

## Especial

### **INNOVACIONES AL PROCESO DE HÁBEAS CORPUS EN EL NUEVO CÓDIGO PROCESAL CONSTITUCIONAL**

La exclusión de la prueba ilícita

El estado de necesidad como un vicio  
de la manifestación de voluntad en la lesión

Preguntas y respuestas sobre los aspectos  
jurídicos del delito de organización criminal

La tutela cautelar  
en la Ley Procesal del Trabajo

El reconocimiento y la regulación  
de las sociedades unipersonales

¿Puede denegarse la apelación  
de un consumidor contra una resolución  
sancionadora que no ponderó una multa?

Preguntas y respuestas sobre  
la Ley de Desarrollo Urbano Sostenible

El amparo en el derecho a la educación  
en las zonas rurales para personas  
de extrema pobreza

## El derecho de arrepentimiento en la contratación electrónica

Daniel ECHAIZ MORENO\*

El autor comenta la propuesta de Indecopi de incluir en el sistema de protección al consumidor el derecho de arrepentimiento para la contratación electrónica, considerándola irrazonable ya que no se puede seguir sosteniendo que la contratación de productos o servicios por medios electrónicos es irregular o anómala, ya que dicha forma de contratación está en auge en el Perú y el mundo, razón por la cual hoy en día las empresas prefieren contar con un *market place* en vez de instalaciones físicas, implementar una pasarela de pagos *online* en vez de pagos en efectivo y tener una plataforma *retail* virtual en vez de contar con grandes almacenes.

### MARCO NORMATIVO:

**Código de Protección y Defensa del Consumidor:** arts. 56 al 60.

**PALABRAS CLAVE:** Comercio electrónico / Derecho de arrepentimiento / Sistema de protección al consumidor / Métodos coercitivos

**Recibido:** 20/07/2021

**Aprobado:** 30/07/2021

En el Documento de Trabajo Institucional del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)

“Propuestas para la Protección del Consumidor en el Comercio Electrónico y la Seguridad de Productos”, del año 2021, se exponen propuestas “para la protección del consumidor digital y la seguridad de los productos que se ponen a su disposición” (p. 1).

Una de dichas propuestas es el derecho de arrepentimiento, el cual “implica que el consumidor cuenta con un plazo determinado para devolver el producto o servicio contratado por medios electrónicos y solicitarle al proveedor la restitución del precio pagado” (p. 42). Se fundamenta esta propuesta en similares regulaciones

\* Abogado *suma cum laude* por la Universidad de Lima. Magíster en Derecho de la Empresa y Doctorando en Derecho por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Catedrático de ESAN Graduate School of Business, Universidad de Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Instituto de Gobierno y Gestión Pública de la Universidad de San Martín de Porres, Universidad Tecnológica del Perú (UTP) y Universidad Continental. Socio fundador de Echaiz Abogados.

normativas de Argentina (artículos 33 y 34 de las Normas de Protección y Defensa de los Consumidores), Brasil (artículo 49 de la Ley de Protección del Consumidor), Chile (artículo 3 bis de la Norma sobre Protección de los Derechos de los Consumidores), España (artículo 68 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios) México (artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor) y Unión Europea (artículo 9 de la Directiva N° 2011/83/UE).

Similar propuesta a la aquí referida ya había sido considerada en el artículo 91 del Anteproyecto del Código de Protección y Defensa del Consumidor, publicado en el diario oficial *El Peruano* el 18 de octubre del 2009, y respecto al cual nos pronunciamos en nuestro artículo "La modernidad con medio siglo de retraso". A propósito de las innovaciones del Código de Consumo.

En aquella ocasión, fuimos críticos de la propuesta legislativa en el extremo antes referido, en los siguientes términos:

Para promover aún más la inseguridad jurídica, el artículo 91 del Anteproyecto del Código de Protección y Defensa del Consumidor estipula un periodo de reflexión (a favor del consumidor, claro está) cuando la venta se realice fuera del local del proveedor por un plazo de cinco (5) días, de modo tal que el consumidor tendrá derecho a desistirse del contrato sin necesidad de justificación y sin penalización alguna. ¿Qué razón ampara este privilegio del consumidor? Simplemente que la venta se realizó fuera del local del proveedor, como por ejemplo a través del teléfono o del Internet. Estos constituyen, al decir de la sumilla del citado artículo, métodos

coercitivos. Se ignora que la contratación ha evolucionado en las últimas décadas a pasos agigantados, por lo que actualmente los contratos a distancia y/o electrónicos son una realidad y en un futuro próximo se habrán convertido en la única manera de realizar negocios.

“El derecho de arrepentimiento, el cual implica que el consumidor cuenta con un plazo determinado para devolver el producto o servicio contratado por medios electrónicos y solicitarle al proveedor la restitución del precio pagado”.

Apréciase el desfase del legislador al desmerecer *a priori* dicha modalidad de contratación al extremo de calificarlas como métodos coercitivos. No se preocupa por el uso que el consumidor podría haber efectuado del producto y el consecuente perjuicio del proveedor. Peor aún, en el artículo 70.3 del referido Anteproyecto preescribe que, tratándose de compra y venta de inmuebles, el consumidor podrá resolver el contrato en caso que los desperfectos o deficiencias se manifiesten en un plazo de hasta dos (2) años, lo que supondría atar el contrato a una condición suspensiva pues recién estaría firme cuando transcurra aquel exagerado plazo que no se condice con el plazo de seis (6) meses contenido en

el artículo 1526 del Código Civil para la acción de saneamiento. (Echaiz, 2009, p. 269)

Es paradójico que han transcurrido casi 12 años desde la difusión del Anteproyecto de Código de Protección y Defensa del Consumidor y todavía se insista con una propuesta tan irrazonable que hace que nuestra crítica al periodo de reflexión y derecho de desistimiento, ahora denominado como derecho de arrepentimiento, aún mantenga vigencia. En el año 2009 fuimos críticos de las “innovaciones” que planteaba el referido Anteproyecto y entonces, a partir de la difusión de varias de nuestras publicaciones, conseguimos que felizmente tales deficiencias no se plasmaran normativamente en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, que fue aprobado mediante Ley N° 29571, del año 2010, actualmente vigente. Empero, ahora, casi 12 años después se pretende incorporar subrepticamente una norma de errada concepción que afectaría el normal desarrollo del mercado, bajo el pretexto de la protección al consumidor, acaso creyendo que este es todavía “la parte débil” de la relación de consumo.

Si, en el año 2009, cuando escribimos el artículo antes referido, sosteníamos que aquella propuesta se presentaba con medio siglo de retraso, pues actualmente se ha agudizado dicho retraso y no se ha aprendido la lección, a pesar del tiempo transcurrido. Se mantiene el perjuicio que la contratación de productos o servicios por medios electrónicos es irregular, anómala o, quizás como antes se decía, coercitiva, alegando el Indecopi que los medios electrónicos acentúan la asimetría informativa (página 42), olvidando que la contratación electrónica es el mecanismo de contratación actualmente en auge en

el Perú y el mundo, razón por la cual hoy en día se encuentra en constante desarrollo el comercio electrónico, en sus diversas modalidades como el comercio B2B y el comercio B2C, prefiriendo las empresas contar con un *market place* en vez de instalaciones físicas, implementar una pasarela de pagos *online* en vez de pagos en efectivo, y tener presencia en una plataforma *retail* virtual en vez de contar con grandes almacenes.

---

“Es paradójico que han transcurrido casi 12 años desde la difusión del Anteproyecto de Código de Protección y Defensa del Consumidor y todavía se insista con una propuesta tan irrazonable que hace que nuestra crítica al periodo de reflexión y derecho de desistimiento, ahora denominado como derecho de arrepentimiento, aún mantenga vigencia”.

---

Como si eso no fuese suficiente, la actual propuesta del Indecopi extiende el plazo para ejercer el derecho de arrepentimiento a 15 días calendario, cuando la propuesta de antaño era de solo cinco días. Pretende justificarse aquel plazo, al que califica como plazo prudencial, con la remisión al artículo 41 de la Ley de Contrato de Seguro (Ley N° 29946) que “reconoce la potestad de los consumidores de retractarse de la contratación

efectuada mediante el ejercicio del citado derecho en virtud del cual el consumidor, sin expresión de causa, puede renunciar a un contrato celebrado, comunicando su decisión por escrito dentro de los 15 días posteriores a la fecha en que recibió la póliza o una nota de cobertura provisional” (p. 43). Esta errada norma no debería servir de ejemplo ya que es un mal ejemplo y para ello basta leer la sumilla del aludido artículo 41: “prácticas abusivas y derecho de arrepentimiento”. Véase que persiste la equivocada concepción de descalificar a la contratación electrónica *per se*, antes como “método coercitivo”, y ahora como “práctica abusiva”.

La creatividad del Indecopi llega a niveles insospechados cuando indica que “el plazo de 15 días calendario propuestos resultaría aplicable únicamente si el proveedor informó sobre la posibilidad de ejercer dicho derecho”, para inmediatamente agregar que “el hecho que no informe sobre ello al consumidor no impide que este pueda ejercer dicho derecho”. Entonces, para el ejercicio del derecho de arrepentimiento, ¿resulta indispensable o no que el proveedor se lo informe al consumidor? Indecopi dice que sí y que no. Esta “claridad” se agrega a la “innovación” del derecho de arrepentimiento, reciclado de una iniciativa legislativa de hace casi 12 años.

Abogamos por un sistema de protección al consumidor eficiente, libre de prejuicios, que supere conceptos trasnochados donde el empresario es el villano y el consumidor es la víctima, y que más bien

“Entonces, para el ejercicio del derecho de arrepentimiento, ¿resulta indispensable o no que el proveedor se lo informe al consumidor? Indecopi dice que sí y que no. Esta ‘claridad’ se agrega a la ‘innovación’ del derecho de arrepentimiento, reciclado de una iniciativa legislativa de hace casi 12 años”.

regule (no que intervenga) con criterios técnicos y medidas realmente promotoras del mercado (como el arbitraje de consumo y la indemnización a favor del consumidor), considerando el actual modelo económico de economía social de mercado y la participación de los *stakeholders* dentro de la concepción del gobierno corporativo. No se trata de copiar simplemente normas foráneas, ni de ofrecer cobertura normativa al abuso del derecho. El Derecho de Protección al Consumidor tiene aún largo camino por recorrer, y el legislador (y el Indecopi) debe comprender su esencia para que en esta ciencia regule con conciencia.

#### REFERENCIA

Echaiz Moreno, D. (2009). La modernidad con medio siglo de retraso. A propósito de las innovaciones del Código de Consumo. *RAE Jurisprudencia*, (17).