para pretender la regulación de este derecho en el Perú en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, con la finalidad de poder abarcar todos los escenarios, definiciones y figuras que se desprenden del comercio electrónico, considerando los criterios y limitaciones que más se adapten a la realidad de nuestro ordenamiento jurídico.
- Como cuarta conclusión: Existen fundamento jurídicos que justifiquen la necesidad de la incorporación del derecho de arrepentimiento como la acentuación de la asimetría informativa ya existente y propia de las relaciones de consumo, la falta de contacto previo y directo que el consumidor pueda tener con el bien que pretende adquirir, la limitación que tiene del consumidor de tomar una decisión plenamente informada al imposibilitarse corroborar si realmente el producto presenta las características que le ofertan y la protección al consumidor por parte del Estado como fin supremo. Adicionalmente, esta necesidad se respalda en los beneficios que podría traer su tutela como el aumento de los niveles de confianza en el comercio electrónico que incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital.
- Como quinta conclusión: Se ha propuesto la incorporación del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo mediante el artículo 48 - B en el Título II de contratos, Capítulo I del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

- Como sexta conclusión: De la investigación realizada y de acuerdo a las bases teóricas, análisis documental, análisis de resoluciones y a los resultados obtenidos tras la aplicación de las entrevistas y encuestas a sesenta y cinco (65) especialistas en Derecho de Protección al Consumidor, Derecho Civil y/o Derecho Internacional, se ha evidenciado que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, sería un mecanismo idóneo que dotaría de mayor seguridad jurídica a los consumidores que realizan transacciones comerciales en el comercio electrónico Business to consumer, en el Perú.

Referencias

- Alvarado, D. (2021). *Incorporación de la tutela del usuario electrónico en el código de protección y defensa del consumidor* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipón. Pimentel]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8038>
- Arana, M. (2015). Dimensiones del estado social y derechos fundamentales sociales. *Revista de investigación constitucionales*, (2), 31 - 62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5840017>
- Ariza, M.; Gómez, A. y Valero, D. (2018). *Análisis dogmático del derecho del consumidor frente al retracto y la reversión del pago en las compras online*. [Tesis de pregrado, Universidad La Gran Colombia]. <https://repository.ugc.edu.co/handle/11396/6247>
- Arrázola, F. (2014). El concepto de seguridad jurídica, elementos y amenazas ante la crisis de la ley como fuente del Derecho. *Revista de Derecho Público*, (32), 1-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4760108>
- Arroyo, L. (2016). *Ventajas y desventajas que surgen de una contratación electrónica en las empresas comerciales dedicadas a la compra – venta de bienes y/o servicios*. [Tesis de maestría, Universidad Privada Antenor Orrego] <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2356>
- Ascarza, L. (2018). *La seguridad jurídica como derecho fundamental y su consideración en el texto de la Constitución Política del Perú* [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Altiplano]. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11419/Lucho_Wilmer_Ascarza_Castillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayala, M. (2017). *La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura] <https://repositorio.unp.edu.pe/items/e502168e-ac24-4fa2-af2d-4652a9a8e149>
- Barbosa, V. (2014). *Generando confianza en el comercio electrónico: análisis de la conveniencia de reconocer el derecho de retracto a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por internet* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad

- Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/5557>
- Bermejo, J. (2011). La seguridad, la pluralidad de ordenamientos y la aplicación judicial. *Revista IUS ET VERITAS*. (42), 346-362. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6083717>
- Bernal, A. (2016). *Metodología de la Investigación* (4ta edición). https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion
- Cabrejos, G. y Guerrero, T. (2018). *Perfeccionamiento del contrato electrónico en el Perú como medida de protección jurídica del consumidor* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4431/Cabrejos%20Valdez%20-%20Guerrero%20Ortiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cáceres, C. (2023). *Protección y ausencia de regulación del comercio electrónico en consumidores online de Perú* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7c16c457-cdbe-428d-a242-815f60f3794c/content>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico (2021). *Reporte oficial de la industria Ecommerce en Perú. Impacto del COVID-19 en el Comercio Electrónico en Perú y perspectivas al 2021*. <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>
- Carrasco, J. (2019). *La necesidad de regular el derecho de desistimiento en los contratos electrónicos en el código de protección y defensa del consumidor* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5103>
- Castrejón, S. y Tapia, W. (2018). *Características de e-commerce b2c en las exportaciones de prendas de algodón orgánico para bebés de 0 a 3 años hacia el mercado de Chile, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21254/Castrej%C3%B3n%20Cappa%20Sherika%20Magdalena%20%20Tapia%20Contreras%20Wilneth%20Karolina.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

- Castrejón, S. y Rojas, V. (2019). *Fundamentos jurídicos que justifican la regulación de la tutela jurídica del consumidor en el ámbito de la contratación electrónica* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1187/Tesis%20Rojas-Castrej%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chacc, M. (2016). *Análisis crítico de la existencia de un catálogo de derechos básicos de los consumidores en el artículo 3° de la Ley 19.496* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/141568/Derecho-del-consumidor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Código Civil Peruano. Decreto Legislativo N.º 295 de 1984 (Perú).
- Código de Protección y Defensa del consumidor. Ley N.º 29571, 2010 (Perú).
- Comisión Federal de Comercio (2018). *Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico Recomendación de la OCDE*. <https://www.oecd.org/sti/consumer/proteccion-al-consumidor-en-el-comercio-electronico.pdf>
- Constitución Política del Perú, Art. 65 de 29 de diciembre de 1993 (Perú).
- Consumers International (2016). *La protección de los consumidores: por qué es importante para usted. Guía práctica sobre las directrices de Naciones Unidas de protección al consumidor*. <https://www.consumersinternational.org/media/2051/un-consumer-protection-guidelines-spanish.pdf>
- Díaz, R. (2018). *La importancia de la información en el comercio electrónico B2C en el Perú* [Tesis de maestría, Universidad peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623560/d%EDaz_cr.pdf?sequence=12
- Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (2021). *Informe Anual sobre el Estado de la Protección de los Consumidores en el Perú al 2020*. https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/Informe_Anuar_Consumidor_2020/4ec319de-849c-d209-eb37-56913a098694

- Durand, J. (2010). Determinación del Derecho del Consumidor como Disciplina Jurídica Autónoma. *Revista Derecho & Sociedad*, (34), 69-81.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/13329>
- Echeverry, K; Lozano, Y. y Salazar, V. (2017). *Importancia del ejercicio del derecho al retracto, frente a la modalidad de compra a través de medios electrónicos* [Tesis de pregrado, Universidad La Gran Colombia].
<https://repository.ugc.edu.co/handle/11396/5214>
- García, J. (2021). *El Contrato Electrónico y la Seguridad Jurídica del Consumidor 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79893/Garc%c3%ada_FJLJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez, A. (2017). *Análisis de la seguridad jurídica en la realización de contratos electrónicos de compraventa mediante aplicaciones móviles* [Tesis de maestría, Escuela de Postgrado San Francisco Xavier SFX].
http://repositorio.sfx.edu.pe/bitstream/handle/SFX/16/T829_43901168_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Grosso, J. (2017). *El derecho de desistimiento en los contratos electrónicos y su regulación en la legislación del Código de Protección y Defensa del Consumidor* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]
<https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/7408>
- Guio, M. (2019). *La protección jurídica del consumidor del comercio electrónico: Acercamiento a la situación en Colombia y el ámbito internacional*. [Trabajo de pregrado, Universidad Católica de Colombia].
<https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/23816>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta edición).
https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Huertas, K. (2021). *Propuesta de modificación del artículo 21 de la Ley N° 29571, Código de*

protección y defensa del consumidor, respecto a la protección de las expectativas del consumidor para garantizar la seguridad jurídica y el derecho a la idoneidad de bienes y servicios en los contratos de compra venta electrónicos a través del e-commerce [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/8214>

Inga, Z. (2022). *Vulneración del derecho a la protección del consumidor en la contratación electrónica, Lima 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32518/Arbildo%20Inga%20de%20Sanchez%20Zenaida.pdf?sequence=1>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2021). *El Indecopi presenta propuesta normativa para regular el comercio electrónico en el Perú*. <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7466/NP%20200529%20Indecopi%20Fiscalizaci%C3%B3n%20del%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2021). *El Indecopi recibió 1027 reclamos y reportes relacionados al comercio electrónico, a nivel nacional*. <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7466/NP%20200529%20Indecopi%20Fiscalizaci%C3%B3n%20del%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2021). *Manual sobre la protección y defensa del consumidor*. https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/CodigoConsumo_Indecopi_Minjus_Feb_2021/48503e7b-f323-7e5d-525d-b1b32c30ba1f

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2021). *Propuestas para la protección del consumidor en el comercio electrónico y la seguridad de productos*. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/informes-publicaciones/1783379-propuestas-para-la-proteccion-del-consumidor-en-el-comercio-electronico-y-la-seguridad-de-productos>

- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2021). *Reporte de Estadísticas Institucionales 2021*. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3387871/I+trim+21.pdf/4c873978-3a26-d3be-86cb-828574b94560>
- Inga, Z. (2022). *Vulneración del derecho a la protección del consumidor en la contratación electrónica, Lima 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32518/Arbildo%20Inga%20de%20Sanchez%20Zenaida.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Fondo Editorial Universidad Inca Garcilaso de la Vega. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/616f8a7df1823bd0b2a6db1bd1b621eb.pdf>
- Lara, R. (2017). Evolución del e-commerce en Paraguay y su repercusión en la vigencia de disposiciones legales. *Revista Población y Desarrollo*; 23 (44) 27 – 33. <http://scielo.iics.una.py/pdf/pdfce/v23n44/2076-054X-pdfce-23-44-00027.pdf>
- Larrosa, M. (2015). *El derecho de desistimiento en la contratación de consumo* [Tesis doctoral, Universidad de Murcia]. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/47941/1/Miguel%20c3%81ngel%20Larrosa%20Amante%20Tesis%20Doctoral.pdf>
- Lázaro, D. y Ramírez, S. (2019). *Causas de la inseguridad jurídica en el comercio electrónico: información asimétrica, incumplimiento del deber de idoneidad y publicidad engañosa* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo] <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/12432>
- Ley N.º 1480 - Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones, 2011. (Colombia).
- Ley N.º 19496, Norma sobre protección de los derechos de los consumidores, 1997. (Chile).
- Ley 3/2014, que modifica la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias, 2014. (España).
- Loayza, K. (2019). *Análisis jurídico de los Smart Contracts basados en la tecnología*

- Blockchain en el comercio electrónico Empresa-Consumidor (B2C)*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica San Pablo]. <https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/e2c2cf5b-e127-4273-97f5-2a3bc0757ea7/content>
- Manzaneda, P. (2019). La regulación en el ordenamiento civil peruano de los contratos electrónicos. *Revista Derecho de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno*, 2(4), 175-185. <http://revistas.unap.edu.pe/rd/index.php/rd/article/view/51/51>
- Martínez, S. y Espinoza, F. (2019). *Factores de riesgo en la seguridad jurídica para la celebración de contratos electrónicos*. [Tesis de pregrado, Universidad CES Medellín] <https://repository.ces.edu.co/bitstream/handle/10946/5079/Factores%20Riesgo%20Seguridad%20Jur%C3%ADdica.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Marcelo, A. (2019). *Los vacíos y deficiencias en la contratación electrónica, y su incidencia en los derechos del consumidor, en la ciudad de Trujillo periodo 2015-2016* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6062/Marcelo%20Ruiz%2c%20Alicia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Melgarejo, P. (2016). El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual. *Revista Foro Jurídico*, (15), 54-76. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/19835>
- Mendoza, L. (2022). *Análisis de la seguridad jurídica de los contratos electrónicos establecida en la Ley N° 29571, provincia de Chíncha, 2021-2022* [Tesis de pregrado, Universidad San Juan Bautista]. <https://repositorio.upsjb.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14308/3986/MENDOZA%20CERNA%20LUCIANA%20ISABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Michalczewsky, K. y Ramos, A. (08 de marzo de 2017). *¿Por qué los latinoamericanos compran y venden poco en la red? La brecha normativa y el rol de la confianza en el comercio electrónico de la región*. *Conexión Intal*. <https://conexionintal.iadb.org/2017/03/08/comercio-electronico-en-america-latina-la-brecha-normativa-2/>

Ministerio de Consumo España (s.f). *Regulación del comercio electrónico.*

<https://www.consumo.gob.es/es/consumo/regulacion-comercio-electronico>

Monjarás, C. (2021). *La importancia del comercio electrónico y el comportamiento del consumidor en las líneas de moda de las tiendas por departamento en el Perú durante el COVID-19.* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura].

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5101/AE-L_022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa.* Universidad Surcolombiana. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Moreno, P. (2017). Herramientas para un análisis de derecho comparado. A propósito de los flujos jurídicos y la (im)previsión de sus efectos. *Revista PUCP.* <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/166019/HERRAMIENTAS%20PARA%20UN%20AN%C3%81LISIS%20DE%20DERECHO%20COMPARADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revista andaluza de patología digestiva*, (33), 221-227. <https://www.sapd.es/rapd/2010/33/3/03>

Ñaupas, H.; Valdivia, M.; Palacios, J. y Romero, H. (2013). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis.* B http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf

Organización de las Naciones Unidas (2017). *Manual sobre protección del consumidor. Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo.* https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf

Pabón, C. y Mora, A. (2014). Límites al ejercicio abusivo del derecho de retracto: Inconstitucionalidad en la sobreprotección del consumidor. *Revista de Derecho y Economía*, (41), 67-86. <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0123-43662014000100011&lng=en&tlng=es>.

- Peña, T. (2022). Etapas del análisis de la información documental. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v45n3/2538-9866-rib-45-03-e4.pdf>
- Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Rodríguez, A. (2015). *Los contratos electrónicos como garantía de la seguridad jurídica de los consumidores en la actual Ley de Protección y Defensa al Consumidor N° 29571 en Trujillo, 2014* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/1830>
- Romero, C. (2013). *El análisis jurisprudencial como apoyo a la enseñanza jurídica en el contexto de la globalización del derecho*. <https://www.uclm.es/-/media/Files/C01-Centros/cu csociales/documentos2013/2.ashx?la=es>
- Rosas, I. (2020). Seguridad jurídica en contratos de consumo celebrados por medios electrónicos. *Revista Lúmina*, (21), 120-139. <https://doi.org/10.30554/lumina.21.3466.2020>
- Sosa, H. (2014). *El derecho de desistimiento como mecanismo protector del consumidor en la contratación electrónica* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca] https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/127889/DDPSosaOlanH_DerechoDesistimientoElectronica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sedano, W. (2020). *El derecho peruano y la problemática del comercio electrónico en la ciudad de Lima en el periodo 2019* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54796/Sedano_PWS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Soto, M. (2021). *La seguridad jurídica para el consumidor en las contrataciones electrónicas* [Tesis de postgrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9712/Soto_Lozada_Milagrito_de_Jes%c3%bas.pdf?sequence=5&isAllowed=y

- Tamayo, S. y Tamayo, D. (2015). El derecho de retracto, ¿una condición suspensiva o resolutoria? [Tesis de pregrado, Universidad EAFIT Medellín]. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8256/Susana_TamayoJaramillo_David_TamayoRestrepo_2015.pdf?sequence=2
- Tapullina, H. (2020). *El derecho al desistimiento como mecanismo protector a favor del consumidor en los contratos celebrados a distancia* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego] <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/6334>
- Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista Electrónica Calidad En La Educación Superior*. 3 (1), 119-139. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/revistacalidad/article/view/436>
- Vargas, J. (2013). *Análisis crítico del derecho a retracto en contratos por adhesión celebrados en medios electrónicos y la desprotección del consumidor*. Universidad Diego Portales Santiago. <https://derechoyconsumo.udp.cl/analisis-critico-del-retracto-2013/>
- Vega, A. (2019). *Regulación del derecho de arrepentimiento en los métodos comerciales engañosos o agresivos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el ordenamiento jurídico peruano* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2294>
- Vega, V. (2017). Nuevas pautas en la protección de los consumidores en el comercio electrónico. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, (29) 221-276. Universidad de Extremadura. España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6320001>
- Zúñiga, H. (2018). Retos de la Organización Mundial del Comercio como consecuencia de la Undécima Conferencia Ministerial en Buenos Aires. *Revista PUCP*.

Anexos

ANEXO 1: Ficha resumen de análisis de Resoluciones en materia de protección al consumidor por compras realizadas por la plataforma Linio Perú S.A.C.

DATOS DE RESOLUCIONES
1.- RESOLUCION: RESOLUCIÓN FINAL N.º 627-2017/CC2
<ul style="list-style-type: none"> • DENUNCIANTE: MARÍA ISABEL MIRES GAMBETTA • DENUNCIADO: LINIO PERÚ S.A.C. • PROCEDENCIA: ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3 • AUTORIDAD COMPETENTE: COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 2 SEDE CENTRAL • FECHA DE EMISIÓN: 12 de abril de 2017
2.- HECHOS FÁCTICOS:
<ul style="list-style-type: none"> • La denunciante adquirió a través de la página web de la denunciada una cámara Fotográfica marca Nikon Coolpix L830, por el importe ascendente a S/599,00, consideró que de acuerdo a la información contenida en el catálogo virtual se dio a entender que la fuente de energía para utilizar la cámara fotográfica serían baterías; no obstante, el equipo funcionaba únicamente a pilas y sin batería recargable. • La denunciada no aceptó la devolución de la cámara fotográfica adquirida, alegando que el empaque se encontraba abierto, pese a que en la página web se indica que la devolución procede en caso de insatisfacción del cliente. El proveedor, comunicó el rechazo de la solicitud de devolución del producto alegando que su política de devoluciones exigía que los empaques estuvieran sin abrir.
3.- FUNDAMENTOS JURÍDICOS:
<ul style="list-style-type: none"> • Del deber de información: información del catálogo virtual. - El artículo 2º del Código establece que el proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor información veraz, suficiente, oportuna y fácilmente accesible. De las características del producto detalladas en la publicidad, el proveedor cumplió con informar que la cámara fotográfica era “compatible con pilas AA”. • Del deber de idoneidad: Devolución de la Cámara Fotográfica adquirida. - El artículo 20º del Código establece que todo proveedor ofrece una garantía respecto de la idoneidad de los bienes y servicios que ofrece en el mercado. De acuerdo a lo establecido por Linio en su política de devolución de productos, se cumplió con presentar la solicitud dentro del plazo de diez (10) días, con el motivo de la devolución mediante la misma página web; y además se entregó el producto sin señales de uso ni deterioro acreditado.
4.- PARTE RESOLUTIVA:
<ul style="list-style-type: none"> • Revocar la Resolución Final N.º 1000-2016/PS3 en el extremo que resolvió sancionar a Linio Perú S.A.C. por presunta infracción a lo establecido en el artículo 2º del Código, y; reformándola, se declara archivo del presente extremo y dejar sin efecto la sanción impuesta por el OPS. • Revocar, la Resolución Final N.º 1000-2016/PS3, por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19º del Código, y reformándola sancionar a Linio con 0.50 Unidades Impositivas Tributarias.
5.- CONCLUSIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Linio cumplió con brindar la información específica de la cámara fotográfica respecto a su característica que era compatible con pilas AA., por lo cual no se permite deducir algo distinto, siendo claro, que a la compatibilidad a la que hace referencia la publicidad presentada por Linio, es a la cámara fotográfica respecto a las pilas AA; más no a las pilas AA y cualquier otra fuente de energía. • Linio no cumplió con brindar un servicio idóneo, al haberse acreditado durante el procedimiento que no aceptó de manera justificada la devolución de la cámara fotográfica, alegando que, el empaque se encontraba abierto.

DATOS DE RESOLUCIONES
1.- RESOLUCION: RESOLUCIÓN FINAL N.º 866-2016/CC2
<ul style="list-style-type: none"> • DENUNCIANTE: HUMBERTO MIGUEL TORI FERNÁNDEZ • DENUNCIADO: LINIO PERÚ S.A.C. • PROCEDENCIA: ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3 • AUTORIDAD COMPETENTE: COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 2 • FECHA DE EMISIÓN: 12 de mayo de 2016
2.- HECHOS FÁCTICOS:
<p>La denunciante escribió su dirección electrónica en el registro “Gracias...no insista” del Indecopi; aun así, siguió recibiendo publicidad por parte de Linio, presentó un reclamo ante el Servicio de Atención al Ciudadano del Indecopi, requiriendo que cese el envío de los correos electrónicos; y el cese de envío de publicidad a su correo electrónico; sin embargo, tal acción continuó.</p>
3.- FUNDAMENTOS JURÍDICOS:
<p style="text-align: center;">Sobre el registro “Gracias...no insista”</p> <ul style="list-style-type: none"> • DIRECTIVA 0052009/CODINDECOPI, registro “Gracias No Insista” establece en su Artículo 7º.1. La inscripción en el Registro obliga a los proveedores que empleen call centers, sistemas de llamado telefónico, de envío de mensajes de texto a celular o de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, a excluir de su lista de destinatarios a todos aquellos números telefónicos, a nivel nacional, y direcciones de correo electrónico que hayan sido incorporados al Registro, en los plazos previstos en la presente Directiva • El artículo 58º del Código señala que es derecho de todo consumidor la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos, lo cual implica que los proveedores no puedan llevar a cabo prácticas que mermen de forma significativa la libertad de elección del consumidor a través de figuras como el acoso, la coacción, la influencia debida o el dolo.
4.- PARTE RESOLUTIVA:
<ul style="list-style-type: none"> • Declarar fundada la denuncia por infracción al artículo 58º de la Ley 29751, Código de Protección y Defensa del Consumidor, y revocar, la Resolución Final N.º 1000-2016/PS3, por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19º del Código, y reformándola sancionar a Linio con 0.50 Unidades Impositivas Tributarias. • Ordenar a Linio Perú S.A.C., que en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles, contado a partir del día siguiente de notificada la presente resolución, cumplan cesar la remisión de publicidad a la dirección electrónica inscrita en el registro “Gracias...no insista” del denunciante
5.- CONCLUSIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Una de las prácticas comerciales prohibidas consiste en envío de mensajes electrónicos masivos para promover productos y servicios, así como para prestar el servicio de telemarketing a todos aquellos números telefónicos y direcciones electrónicas que hayan sido incorporados en el registro implementado por el Indecopi para registrar a los consumidores. Del análisis en conjunto, se concluye que, Linio remitió publicidad no deseada por el denunciante, a su dirección electrónica pese a que esta se encontraba inscrita en el registro “Gracias...no insista” del Indecopi.

DATOS DE RESOLUCIONES
1.- RESOLUCION: RESOLUCIÓN FINAL N.º 1072-2016/CC2
<ul style="list-style-type: none"> • DENUNCIANTE: JUAN JOSÉ MIRANDA CHUMPITAZ • DENUNCIADO: LINIO PERÚ S.A.C. • PROCEDENCIA: ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3 • AUTORIDAD COMPETENTE: COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2 • FECHA DE EMISIÓN: 23 de junio de 2016
2.- HECHOS FÁCTICOS:
<p>La denunciada habría vendido al denunciante un televisor marca Sony que no poseía las características de wifi y Skype ofrecidas en la publicidad, no habría cumplido con recoger el televisor materia de denuncia y no habría brindado un servicio de post venta idóneo, dado que habría llamado constantemente al denunciado indicándole que conecte y desconecte el televisor para luego de 4 días manifestarle que no tenía wifi ni skype”.</p>
3.- FUNDAMENTOS JURÍDICOS:
<p>El artículo 19° del Código establece que todo proveedor ofrece una garantía respecto de la idoneidad de los bienes y servicios que ofrece en el mercado, en función de la información que traslada a los consumidores de manera expresa o tácita.</p> <p>(i) Sobre la entrega de un televisor con características distintas a las ofrecidas. Atendiendo a la información proporcionada por Linio en su portal web y al principio de buena fe normado en el numeral 5 del artículo V del Título Preliminar del Código, la conducta del consumidor debe ser analizada de acuerdo con las circunstancias relevantes del caso como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.</p> <p>(ii) Sobre que Linio habría brindado un servicio de post venta no idóneo. - no existen medios probatorios o indicios que generen verosimilitud, en aplicación del principio de presunción de licitud que rige el procedimiento sancionador.</p>
4.- PARTE RESOLUTIVA:
<ul style="list-style-type: none"> • Confirmar la Resolución Final N° 10032015/PS3 que archivar el extremo de la denuncia por presunta infracción al artículo 19° del Código, revocar el extremo que dispuso archivar la denuncia y, reformándola, declarar responsable a Linio Perú S.A.C. en la medida que de los medios probatorios obrantes en el expediente quedó acreditado que dicho.
5.- CONCLUSIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Linio ofertó en su portal web, con anterioridad a la fecha de compra del televisor materia de denuncia, que el televisor marca Sony, modelo Bravia, 40”, Serie KDL40R475, contaba con “WiFi Ready” ni “Skype”, sin embargo, pese a la oferta desplegada por Linio en su plataforma virtual, este entregó al denunciante un (1) televisor que no contaba con las referidas características. • No quedó acreditado que el personal de Linio Perú S.A.C. hubiera llamado constantemente al denunciante, ni que le hubiera indicado que conecte y desconecte el televisor, ni que luego de cuatro (4) días le hubiera indicado que este no contaba con “Wi-Fi” ni con “Skype”.

DATOS DE RESOLUCIONES
1.- RESOLUCION: RESOLUCIÓN FINAL N° 0481-2016/PS3
<ul style="list-style-type: none"> • DENUNCIANTE: DAMIÁN PAULO LATINEZ SEGURA • DENUNCIADO: LINIO PERÚ S.A.C. • AUTORIDAD COMPETENTE: ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3 • FECHA DE EMISIÓN: 10 de junio de 2016
2.- HECHOS FÁCTICOS:
<p>El denunciado no habría efectuado la devolución del dinero cancelado por el Monopod inalámbrico al denunciante, en cumplimiento de la garantía de devolución, pese a que lo entregó a un representante de Linio Perú S.A.C. Así, también no habría dado respuesta al reclamo interpuesto por el denunciante en el libro de reclamaciones virtual, en el plazo legal de 30 días calendario.</p>
3.- FUNDAMENTOS JURÍDICOS:
<p>Si bien en nuestro país no existe un marco normativo especial en materia de comercio electrónico en el consumo, se advierte la suscripción de tratados comerciales como el Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos, y algunas normas generales como, la Ley N° 27269, 27291, y; la Ley N° 28493, que en los casos de infracciones relativas a transacciones fruto del comercio electrónico, deberá emplearse, a falta de regulación especial, los criterios empleados para el comercio común</p> <p>(i) Deber de idoneidad.- El artículo 19° del Código establece que los proveedores responden por la calidad e idoneidad de los productos y/o servicios que ofrecen en el mercado, entendiéndose según el artículo 18° del Código la idoneidad como la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto y/o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.</p> <p>(ii) Atención del reclamo registrado en el Libro de Reclamaciones. - El artículo 150° del Código establece que los establecimientos comerciales deben contar con un libro de reclamaciones, en forma física o virtual. Por su parte, el artículo 6° del Reglamento del Libro de Reclamaciones, modificado por el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, señala el reclamo que se registre en el Libro de Reclamaciones determina la obligación del proveedor de cumplir con atenderlo y darle respuesta en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario mediante comunicación escrita.</p>
4.- PARTE RESOLUTIVA
<ul style="list-style-type: none"> • Sancionar a Linio Perú S.A.C. por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, y archivar el presente procedimiento administrativo sancionador iniciado contra Linio Perú S.A.C. por presunta infracción al 150° del Código de Protección y Defensa del Consumidor
5.- CONCLUSIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • No se efectuó la devolución del dinero cancelado por el monopod inalámbrico al denunciante, en cumplimiento de la garantía de devolución, pese a que lo devolvió a un representante de la empresa. • No se cuenta con elementos que permitan determinar de manera fehaciente que Linio no dio respuesta al reclamo interpuesto en el libro de reclamaciones virtual, por el consumidor, considerando el Principio de Presunción de Licitud. • EN relación generada en el comercio electrónico, el consumidor deposita mayor confianza en el proveedor que en otras relaciones de consumo comunes, toda vez que, no tendría un contacto directo con el proveedor ni con los bienes materia de transacción, y además las operaciones concretadas a distancia son generadas a través de los soportes tecnológicos del proveedor, por lo cual, una afectación al mercado electrónico acarrearía una mayor afectación no sólo a las expectativas del consumidor, sino también a la confianza depositada por parte de aquél en este sistema.

DATOS DE RESOLUCIONES
1.- RESOLUCION: RESOLUCIÓN FINAL N° 1971-2016/CC2
<ul style="list-style-type: none"> • DENUNCIANTE: TOMAS RICARDO ATARAMA ROJAS • DENUNCIADO: LINIO PERÚ S.A.C. • PROCEDENCIA: ÓRGANO RESOLUTIVO DE PROCEDIMIENTOS SUMARÍSIMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 3 • AUTORIDAD COMPETENTE: COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N° 2 • FECHA DE EMISIÓN: 07 de diciembre de 2016
2.- HECHOS FÁCTICOS:
<p>El 28 de diciembre de 2015, la denunciante adquirió en la plataforma virtual de Linio, un (1) juego de muebles de sala, Linio le comunicó que dicho juego de muebles sería entregado como máximo el 25 de enero de 2015; sin embargo, una vez vencido dicho plazo, el denunciado no cumplió con enviarle el producto adquirido; y al comunicarse telefónicamente con el denunciado, se le indicó que no resultaba posible realizar la entrega del producto adquirido, que cancelarían su orden de compra, y que le devolverían el monto pagado.</p>
3.- FUNDAMENTOS JURÍDICOS:
<p style="text-align: center;">Sobre el deber de idoneidad en el comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • En el marco de los principios de buena fe, de confianza, lealtad, y transparencia, un consumidor acude a las redes informáticas para la adquisición de un bien o servicio con la fundada expectativa de que los proveedores en ecommerce brinden cumplimiento a lo establecido en el Código, esto es, que cumplan con su deber de información en las etapas previas y posteriores a la celebración del contrato, y con su deber de idoneidad del bien o servicio, deber que se compone principalmente por la obligación del proveedor de cumplir las prestaciones contratadas en el plazo y modo previstos. • El contrato de consumo materia de denuncia se entiende en la fecha en la que Linio acusó la recepción del pedido del denunciante, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 1373° y 1374° del Código Civil que establece que el contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente. • De acuerdo con el ordenamiento jurídico nacional, los proveedores de bienes y servicios no se encuentran facultados a resolver o suspender unilateralmente los contratos de consumo que celebran salvo en los supuestos de cumplimiento de normas legales distintas o normas prudenciales emitidas por la autoridad competente, tal es así que este tipo de disposiciones constituyen cláusulas abusivas de ineficacia absoluta que no resultan oponibles a los consumidores de acuerdo con el artículo 50° del Código. • El artículo 1361 del Código Civil señala que “Los contratos son obligatorios en cuanto se haya expresado en ellos que la declaración expresada en el contrato responde a la voluntad común de las partes y quien niegue esa coincidencia debe probarla”; siendo que el artículo 1362° de dicho cuerpo normativo añade: “Los contratos deben negociarse, celebrarse y ejecutarse según las reglas de la buena fe y común intención de las partes”. En efecto, en el ámbito del Derecho Civil, la buena fe establece una regla de interpretación y orientación a las partes sobre el comportamiento que deben ostentar al contratar. Asimismo, la buena fe exige que, en el proceso, las partes mantengan una conducta leal y coherente que colabore con la labor jurisdiccional.
4.- PARTE RESOLUTIVA
<ul style="list-style-type: none"> • Revocar la Resolución N° 620-2016/PS3 en el extremo que dispuso archivar el extremo de la denuncia., por presunta infracción al artículo 19° del Código; y reformándola, declarar responsable administrativamente al denunciado por infracción al deber de idoneidad en tanto quedó acreditado que no cumplió con entregar al denunciante, el juego de muebles que adquirió.
5.- CONCLUSIONES:

- Los proveedores en e-commerce deben cumplir lo establecido en el Código, esto es, el deber de información en las etapas previas y posteriores a la celebración del contrato, y el deber de idoneidad del bien o servicio, deber que se compone principalmente por la obligación del proveedor de cumplir las prestaciones contratadas en el plazo y modo previstos.
- En el comercio electrónico resulta de vital importancia la confianza que debe tener el consumidor en el respecto de los términos y condiciones de las ofertas publicitadas por los proveedores, puesto que se trata de una modalidad de contratación a distancia; por lo tanto, admitir la posibilidad de que los proveedores puedan desconocer los términos de los contratos de consumo, perjudicaría la dinámica y finalidad del comercio electrónico que es dinamizar las operaciones en el mercado.
- En el comercio electrónico es responsabilidad de los proveedores adoptar todos los mecanismos de seguridad necesarios para garantizar el cumplimiento de los términos y condiciones informados en la web, que permita que el consumidor acceda a toda la información relevante del producto adquirido, entre ellos, la referida al plazo de entrega, siendo que dicho deber de diligencia se justifica en la necesidad de impedir que las expectativas del consumidor, fundadas generalmente en la oferta, y particularmente en el precio del producto o servicio, resulten dañadas; por lo que, el denunciante se encontraba facultada para reclamar por la falta de entrega del producto que adquirió.



NOMBRE: CORTEZ PEREZ CESAR DANIEL
D.N.I.: 43166757

FIRMA DE VALIDACIÓN DEL ESPECIALISTA

ANEXO 2: Ficha resumen de análisis documental

DATOS DE LA FUENTE DOCUMENTAL	
<p>1. TÍTULO: Generando confianza en el comercio electrónico: análisis de la conveniencia de reconocer el derecho de retracto a favor de los consumidores que celebran contratos de consumo por internet</p> <p>2. AUTOR: Viviana Lucía Barbosa Jaime</p>	<p>3. TIPO DE FUENTE DOCUMENTAL: Tesis de Maestría</p> <p>4. AÑO: 2014</p> <p>5. IDIOMA: español.</p>

PRIMERA CONCLUSIÓN NATURALEZA JURÍDICA	SEGUNDA CONCLUSIÓN FIGURAS JURÍDICAS SIMILARES	TERCERA CONCLUSIÓN FUNDAMENTOS JURÍDICOS	COMENTARIOS
<p>El ejercicio del derecho de retracto puede ser considerado como la finalización de una relación jurídica perfeccionada mediante el acuerdo de voluntades o cuando vence el plazo para el ejercicio del mismo y éste no ha sido ejercido.</p> <p>Provoca la extinción del contrato de forma sobrevenida debido a que se parte de un contrato válidamente celebrado que se extingue por la mera voluntad de una de las partes.</p> <p>Se trata de una excepción a la teoría general del contrato, dado que el contrato, se basa en su carácter irrenunciable y obligatorio para las partes; contraviendo el principio “pacta sunt servanda” que estipula que los contratos son obligatorios, sagrados e intocables.</p>	<p>Para que se haga efectiva una garantía por idoneidad, el consumidor tendría que haber acreditado el defecto en el producto o servicio adquirido y el proveedor no tendría que haber logrado probar que aquella falta de idoneidad no le es imputable.</p> <p>El ejercicio del derecho a la restitución, requiere que el consumidor acredite haber sido víctima de métodos comerciales agresivos o engañosos; en cambio, el ejercicio del derecho de retracto no requiere la realización de actividad probatoria alguna, pues como ya hemos señalado se trata de un derecho ad nutum.</p>	<p>La principal justificación que validaría la existencia del derecho de retracto es la falta de contacto previo y directo del consumidor con el bien adquirido.</p> <p>Otra es la no presencia física simultánea de las partes, en tanto que dicha situación podría generar dificultades para el consumidor, sobre todo para acceder al empresario y para solicitar alguna aclaración respecto del bien adquirido.</p> <p>Por último, el aumento de confianza que el reconocimiento derecho de retracto puede generar en el consumidor en este tipo de comercio y en la decisión del consumidor, lograría incentivar la contratación electrónica a través de la generación de confianza en los consumidores.</p>	<p>Pese a la fuerza obligatoria de los contratos, la ley admite revolver los actos siempre que existan justificaciones y no se viole la confianza depositada, por lo que el retracto, excepcionalmente no resulta ajeno a la normativa existente.</p> <p>La garantía por idoneidad y l derecho de retracto, pese a tener elementos en común con el derecho a la restitución, no pueden ser equiparados ni ser considerados como equivalentes.</p> <p>La falta de contacto previo y directo del consumidor con el bien adquirido da lugar a que el derecho de retracto tenga una racionalidad basada en la eficiencia, pues quien compra un bien por internet no sabe cuánto lo valora hasta que lo recibe y usa.</p>

DATOS DE LA FUENTE DOCUMENTAL

1. **TÍTULO:** El derecho de desistimiento en los contratos electrónicos y su regulación en la legislación del código de protección y defensa del consumidor
2. **AUTOR:** Joseph Max Grosso Muguerza.
3. **TIPO DE FUENTE DOCUMENTAL:** Tesis de Maestría
4. **AÑO:** 2017
5. **IDIOMA:** español.

PRIMERA CONCLUSIÓN NATURALEZA JURÍDICA	SEGUNDA CONCLUSIÓN FIGURAS JURÍDICAS SIMILARES	TERCERA CONCLUSIÓN FUNDAMENTOS JURÍDICOS	COMENTARIOS
<p>El derecho de desistimiento representa un principio de oportunidad que tiene el usuario de dar un paso hacia atrás en un contrato electrónico, al ver que se han vulnerado sus derechos sobre información clara del producto que se le promocionó mediante redes de internet.</p> <p>El desistimiento unilateral de los contratos no responde a uno de los modos usuales de extinción de las obligaciones, se vincula a los derechos potestativos, en virtud del cual el nacimiento o establecimiento de una relación jurídica, depende únicamente de la voluntad de su titular.</p>	<p>El derecho de restitución como forma de resolución del contrato y restitución de lo pagado (art. 58.1 CPDC), aplicando el principio de oportunidad sumado a las características propias como el plazo para ejercerlo desde la celebración del contrato y la obligación de información del proveedor acerca del derecho y de su ejercicio.</p> <p>El desequilibrio contractual, el derecho potestativo y el derecho de revocación, son la base para la existencia de un periodo de cancelación, reflexión, suspensión o de “resolución del contrato.</p>	<p>Su regulación se fundamenta en que en las relaciones de consumo por contratos a distancia existe un desequilibrio contractual entre consumidor y proveedor de bienes o servicios a distancia y/o fuera de los establecimientos comerciales.</p> <p>Si bien es cierto que existen leyes protegen al usuario, no es lo mismo el derecho de desistimiento, puesto que con éste se aplica el principio de oportunidad, y se suman características propias recepción de producto e inicio de ejecución, obligación de información del proveedor acerca del derecho y de su ejercicio.</p>	<p>El derecho de desistimiento se remite a la formación de la voluntad del consumidor y su finalidad no es otra que ofrecer al consumidor una vía rápida y eficaz de desvincularse del contrato sin tener que recurrir a la nulidad o la anulabilidad, o a un proceso judicial.</p> <p>La regulación del desistimiento responde no sólo a razones jurídicas sino también económicas en el sentido de incentivar el consumo, a sabiendas de la posibilidad de desligarse posteriormente del contrato sin tener que alegar causa alguna.</p>

DATOS DE LA FUENTE DOCUMENTAL

1. **TÍTULO:** La necesidad de regular el derecho de desistimiento en los contratos electrónicos en el código de protección y defensa del consumidor
2. **AUTOR:** Jorge Luis Carrasco Tello
3. **TIPO DE FUENTE DOCUMENTAL:** Tesis de Pregrado
4. **AÑO:** 2019
5. **IDIOMA:** español.

PRIMERA CONCLUSIÓN NATURALEZA JURÍDICA	SEGUNDA CONCLUSIÓN FIGURAS JURÍDICAS SIMILARES	TERCERA CONCLUSIÓN FUNDAMENTOS JURÍDICOS	COMENTARIOS
<p>El retracto o desistimiento provoca la extinción del contrato de forma sobrevenida debido a que se parte de un contrato válidamente celebrado que se extingue por la mera voluntad de una de las partes.</p> <p>La naturaleza jurídica del derecho de desistimiento se centra únicamente en la voluntad, confiere a su titular un poder jurídico, en virtud del cual bien el nacimiento o establecimiento de una relación jurídica, la determinación de su contenido, así como su modificación o rescisión está sometida a plazo de caducidad.</p>	<p>El derecho de restitución solo es aplicable a los métodos comerciales abusivos o engaños y dentro del establecimiento comercial, dejando de lado al consumidor que contrata electrónicamente</p> <p>Cuando vez perfeccionado contrato, en cuanto a los derechos de garantía (servicios de postventa, reparación, sustitución, agentes responsables, etc.), reconozca la posibilidad al consumidor de desvincularse del contrato aun cuando este responda al esquema sucintamente descrito.</p>	<p>El fundamento del derecho de desistimiento se orienta a neutralizar y hacer ilusoria la ventaja que obtiene el empresario por el factor distancia reconduciendo el contrato celebrado a distancia a la situación típica del contrato concluido entre presentes.</p> <p>Esta situación, coloca en una posición de desventaja al consumidor frente el proveedor pues no puede valorar plenamente si su compra corresponde a lo que necesita cuando hace el pedido.</p> <p>Asimismo, en el desequilibrio en la relación de consumo entre proveedor y consumidores, debido a que no pueden percibir de manera física el producto que están por adquirir o de valorar si realmente están en la necesidad de obtener un servicio.</p>	<p>El legislador peruano ha optado por excluir de su regulación al derecho de desistimiento siendo evidente su ausencia en el catálogo de derecho contenido en el artículo 1 del Código.</p> <p>El desistiendo se fundamenta en el hecho de que en la contratación a distancia el consumidor no tiene la probabilidad real de ver el producto o de conocer las características del servicio antes de la celebración del contrato.</p> <p>Si bien es cierto, que el derecho de desistimiento se centra en la voluntad, es necesario una reglamentación, con un tiempo prudencial para que una de las partes desista de continuar con el contrato.</p>

DATOS DE LA FUENTE DOCUMENTAL

1. **TÍTULO:** regulación del derecho de arrepentimiento en los métodos comerciales engañosos o agresivos en el código de protección y defensa del consumidor en el ordenamiento jurídico peruano.
2. **AUTOR:** Alicia Del Carmen Vega Venero
3. **TIPO DE FUENTE DOCUMENTAL:** Tesis de Pregrado
4. **AÑO:** 2019
5. **IDIOMA:** español.

PRIMERA CONCLUSIÓN NATURALEZA JURÍDICA	SEGUNDA CONCLUSIÓN FIGURAS JURÍDICAS SIMILARES	TERCERA CONCLUSIÓN FUNDAMENTOS JURÍDICOS	COMENTARIOS
<p>El arrepentimiento es una facultad que constituye una condición resolutoria meramente potestativa del acreedor pues en este caso que éste decida hacer uso de su facultad de retracto, siendo que el contrato se resolverá y se deberá reintegrar la suma pagada por el bien o servicio.</p> <p>Debe entenderse como una justa causa de terminación unilateral del mismo en cabeza del consumidor, pues la relación no se perfecciona definitivamente hasta que no caduque la posibilidad de retractarse, siendo que el contrato no se forma en el momento de su conclusión, sino al término del plazo de reflexión.</p>	<p>La legislación protege a los consumidores mediante un mecanismo de protección en su artículo 58° del código que establece que el derecho a la protección contra los métodos comerciales agresivos o engañosos, el cual implica que los proveedores no pueden llevar a cabo prácticas que mermen en forma significativa la libertad de elección del consumidor.</p> <p>Para que una garantía de idoneidad sea exigible, se requiere de medios probatorios por parte del consumidor para acreditar la falta de idoneidad del producto o servicio adquirido.</p>	<p>La defensa del consumidor, como principio rector de la actuación del Estado, reconocida por la Constitución, expone una pauta destinada a orientar y fundamentar su activación respecto a cualquier actividad económica, trazando horizonte tuitivo la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, considerando la existencia de asimetría en las relaciones de consumo.</p> <p>El derecho de arrepentimiento al ser regulada de manera especial, potenciaría la confianza en los consumidores y obligaría a las empresas a tener una competencia leal.</p>	<p>El derecho de arrepentimiento, implicaría asegurar una decisión más reflexiva sobre los productos o servicios contratados, obligando al proveedor a devolver el dinero utilizando los medios que utilizó el consumidor para realizar el pago.</p> <p>Puede acarrear consecuencias como la terminación unilateral de los efectos del contrato previamente celebrado, como si no hubiera existido, retro trayéndose lo actuado antes de su celebración o, en su defecto, entendiendo que el contrato se perfeccionó supeditado a una condición que decida ejercer el derecho de arrepentimiento.</p>

DATOS DE LA FUENTE DOCUMENTAL

1. **TÍTULO:** El derecho al desistimiento como mecanismo protector a favor del consumidor en los contratos celebrados a distancia
2. **AUTOR:** Holly Amalia Tapullima Romero
3. **TIPO DE FUENTE DOCUMENTAL:** Tesis de Pregrado
4. **AÑO:** 2020
5. **IDIOMA:** español.

PRIMERA CONCLUSIÓN NATURALEZA JURÍDICA	SEGUNDA CONCLUSIÓN FIGURAS JURÍDICAS SIMILARES	TERCERA CONCLUSIÓN FUNDAMENTOS JURÍDICOS	COMENTARIOS
<p>El derecho al desistimiento se apoya básicamente en la capacidad de los consumidores de renunciar, retractarse o desistirse del contrato celebrado a distancia, que extinguirá un contrato que ha sido válidamente perfeccionado con anterioridad al uso del derecho, por lo tanto.</p> <p>Este derecho se caracteriza por permitir que el consumidor puede ejercer ad nutum, es decir, puede ser ejercido por el mismo, sin mediar justificación alguna ni aprobación del proveedor; de carácter recepticio, esto quiere decir que el consumidor debe informar al proveedor que se va a desistir, es gratuito y unilateral.</p>	<p>El derecho a la restitución ha sido recogido por el ordenamiento jurídico de nuestro país.</p> <p>El Código de Protección y Defensa del Consumidor prescribe que el consumidor tiene el derecho a la restitución inmediata de las prestaciones materia del contrato de consumo, el consumidor cuenta con un plazo de 7 días calendario, contados a partir del día en que se produjo la contratación del producto o servicio, o desde el día de su recepción o inicio de su ejecución.</p>	<p>La introducción del derecho al desistimiento en la normativa jurídica peruana, se justifica en que, en este tipo de contratación, el consumidor no tiene contacto directo con el producto o servicio que va a adquirir.</p> <p>Otra de las razones es la ausencia de las partes contratantes, pues en la mayoría de los casos de ventas a distancia el consumidor no conoce a la persona o empresa con la que está contratando.</p> <p>Asimismo, su incorporación generaría confianza en los consumidores para que puedan adquirir productos y servicios vía la contratación electrónica, lo cual tendría como consecuencia un mayor desarrollo y crecimiento en el sector económico del país.</p>	<p>No todos los países, tienen el mismo criterio para definir el momento en el que el contrato a distancia se ha perfeccionado, algunas legislaciones establecen que el éste no ha sido perfeccionado hasta que no se haya ejercido el derecho al desistimiento en el plazo establecido.</p> <p>Se debe abordar los mecanismos necesarios, para corregir la asimetría informativa presente en la transacción del proveedor y consumidor, bajo la modalidad de contratos a distancia; debiendo regular del derecho al desistimiento como mecanismo protector para los consumidores.</p>

ANEXO 3: Legislaciones comparadas que regulan el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas

COLOMBIA	
LEY 1480 - ESTATUTO DEL CONSUMIDOR DE COLOMBIA	Fecha de publicación: 12/10/2011 El texto normativo se encuentra redactado de la siguiente forma:
	<p style="text-align: center;">CAPÍTULO. V</p> <p style="text-align: center;"><i>De las ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia</i></p> <p>Artículo 46.- Deberes especiales del productor y proveedor. El productor o proveedor que realice ventas a distancia deberá:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cerciorarse de que la entrega del bien o servicio se realice efectivamente en la dirección indicada por el consumidor y que este ha sido plena e inequívocamente identificado. 2. Permitir que el consumidor haga reclamaciones y devoluciones en los mismos términos y por los mismos medios de la transacción original. 3. Mantener los registros necesarios y poner en conocimiento del consumidor, el asiento de su transacción y la identidad del proveedor y del productor del bien. 4. Informar, previo a la adquisición, la disponibilidad del producto, el derecho de retracto el término para ejercerlo, el término de duración de las condiciones comerciales y el tiempo de entrega. <p>Artículo 47. Retracto.</p> <p>.En todos los contratos para la venta de bienes y prestación de servicios mediante sistemas de financiación otorgada por el productor o proveedor, venta de tiempos compartidos o ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, que por su naturaleza no deban consumirse o no hayan comenzado a ejecutarse antes de cinco (5) días, se entenderá pactado el derecho de retracto por parte del consumidor En el evento en que se haga uso de la facultad de retracto, se resolverá el contrato y se deberá reintegrar el dinero que el consumidor hubiese pagado. El consumidor deberá devolver el producto al productor o proveedor por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. Los costos de transporte y los demás que conlleve la devolución del bien serán cubiertos por el consumidor. El término máximo para ejercer el derecho de retracto será de cinco (5) días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la celebración del contrato en caso de la prestación de servicios. Se exceptúan del derecho de retracto, los siguientes casos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En los contratos de prestación de servicios cuya prestación haya comenzado con el acuerdo del consumidor; 2. En los contratos de suministro de bienes o servicios cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de coeficientes del mercado financiero que el productor no pueda controlar; 3. En los contratos de suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor o claramente personalizados; 4. En los contratos de suministro de bienes que, por su naturaleza, no puedan ser devueltos o puedan deteriorarse o caducar con rapidez; 5. En los contratos de servicios de apuestas y loterías; 6. En los contratos de adquisición de bienes perecederos; 7. En los contratos de adquisición de bienes de uso personal. <p>El proveedor deberá devolverle en dinero al consumidor todas las sumas pagadas sin que proceda a hacer descuentos o retenciones por concepto alguno. En todo caso la devolución del dinero al consumidor no podrá exceder de treinta (30) días calendario desde el momento en que ejerció el derecho.</p>

CHILE

Ley N° 19.955, que modifica la Ley N°19496 sobre protección de los derechos de los consumidores, de 07 de febrero de 1997

Fecha de publicación: 14/07/2004

Artículo 3° bis.- El consumidor podrá poner término unilateralmente al contrato en el plazo de 10 días contados desde la recepción del producto o desde la contratación del servicio y antes de la prestación del mismo, en los siguientes casos: (...)

b) En los contratos celebrados por medios electrónicos, y en aquéllos en que se aceptare una oferta realizada a través de catálogos, avisos o cualquier otra forma de comunicación a distancia, a menos que el proveedor haya dispuesto expresamente lo contrario. Para ello podrá utilizar los mismos medios que empleó para celebrar el contrato. En este caso, el plazo para ejercer el derecho de retracto se contará desde la fecha de recepción del bien o desde la celebración del contrato en el caso de servicios, siempre que el proveedor haya cumplido con la obligación de remitir la confirmación escrita señalada en el artículo 12 A. De no ser así, el plazo se extenderá a 90 días. No podrá ejercerse el derecho de retracto cuando el bien, materia del contrato, se haya deteriorado por hecho imputable al consumidor.

En aquellos casos en que el precio del bien o servicio haya sido cubierto total o parcialmente con un crédito otorgado al consumidor por el proveedor o por un tercero previo acuerdo entre éste y el proveedor, el retracto resolverá dicho crédito. En caso de haber costos involucrados, éstos serán de cargo del consumidor, cuando el crédito haya sido otorgado por un tercero.

Si el consumidor ejerciera el derecho consagrado en este artículo, el proveedor estará obligado a devolverle las sumas abonadas, sin retención de gastos, a la mayor brevedad posible y, en cualquier caso, antes de cuarenta y cinco días siguientes a la comunicación del retracto. Tratándose de servicios, la devolución sólo comprenderá aquellas sumas abonadas que no correspondan a servicios ya prestados al consumidor a la fecha del retracto.

Deberán restituirse en buen estado los elementos originales del embalaje, como las etiquetas, certificados de garantía, manuales de uso, cajas, elementos de protección o su valor respectivo, previamente informado.

ESPAÑA

Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Ley 3/2014, que modifica la Ley General para la Defensa de los

Fecha de publicación: 27/03/2014

El texto normativo se encuentra redactado de la siguiente forma:

Artículo 98. Requisitos formales de los contratos a distancia.

“(…) 4. Si el contrato se celebra a través de una técnica de comunicación a distancia en la que el espacio o el tiempo para facilitar la información son limitados, el empresario facilitará en ese soporte específico o a través de él, antes de la celebración de dicho contrato, como mínimo la información precontractual sobre las características principales de los bienes o servicios, la identidad del empresario, el precio total, el derecho de desistimiento, la duración del contrato y, en el caso de contratos de duración indefinida, las condiciones de resolución, tal como se refiere en el artículo 97.1, letras a), b), e), j) y p) de la presente ley, excepto el modelo de formulario de desistimiento que figura en el anexo I, letra B, a que se refiere la letra j). El empresario facilitará al consumidor o usuario las demás informaciones que figuran en el artículo 97, incluido el modelo de formulario de desistimiento, de una manera apropiada con arreglo al apartado 1. (...)”

Artículo 102. Derecho de desistimiento.

1. Salvo las excepciones previstas en el artículo 103, el consumidor o usuario tendrá derecho a desistir del contrato durante un periodo de catorce días naturales sin indicar el motivo y sin incurrir en ningún coste distinto de los previstos en los artículos 107.2 y 108. En el caso de los contratos celebrados en el contexto de visitas no solicitadas efectuadas por el empresario en el domicilio del consumidor o usuario o de excursiones organizadas por el empresario con el objetivo o efecto de promocionar o vender bienes o servicios, el plazo de desistimiento se amplía a treinta días naturales.
2. Serán nulas de pleno derecho las cláusulas que impongan al consumidor y usuario

consumidores y usuarios y otras leyes complementarias aprobadas por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

una penalización por el ejercicio de su derecho de desistimiento o la renuncia al mismo.

Artículo 103. Excepciones al derecho de desistimiento.

El derecho de desistimiento no será aplicable a los contratos que se refieran a: a) La prestación de servicios, una vez que el servicio haya sido completamente ejecutado, cuando la ejecución haya comenzado, con previo consentimiento expreso del consumidor y usuario y con el reconocimiento por su parte de que es consciente de que, una vez que el contrato haya sido completamente ejecutado por el empresario, habrá perdido su derecho de desistimiento.

b) El suministro de bienes o la prestación de servicios cuyo precio dependa de fluctuaciones del mercado financiero que el empresario no pueda controlar y que puedan producirse durante el periodo de desistimiento.

c) El suministro de bienes confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor y usuario o claramente personalizados.

d) El suministro de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez.

e) El suministro de bienes precintados que no sean aptos para ser devueltos por razones de protección de la salud o de higiene y que hayan sido desprecintados tras la entrega.

f) El suministro de bienes que después de su entrega y teniendo en cuenta su naturaleza se hayan mezclado de forma indisociable con otros bienes.

g) El suministro de bebidas alcohólicas cuyo precio haya sido acordado en el momento de celebrar el contrato de venta y que no puedan ser entregadas antes de 30 días, y cuyo valor real dependa de fluctuaciones del mercado que el empresario no pueda controlar.

h) Los contratos en los que el consumidor y usuario haya solicitado específicamente al empresario que le visite para efectuar operaciones de reparación o mantenimiento urgente; si, en esa visita, el empresario presta servicios adicionales a los solicitados específicamente por el consumidor o suministra bienes distintos de las piezas de recambio utilizadas necesariamente para efectuar las operaciones de mantenimiento o reparación, el derecho de desistimiento debe aplicarse a dichos servicios o bienes adicionales.

i) El suministro de grabaciones sonoras o de vídeo precintadas o de programas informáticos precintados que hayan sido desprecintados por el consumidor y usuario después de la entrega.

j) El suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas o revistas, con la excepción de los contratos de suscripción para el suministro de tales publicaciones.

k) Los contratos celebrados mediante subastas públicas.

l) El suministro de servicios de alojamiento para fines distintos del de servir de vivienda, transporte de bienes, alquiler de vehículos, comida o servicios relacionados con actividades de esparcimiento, si los contratos prevén una fecha o un periodo de ejecución específicos.

m) El suministro de contenido digital que no se preste en un soporte material cuando la ejecución haya comenzado con el previo consentimiento expreso del consumidor y usuario con el conocimiento por su parte de que en consecuencia pierde su derecho de desistimiento.

Artículo 104. Plazo para el ejercicio del derecho de desistimiento.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 105, el plazo de desistimiento concluirá a los 14 días naturales contados a partir de:

a) En el caso de los contratos de servicios, el día de la celebración del contrato. b) En el caso de los contratos de venta, el día que el consumidor y usuario o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material de los bienes solicitados, o bien:

1.º En caso de entrega de múltiples bienes encargados por el consumidor y usuario en el mismo pedido y entregados por separado, el día que éste o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último de los

bienes.

2.º En caso de entrega de un bien compuesto por múltiples componentes o piezas, el día que el consumidor y usuario o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del último componente o pieza. 3.º En caso de contratos para la entrega periódica de bienes durante un plazo determinado, el día que el consumidor y usuario o un tercero por él indicado, distinto del transportista, adquiera la posesión material del primero de esos bienes.

c) En el caso de los contratos para el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, o de calefacción mediante sistemas urbanos o de contenido digital que no se preste en un soporte material, el día en que se celebre el contrato.

Artículo 105. Omisión de información sobre el derecho de desistimiento.

1. Si el empresario no ha facilitado al consumidor o usuario la información sobre el derecho de desistimiento, tal como se establece en el artículo 97.1.j), el periodo de desistimiento finalizará doce meses después de la fecha de expiración del periodo de desistimiento inicial, determinada de conformidad con el artículo 104.

2. Si el empresario ha facilitado al consumidor o usuario la información contemplada en el apartado anterior en el plazo de doce meses a partir de la fecha contemplada en el artículo 104, el plazo de desistimiento expirará a los catorce días naturales o, en su caso, a los treinta días naturales de la fecha en que el consumidor y usuario reciba la información.

Artículo 106. Ejercicio y efectos del derecho de desistimiento.

1. Antes de que venza el plazo de desistimiento, el consumidor y usuario comunicará al empresario su decisión de desistir del contrato. A tal efecto, el consumidor y usuario podrá utilizar el modelo de formulario de desistimiento que figura en el anexo B de esta ley; o bien realizar otro tipo de declaración inequívoca en la que señale su decisión de desistir del contrato.

2. El consumidor y usuario habrá ejercido su derecho de desistimiento dentro del plazo contemplado en el artículo 104 y en el artículo 105, cuando haya enviado la comunicación relativa al ejercicio del derecho de desistimiento antes de que finalice dicho plazo. Para determinar la observancia del plazo para desistir se tendrá en cuenta la fecha de expedición de la declaración de desistimiento.

3. El empresario podrá ofrecer al consumidor y usuario, además de las posibilidades contempladas en el apartado 1, la opción de cumplimentar y enviar electrónicamente el modelo de formulario de desistimiento que figura en el anexo B, o cualquier otra declaración inequívoca a través del sitio web del empresario. En tales casos, el empresario comunicará sin demora al consumidor y usuario en un soporte duradero el acuse de recibo de dicho desistimiento.

4. La carga de la prueba del ejercicio del derecho de desistimiento recaerá en el consumidor y usuario.

5. El ejercicio del derecho de desistimiento extinguirá las obligaciones de las partes de ejecutar el contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento, o de celebrar el contrato, cuando el consumidor y usuario haya realizado una oferta.

6. En caso de contratos para el suministro de agua, gas, electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas–, o calefacción mediante sistemas urbanos, en los que el suministro ya se estuviera realizando previamente a la contratación del servicio, salvo que expresamente se indique lo contrario, se entenderá el interés del consumidor en continuar con el suministro del servicio, volviendo a ser suministrado por su suministrador anterior. Por el contrario, si previamente a la contratación del servicio no se estuviera realizando el suministro, la solicitud de desistimiento supondrá la baja del servicio.

Artículo 107. Obligaciones y derechos del empresario en caso de desistimiento.

1. El empresario reembolsará todo pago recibido del consumidor y usuario,

incluidos, en su caso, los costes de entrega, sin demoras indebidas y, en cualquier caso, antes de que hayan transcurrido 14 días naturales desde la fecha en que haya sido informado de la decisión de desistimiento del contrato del consumidor y usuario de conformidad con el artículo 106. El empresario deberá efectuar el reembolso a que se refiere el primer párrafo utilizando el mismo medio de pago empleado por el consumidor para la transacción inicial, a no ser que el consumidor haya dispuesto expresamente lo contrario y siempre y cuando el consumidor no incurra en ningún gasto como consecuencia del reembolso.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado 1, en caso de que el consumidor y usuario haya seleccionado expresamente una modalidad de entrega diferente a la modalidad menos costosa de entrega ordinaria, el empresario no estará obligado a reembolsar los costes adicionales que de ello se deriven.

3. Salvo en caso de que el empresario se haya ofrecido a recoger él mismo los bienes, en los contratos de venta, el empresario podrá retener el reembolso hasta haber recibido los bienes, o hasta que el consumidor y usuario haya presentado una prueba de la devolución de los bienes, según qué condición se cumpla primero.

4. En lo que respecta a los datos personales del consumidor o usuario, el empresario cumplirá las obligaciones aplicables con arreglo al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, así como a la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

5. El empresario se abstendrá de utilizar cualquier contenido, distinto de los datos personales, proporcionado o creado por el consumidor o usuario al utilizar los contenidos o servicios digitales suministrados por el empresario, excepto cuando dicho contenido cumpla alguna de las siguientes condiciones:

a) No tenga ninguna utilidad fuera del contexto de los contenidos o servicios digitales suministrados por el empresario.

b) Esté exclusivamente relacionado con la actividad del consumidor o usuario durante el uso de los contenidos o servicios digitales suministrados por el empresario.

c) Haya sido agregado con otros datos por el empresario y no pueda desagregarse o sólo se pueda realizando esfuerzos desproporcionados.

d) Haya sido generado conjuntamente por el consumidor o usuario y otras personas, y otros consumidores o usuarios puedan continuar haciendo uso del contenido.

6. Salvo en las situaciones a que se refiere el apartado 5, letras a), b) o c), el empresario pondrá a disposición del consumidor o usuario, a petición de éste, cualquier contenido distinto de los datos personales que el consumidor o usuario haya proporcionado o creado al utilizar los contenidos o servicios digitales suministrados por el empresario.

7. El consumidor o usuario tendrá derecho a recuperar dichos contenidos sin cargo alguno, sin impedimentos por parte del empresario, en un plazo razonable y en un formato utilizado habitualmente y legible electrónicamente.

8. El empresario podrá impedir al consumidor o usuario cualquier uso posterior a la fecha de desistimiento de los contenidos o servicios digitales, en particular haciendo que estos no sean accesibles para el consumidor o usuario o inhabilitándole la cuenta de usuario, sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 6.

Artículo 108. Obligaciones y responsabilidad del consumidor y usuario en caso de desistimiento.

1. Salvo si el propio empresario se ofrece a recoger los bienes, el consumidor y usuario deberá devolverlos o entregarlos al empresario, o a una persona autorizada por el empresario a recibirlos, sin ninguna demora indebida y, en cualquier caso, a más tardar en el plazo de 14 días naturales a partir de la fecha en que comunique su decisión de desistimiento del contrato al empresario, de conformidad con el artículo 106. Se considerará cumplido el plazo si el consumidor y usuario efectúa

la devolución de los bienes antes de que haya concluido el plazo de 14 días naturales. El consumidor y usuario sólo soportará los costes directos de devolución de los bienes, salvo si el empresario ha aceptado asumirlos o no le ha informado de que le corresponde asumir esos costes. En el caso de contratos celebrados fuera del establecimiento en los que los bienes se hayan entregado ya en el domicilio del consumidor y usuario en el momento de celebrarse el contrato, el empresario recogerá a su propio cargo los bienes cuando, por la naturaleza de los mismos, no puedan devolverse por correo.

2. El consumidor o usuario sólo será responsable de la disminución de valor de los bienes resultante de una manipulación de los mismos distinta a la necesaria para establecer su naturaleza, sus características o su funcionamiento. En ningún caso el consumidor o usuario será responsable de la disminución de valor de los bienes si el empresario no le ha informado de su derecho de desistimiento con arreglo al artículo 97.1.j).

3. En caso de desistimiento del contrato, el consumidor o usuario se abstendrá de utilizar el contenido o servicio digital y de ponerlo a disposición de terceros.

4. Cuando un consumidor y usuario ejerza el derecho de desistimiento tras haber realizado una solicitud de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98.8 o en el artículo 99.3, abonará al empresario un importe proporcional a la parte ya prestada del servicio en el momento en que haya informado al empresario del ejercicio del derecho de desistimiento, en relación con el objeto total del contrato. El importe proporcional que habrá de abonar al empresario se calculará sobre la base del precio total acordado en el contrato. En caso de que el precio total sea excesivo, el importe proporcional se calculará sobre la base del valor de mercado de la parte ya prestada del servicio.

5. El consumidor o usuario no asumirá ningún coste por:

a) La prestación de los servicios o el suministro de agua, gas o electricidad –cuando no estén envasados para la venta en un volumen delimitado o en cantidades determinadas– o de calefacción mediante sistemas urbanos, de forma total o parcial, durante el período de desistimiento, cuando:

1.º El empresario no haya facilitado información con arreglo al artículo 97.1.j) o l); o

2.º El consumidor o usuario no haya solicitado expresamente que la prestación del servicio se inicie durante el plazo de desistimiento con arreglo al artículo 98.8 y al artículo 99.3.

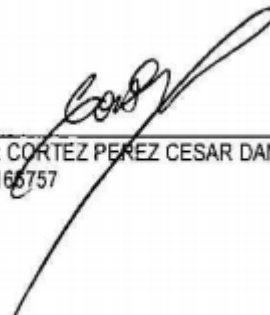
b) El suministro, en su totalidad o en parte, de contenido digital que no se preste en un soporte material, cuando:

1.º El consumidor o usuario no haya dado expresamente su consentimiento previo a la ejecución antes de que finalice el periodo de catorce o, en su caso, treinta días naturales contemplado en el artículo 102;

2.º El consumidor o usuario no sea consciente de que renuncia a su derecho de desistimiento al dar su consentimiento; o

3.º El empresario no haya dado la confirmación con arreglo al artículo 98.7 o al artículo 99.2.

6. Con excepción de lo dispuesto en el artículo 107.2, y en este artículo, el consumidor y usuario no incurrirá en ninguna responsabilidad como consecuencia del ejercicio del derecho de desistimiento.



NOMBRE: CORTÉZ PÉREZ CESAR DANIEL
D.N.I.: 43166757

ANEXO 4: Guía de Entrevista

FORMATO DE VALIDACIÓN PARA JUICIO DE EXPERTOS

Nombre y Apellido: César Daniel Cortez Pérez.

Institución a la cual pertenece: Universidad Privada del Norte.

Cargo que desempeña: Docente tiempo parcial.

Firma: César Daniel Cortez Pérez.

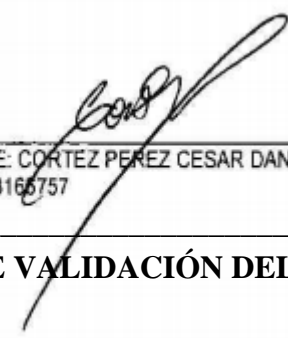
Fecha:

1. **A: Aceptada** **B: Modificar** **C: Eliminar** **D: Incluir otra pregunta**

Preguntas a formular	Consideraciones del Experto			
	A	B	C	D
PREGUNTA 1: Según estadísticas del Indecopi, últimamente se ha reportado gran número de reclamos y denuncias de consumidores que realizaron compras online. ¿Cuáles considera usted que son las infracciones más frecuentes a los derechos de los consumidores que se pueden vulnerar al realizar relaciones de consumo por plataformas digitales?	X			
PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el marco normativo en materia de protección al consumidor frente a las relaciones electrónicas de consumo según las disposiciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor protege efectivamente al consumidor en temas de comercio electrónico o considera que sería pertinente efectuar modificaciones legales para otorgar una mayor protección al consumidor en las contrataciones electrónicas?	X			
PREGUNTA 3: La legislación en materia de protección al consumidor de países como Colombia, España y Chile, regula el derecho de arrepentimiento en las compras electrónicas como un mecanismo de resolución contractual unilateralmente del contrato celebrado entre consumidor y proveedor mediante plataformas digitales, para evitar la desprotección y/o desequilibrio contractual en las relaciones de consumo. ¿Cree usted que el derecho de arrepentimiento, ya reconocido en ordenamientos jurídicos, podría tomarse como referencia para su incorporación en el ordenamiento jurídico peruano?	X			
PREGUNTA 4: El derecho de desistimiento, conforme se ha reconocido a nivel normativo y doctrinario, es aquel derecho del que gozan las partes o una de ellas, a efectos de poder terminar anticipadamente un contrato. ¿Considera usted que en nuestra legislación peruana en materia de protección al consumidor existen figuras jurídicas semejantes que permiten el ejercicio de este derecho en condiciones similares a lo que tutela el derecho de arrepentimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales? ¿Cuáles son?	X			
PREGUNTA 5: Si bien algunas plataformas de venta online tienen sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra. ¿Cuáles considera usted que serían los principales beneficios del reconocimiento del derecho de arrepentimiento en los contratos electrónicos de consumo en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano?	X			

<p>PREGUNTA 6: El reconocimiento del derecho de arrepentimiento genera la devolución del producto por parte del consumidor y la obligación al proveedor de devolver la contraprestación recibida en pago, debiendo también que asumir los costos por la devolución de productos, frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. ¿De qué manera considera que esto impactaría en las relaciones de consumo electrónicas, en especial en los pequeños proveedores?</p>	X			
<p>PREGUNTA 7: ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos en nuestro ordenamiento jurídico peruano que justificarían el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica en el Código de Protección y Defensa del consumidor?</p>	X			
<p>PREGUNTA 8: ¿Cuál es su opinión respecto a la propuesta presentada por el Indecopi que pretende regular el derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica incorporando supuestos al artículo 48 del Código de Protección y Defensa del Consumidor bajo las condiciones, plazos y excepciones establecidas en el Proyecto de Ley 415/2021-CR?</p>	X			
<p>PREGUNTA 9: ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor Peruano frente a las relaciones electrónicas de consumo constituiría una garantía o una medida de sobreprotección para el consumidor digital frente a la inseguridad jurídica del comercio electrónico Business to consumer, en Perú?</p>	X			

INSTRUMENTO: () ACEPTADO () A MODIFICAR


 NOMBRE: CORTEZ PEREZ CESAR DANIEL
 D.N.I.: 43166757

FIRMA DE VALIDACIÓN DEL ESPECIALISTA

ANEXO 5: Guía de encuesta

FORMATO DE VALIDACIÓN PARA JUICIO DE EXPERTOS

Nombre y Apellido: César Daniel Cortez Pérez.

Institución a la cual pertenece: Universidad Privada del Norte.

Cargo que desempeña: Docente tiempo parcial.

Firma: César Daniel Cortez Pérez.

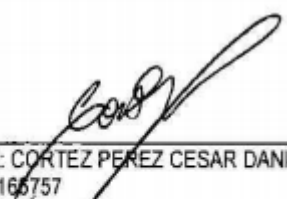
Fecha:

1. A: Aceptada B: Modificar C: Eliminar D: Incluir otra pregunta

Preguntas a formular	Consideraciones del Experto			
	A	B	C	D
<p><u>PREGUNTA 1:</u> Siendo que en otros países como Colombia, España y Chile regulan en su normativa de protección al consumidor el derecho de desistimiento en las relaciones de consumo por plataformas digitales como una facultad de los compradores de bienes o servicios de dejar sin efecto el contrato celebrado, notificándose así a la otra parte contratante en el plazo establecido para el ejercicio de ese derecho, sin necesidad de justificar su decisión y sin penalización de ninguna clase, y, por lo tanto, solicitar la devolución de los productos y del dinero pagado. ¿Considera usted que nuestro ordenamiento jurídico podría tomar estos modelos y pretender regular los alcances y límites del derecho de arrepentimiento en la legislación peruana de protección al consumidor frente a las compras online?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			
<p><u>PREGUNTA 2:</u> En el Código de Protección y Defensa del Consumidor se regulan figuras jurídicas como la garantía por idoneidad (art.20°) y el derecho de restitución frente a los métodos comerciales agresivos o engañosos (art.59°), que contemplan la posibilidad de que el contrato de consumo celebrado por las partes quede sin efecto, teniendo el proveedor la obligación de devolver al consumidor las sumas pagadas por los productos o servicios contratados, en un determinado plazo de ley. ¿Considera usted que estas figuras jurídicas propias del derecho de protección al consumidor garantizan la tutela del derecho de arrepentimiento para el consumidor digital peruano?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			
<p><u>PREGUNTA 3:</u> Siendo que el consumidor en el comercio electrónico está expuesto a riesgos de adquirir un producto que no se adapte a sus necesidades y expectativas, y que el derecho de arrepentimiento le da la oportunidad de hacer valer sus derechos ante la adversidad de empresas abusivas que, mediante los contratos electrónicos, no manifiestan la veracidad acerca de las características de los bienes y servicios que promocionan u ofertan. ¿Considera usted que la regulación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor aumentaría los niveles de confianza en el comercio electrónico e incentivaría a los consumidores a utilizar este tipo de comercio digital?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			
<p><u>PREGUNTA 4:</u> Siendo que cada plataforma de venta online tiene sus propios términos contractuales de cambios, devoluciones y de cancelación de la compra, y que el derecho de arrepentimiento en el comercio electrónico genera un aumento en los costos por la devolución de productos y/o servicio e incertidumbre a los proveedores frente a la posibilidad que el consumidor decida ejercer este derecho. ¿Considera que la regulación</p>	X			

<p>del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor podría generar desincentivos para que nuevas empresas decidan participar en el mercado digital?</p> <p>a) Sí b) No</p>				
<p>PREGUNTA 5: Teniendo en cuenta que la contratación a través de medios digitales acentúa la asimetría informativa ya existente en las relaciones de consumo en tanto la capacidad del consumidor de tomar una decisión completamente informada se ve limitada puesto que la información del producto o servicio que se pone a disposición a través de dichos medios no es del todo basta si la comparamos con aquella que puede obtener el consumidor mediante la compra directa en el mismo establecimiento. ¿Considera usted que ello fundamenta la incorporación del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			
<p>PREGUNTA 6: Actualmente existe un Proyecto de Ley 415/2021-CR que busca modificar el Código de Protección y Defensa del Consumidor para incluir cambios en las normas que rigen el comercio electrónico; en este, se pretende regular el derecho de arrepentimiento facultando al consumidor a desistirse de su compra hecha electrónicamente, dentro de los 15 días de efectuada. ¿Considera que este plazo para que el consumidor pueda hacer uso de este derecho resulta razonable a comparación de lo establecido en otros ordenamientos jurídicos extranjeros?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			
<p>PREGUNTA 7: El comercio electrónico no se encuentra regulado en la legislación de protección al consumidor; sin embargo, según estadísticas del INDECOPI últimamente se ha reportado gran número de reclamos y reportes de consumidores que realizaron compras online, siendo las infracciones más frecuentes las referidas a la falta de idoneidad del producto, demora en la entrega, incumplimiento de reembolso y falta de ejecución de garantía. ¿Cree usted que en base a las estadísticas y repercusión que tiene el comercio electrónico en los derechos de los consumidores, existe una necesidad de regular el derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			
<p>PREGUNTA 8: Conociendo que el derecho de arrepentimiento le otorga la posibilidad al consumidor de dejar sin efecto el contrato de consumo celebrado por plataformas digitales, sin necesidad de justificar su decisión y en un plazo determinado, debiendo devolver el producto por los mismos medios y en las mismas condiciones en que lo recibió. ¿Considera usted que el reconocimiento del derecho de arrepentimiento en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, brindaría una mayor seguridad jurídica a las transacciones comerciales en el comercio electrónico Business to consumer?</p> <p>a) Sí b) No</p>	X			

INSTRUMENTO: (X) ACEPTADO () A MODIFICAR



NOMBRE: CORTÉZ PÉREZ CESAR DANIEL
D.N.I.: 43165757

FIRMA DE VALIDACIÓN DEL ESPECIALISTA

Link de ENCUESTA: Estimado (a) Participante a fin de validar mi Investigación de Tesis respecto al DERECHO DE ARREPENTIMIENTO Y LA INSEGURIDAD JURÍDICA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO, les invito a que puedan responder la siguiente ENCUESTA: <https://forms.gle/BpoKrezUqBdYUhzj9>

ANEXO 06: Link del drive

[https://drive.google.com/drive/folders/1vJFjNk9Q4vejTZPUgRL2ozaSXdKZG3sJ?usp=share link](https://drive.google.com/drive/folders/1vJFjNk9Q4vejTZPUgRL2ozaSXdKZG3sJ?usp=share_link)