



lus et iustitia

ociedades

Boletín Sanmarquino de Derecho

Marzo 2017

Comentario

- ▶ Carlos Fernández Sessarego,
¿Generación G.I. o Generación Y? (p. 2)

Noticia del mes

- ▶ Los llamados “seguros invisibles”:
10 seguros desconocidos por
la población que se activan al
morir un trabajador (p. 3)

Artículo

- ▶ El problema de la información en los
contratos por adhesión en el Perú (p. 6)

Espacio Procesal

- ▶ El debido proceso inter privados (p. 16)



ENTREVISTA

Dra. ANNALUCÍA FASSON LLOSA (p. 11)

Grupo de Estudios Sociedades - GES



Contenido

CARLOS FERNÁNDEZ SESSAREGO:
¿GENERACIÓN G.I. O GENERACIÓN Y?

PÁGINA 2

LOS LLAMADOS “SEGUROS INVISIBLES”: 10 SEGUROS
DESCONOCIDOS POR LA POBLACIÓN QUE SE ACTIVAN
AL MORIR UN TRABAJADOR

PÁGINA 3

EL PROBLEMA DE LA INFORMACIÓN EN LOS CONTRATOS
POR ADHESIÓN EN EL PERÚ

PÁGINA 6

ENTREVISTA – DRA. ANNALUCÍA FASSON LLOSA

PÁGINA 11

ESPACIO PROCESAL

PÁGINA 16

Comentario

Carlos Fernández Sessarego: ¿Generación G.I. o Generación Y?



J. MARÍA ELENA GUERRA CERRÓN
Docente

La clasificación en generaciones humanas: G.I, Silenciosa, *Baby Boomers*, X, Y o *Millenials*, y Z es interesante e ilustrativa; pueden variar algunas denominaciones, pero hay coincidencia en las características comunes de las personas de determinada edad y época.

A la Generación G.I. pertenecen los que nacieron entre los años 1901 y 1926, y de ellos se dice que vivieron sin televisión y sin medios audiovisuales hasta que apareció la radio. Prefieren la comunicación personal y directa o el medio escrito. Por otro lado, a los que nacieron entre los años 1980 y 2000 se les ubica en la Generación Y o *Milenials*, y son personas que se adaptan fácilmente a los cambios y cuya característica comunicacional es la hiperconexión. No encontramos mucha información sobre la Generación G.I.; a diferencia de varios artículos cuyo contenido se centra en la comparación entre los *BabyBomers*, los *Millenials* y los Z, especialmente en su identificación y desempeño en el ámbito laboral y empresarial y su competitividad.

A propósito del cumpleaños de nuestro estimado Maestro **Carlos Fernández Sessarego** - quien nació en el Callao el 07 de marzo de 1926- decidí hacer una comparación de las características de la Generación G.I. (a la que en teoría pertenece por su edad) y del Maestro que hoy conocemos.

Carlos Fernández Sessarego tiene 92 años de edad- y claro que le gusta el trato personal, le agrada conversar con los estudiantes, y dialogar con profesores y amigos; sin embargo el principal medio de comunicación que tenemos con él es la red social.

Al Maestro lo encontramos en facebook y se describe como profesor universitario peruano de derecho por 63 años y autor de libros y ensayos sobre la materia. Tiene 12.357 seguidores, y no sólo comparte noticias y fotos, sino que difunde videos especialmente elaborados para responder preguntas problema como: ¿La empresa fue siempre sujeto de derecho?, ¿Cuál es el objeto de estudio del Derecho?, ¿Por qué son cuatro y no dos los sujetos de derecho?, ¿Qué lugar ocupa la Responsabilidad Civil dentro del Derecho de Daños?, y ¿Existe el Derecho Natural?, entre otros. Innovando, el Maestro tiene un espacio en el que transmite en vivo y contesta a preguntas que le son formuladas.

Carlos Fernández Sessarego rompe el esquema de la Generación G.I, y más bien es un *Milenial*. Esta forma extraordinaria de ser y de actuar del Maestro, nos permite tenerlo siempre como docente. No tuve el privilegio de ser formada en la universidad por el Maestro Fernández Sessarego, pero le tengo mucho respeto por la científicidad de sus ideas y la firmeza en la exposición de las mismas.



Los llamados “seguros invisibles”: 10 seguros desconocidos por la población que se activan al morir un trabajador¹

Fuente: www.seguros.elcorteingles.es

Escribe: Joseph Milton CALISAYA MAMANI
EEstudiente de 3º año de Derecho de la UNMSM



La vida –definida en su sentido más lato– es todo acto o manifestación primigenia de un ser viviente, desde una perspectiva material y emocional. Vida es toda actividad física que determina la existencia de un individuo². En terminología simplificada, es todo aquello que nace, crece, se desarrolla y muere. La vida, además de ser un estado psico-fisiológico componente del ser humano, es un derecho fundamental que encuentra su fundamento y tutela en diversas normas del ordenamiento jurídico, siendo el más significativo en su enmarcación la Constitución Política del Perú, que en su tenor refiere: “Toda persona tiene

derecho a la vida, a su identidad, a su integridad moral, psíquica y física...” (art. 2, inc.1). En contrapartida a la vida, tenemos a la muerte, que es aquel suceso natural que cesa o da término a la vida. Múltiples pueden ser las causas del cese de la vida, y las reconocidas por nuestro ordenamiento jurídico pueden enumerarse en cerebral (legal), clínica (cesación de la actividad cardiorrespiratoria) y aparente (para ejemplificar, casos de estado vegetativo, electrocución, etc.

En este orden de ideas, siendo la muerte un suceso inevitable, existen ciertos mecanismos de provisión de la vida³ en los que, en opinión de

¹ Tomado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/10-seguros-obligatorios-activan-fallecer-trabajador-son-conocidos-227417> el 02/03/18 a las 18:06 horas.

² VARSÍ ROSPIGLIOSI, Enrique, Derecho de las Personas, Lima: Gaceta Jurídica, 2014. p. 358.

³ PONTES DE MIRANDA, Francisco, Tratado de Direito Privado, Campinas: Bookseller, 2000. p. 42.

PONTES DE MIRANDA, encajarían los seguros de vida.

En el Perú, existen variados seguros imprescindibles y obligatorios que entran a accionar cuando un trabajador sufre un accidente, cae en enfermedad o cesa en su existencia. Muchos de estos son medianamente conocidos o, en el peor de los casos, ignorados en su totalidad por quienes poseen el derecho a su cumplimiento –los titulares– o por los familiares de quien haya fallecido. En la presente noticia pasaremos a reseñar y analizar cuáles son aquellos seguros mal llamados “invisibles” que se activan a la muerte de un trabajador, desde un caso particular, como lo es la muerte por accidente de tránsito.

¿A qué seguros se puede acceder?

Es bastante conocido que los accidentes de tránsito son el “pan de cada día” en nuestra sociedad. Como antecedente más próximo, podemos señalar la tragedia acontecida en el serpentín de Pasamayo, ocurrida hace no más de dos meses atrás⁴. Además de esto, según el informe final publicado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), en nuestro país sucedieron más de 3,500 muertes y 55,000 heridos al año producto de los accidentes de tránsito⁵, cifra muy alarmante, cabe recalcar.

Ante esta situación, es importante identificar los seguros que podrían activarse al fallecer un trabajador que se encuentre en planilla y que pereciera en estas circunstancias, que es señalado en el articulado de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley N° 29783), en su art. 5, inc. e)⁶. Por estas razones, haremos un listado de aquellos seguros que podrían acceder los beneficiarios de quien perdiera la vida en un accidente de tránsito, que podría ascender hasta diez, dependiendo las circunstancias.

a) SOAT. Según se estima, el Seguro Obligatorio

de Accidentes de Tránsito (SOAT), emitido en funcionamiento desde el 01 de julio de 2002, cubre 4 Unidades Impositivas Tributarias (equivalente a S/. 16,600) por la muerte de la persona, ocupante o tercero de un vehículo automotor asegurado, sin importar la causa del accidente. Por gastos de sepelio, los beneficiarios del fallecido podrán cobrar la cifra correspondiente a 1 UIT (equivalente a S/.4150)⁷.

b) Garita de peaje. Los beneficiarios de quien falleciera y haya pagado peaje por usar una determinada autopista, tienen el derecho a ser indemnizados con un monto de US\$2,000.

c) Desgravamen vehicular. El seguro de desgravamen vehicular tiene como finalidad solventar, al momento del fallecimiento del asegurado –o en otros casos, invalidez–, la deuda que este mantenga frente a una entidad financiera⁸. Por esta razón, en caso el titular fallecido por accidente de tránsito haya mantenido una obligación dineraria con alguna compañía financiera, el monto pendiente a pagarse será cubierto por el seguro de desgravamen.

d) Desgravamen tarjeta de crédito. Similar al caso anterior, éste tiene por objeto pagar la deuda mantenida por el titular de la tarjeta de crédito al momento de su fallecimiento.

e) Desgravamen hipotecario. Si la persona venía pagando un crédito hipotecario para la adquisición de una vivienda fallece, el seguro de desgravamen hipotecario cubrirá el total de la deuda pendiente.

f) EsSalud. El monto que reciben los beneficiarios por los gastos de servicios funerarios por la muerte de un asegurado regular titular (activo y pensionista) tiene un monto máximo de

⁴ Redacción Multimedia. “Tragedia en Pasamayo: PNP da cifra final de 52 fallecidos en accidente”. En:

<https://diariocorreo.pe/edicion/lima/accidente-pasamayo-marea-alta-labores-de-rescate-795129/> visitado el 20/03/18 a las 10:11 horas.

⁵ Ministerio de Economía y Finanzas. “Informe Final: Presupuesto Público Evaluado: Sistema de control en garitas de peaje: Tolerancia Cero”, p. 65. Descargado de: https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/ppr/eval_indep/2009_tolerancia_cero.pdf visitado el 02/03/18 a las 19:07 horas

⁶ Municipalidad de Lima. “Ley 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo”, p. 4. Descargado de:

http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/Seguridad-Salud-en-el-Trabajo/Ley%2029783%20_%20Ley%20de%20Seguridad%20y%20Salud%20en%20el%20Trabajo.pdf visitado el 20/03/18 a las 10:26 horas.

⁷ Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito. “¿Qué es el SOAT?”. En: <http://www.soat.com.pe/sobreelsoat.html> visitado el 20/03/18 a las 10:16 horas.

⁸ El Comercio. “¿Qué es y para qué sirve un seguro de desgravamen?”. En: <https://elcomercio.pe/economia/personal/sirve-seguro-desgravamen-316997> visitado el 20/03/18 a las 10:15 horas.

⁹ EsSalud. “Prestación por sepelio”. En: <http://www.essalud.gob.pe/sepelio/> visitado el 20/03/18 a las 10:14 horas.

S/. 2,070⁹.

g) AFP. Aquellos beneficiarios a las AFP cuentan con un seguro de sobrevivencia y una indemnización por sepelio que concurren en el caso de ocurrir el fallecimiento del titular.

h) EPS. En caso de optar por las EPS (Entidades Prestadoras de Salud), los beneficiarios recibirán una cobertura de entre US\$ 50,000 a US\$ 100,000¹⁰.

i) Vida Ley. Establecido en la Ley de Consolidación de Beneficios Sociales (Decreto Legislativo N° 688), es un seguro con carácter obligatorio dado por el empleador a todos aquellos trabajadores que hayan cumplido cuatro años de trabajo al servicio del mismo, aunque éste puede facultativamente tomar el seguro a partir de los tres meses de servicios del trabajador¹¹. Origina un resarcimiento –a los beneficiarios– de 32 sueldos en caso de muerte accidental y 16 sueldos en caso de muerte natural.

j) Seguro por trabajo de alto riesgo. Como su mismo nombre lo indica, en ciertas ocasiones la labor de los trabajadores en ciertas empresas

implica un peligro en su accionar –industrias mineras, de construcción, para ejemplificar–. Para estos casos, las empresas están obligadas a contratar el Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) que, en caso de fallecimiento del operario de las empresas categorizadas anteriormente, los beneficiarios recibirán una pensión de sobrevivencia acorde al sueldo mensual del asegurado.

A manera de conclusión

Podemos asegurar que las coberturas hechas por las distintas aseguradoras pueden ser desconocidas o ignoradas por gran parte de la población proletaria en nuestro país. Casos como el reseñado en la Casación 11046-2015¹² que, aunque presentó una solución al problema presentado, demuestran la falta de información por parte de los sectores anteriormente mencionados. Sin duda alguna, es necesario crear programas de asesoramiento para advertir a la población sobre los beneficios que solventarían a sus adjudicatarios en caso éstos sufran un siniestro (invalidéz o fallecimiento), o en todo caso, a sus beneficiarios.

¹⁰ Op. Cit.

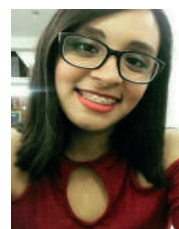
¹¹ Congreso de la República del Perú. “Ley de Consolidación de Beneficios Sociales”, p.2. Descargado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/5D229A9A43AA86F505257E26005E43D8/\\$FILE/1_DECRETO_LEGISLATIVO_688_05_11_1991.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/5D229A9A43AA86F505257E26005E43D8/$FILE/1_DECRETO_LEGISLATIVO_688_05_11_1991.pdf) visitado el 02/03/18 a las 19:32 horas.

¹² Legis.pe. “Casación 11046-2015, Lima: Falta de contrato de seguro entre empleador y ONP no impide pago de renta vitalicia por accidente laboral (precedente vinculante)”. En: <http://legis.pe/casacion-11046-2015-lima-contrato-seguro-empleador-onp-pago-renta-vitalicia-por-accidente-laboral-precedente-vinculante/> visitado el 20/03/18 a las 10:13 horas.



El problema de la información en los contratos por adhesión en el Perú

Fuente: <http://blog.prosegur.com.pe/6-cuidados-que-debes-considerar-antes-de-firmar-un-documento-contractual/>



Escribe: Carol GRIMALDO SANCHEZ
Estudiante de 2º año de Derecho de la UNMSM

I. Introducción

Los contratos por adhesión... ¿un problema? Mucho se habla de este tipo de contratación, que es buena y eficaz además de rápida o que es mala y desigual. La realidad es que, tomando cualquier postura de las indicadas anteriormente, este tipo de contratación es usada por la mayoría de las empresas en la actualidad ya que la producción de bienes y servicios, por efectos de la oferta y la demanda, vienen en masas, es decir, el número de consumidores es muy alto y si una empresa quiere aprovechar esa alta demanda, tiene que agilizar y dinamizar los procesos de contratación. Aquí es donde entran los contratos por

adhesión, los cuales presentan un ahorro de tiempo y dinero tanto para el proveedor, como para el consumidor. Pero entonces, ¿dónde está el problema? el problema aparece cuando se toma en cuenta que existe una parte más fuerte que la otra, que sabe más acerca del producto y que pretende aprovechar este conocimiento a su favor y en desventaja de la otra parte. Cabe decir, por lo expuesto, que así como con el paso del tiempo ha ido aumentando la implementación de estos contratos, también han aumentado los riesgos o daños que pueden sufrir los consumidores por los problemas que estos mismos presentan, y el problema que se

quiere explicar en este texto es el más común y perjudicial de todos, el problema de la Información.

En nuestro país, desde que este fenómeno llegó con los avances de la producción, se han creado leyes y normas que regulen estos problemas y con el paso de los años se han ido especializando hasta el punto de crearse organismos que tienen sus propias leyes, sus propias normas, para sectores determinados, ya sea el sector bancario, de telecomunicaciones, de servicios básicos, transportes, etc. Y son precisamente estos puntos los que se desarrollaran en este trabajo.

II. Derechos del consumidor en el Perú

Para iniciar, se podría decir que estos derechos son un instrumento muy importante en la economía social de mercado, de cuyo buen funcionamiento depende el desarrollo correcto de la libertad de elección y el trato justo y equitativo en las relaciones económicas.

En los últimos años este tema ha evolucionado poco a poco y sigue haciéndolo con la finalidad de poder perfeccionarse para satisfacer y regular todas las situaciones donde potencialmente se podrían vulnerar los derechos de los consumidores y su correcta solución.

Como bien dicen algunos reconocidos autores peruanos: "Es antigua la protección de los derechos del consumidor en la adquisición de bienes y servicios, pero es novísima la adopción de una política global de protección de esos derechos impulsada por las nuevas circunstancias sociales y económicas que vemos en nuestra realidad actual"¹.

2.1 Antecedentes y Evolución

En el Perú, antes de la promulgación del "Código de protección y defensa del consumidor", se crearon cuerpos normativos para regular todo aquello referente a la protección de los consumidores. Con el paso de los años, cada una de estas normativas fue evolucionando con el fin de cumplir su deber de lograr una eficiente resolución de los conflictos que pueden surgir en este ámbito de la ley.

Debemos indicar también un punto importante

y es sobre su evolución, ya que actualmente hay un mayor interés por parte del derecho constitucional por inmiscuirse en el estudio y análisis de materias propias de otras disciplinas o áreas del derecho; por esto, conviene resaltar que, en el tema de las relaciones entre proveedores y consumidores, el Estado (quien normalmente tiene un rol neutral) asume un rol protector a favor de uno de los extremos de aquella relación de consumo².

2.2 Regulación

Antes de empezar a mencionar qué normas u organismos regulan los derechos de los consumidores, es importante mencionar cuáles son estos derechos que se quieren tutelar, existen los llamados derechos fundamentales del consumidor, que no son más que los derechos vinculados con el rol que ocupa el consumidor como sujeto activo del mercado.

Son derechos cuyo goce y garantía dependen exclusivamente del papel que le corresponde desarrollar al Estado como garante y custodio.

Entre estos derechos se encuentran:

- Derecho al acceso al mercado
- Derecho a la libertad de elección
- Derecho a recibir trato equitativo y digno
- Derecho a la educación³

Ahora bien, se sabe que existe una serie de normas que con el paso de los años han ido creándose en pro de una mejor regulación de estos derechos, pero las normas fundamentales que sirven de guía ante cualquier situación son el Código de Protección y Defensa del Consumidor, publicado en el 2010 y considerado como una norma integradora, un punto de inicio para el conocimiento correcto de los derechos que gozan los consumidores y cómo ejercerlos; y la Constitución Política de 1993, el cual posee uno de los aspectos más innovadores como es precisamente la declaración de que el Estado defiende los intereses de los consumidores y usuarios en su artículo 65.

Además de estas normativas, es necesario que existan organismos capaces de regular y tutelar estos derechos, regidos bajo las normativas ya mencionadas, pero también con su propio ordenamiento, a fin de llevar un mejor control de

¹ SORIANO TORRES VASQUEZ, Anibal, Contratación Masiva: Protección al Consumidor. Lima: MOTIVENSA S.R.L. 2009, Pag 28.

² CANALES, Jose. DONAYRE, Cristian. MARTIN, Richard. MARTINEZ, Juan. TASSANO, Herbert. PRAECEPTUM N°3. Lima: INDECOPI, 2015. PAG.

³ CORDOVA CUTIPA, Yris. Cláusulas Generales de Contratación en el Perú

las situaciones que potencialmente podrían perjudicar a los consumidores. En el Perú, estos organismos son:

- Indecopi
- Osiptel
- Osinergmin
- Sunass
- Ositran
- Susalud

Cada uno con una jurisdicción diferente, pero bajo el mismo objetivo que es hacer respetar los derechos de los consumidores y velar por un buen funcionamiento del mercado, libre y justo para todos.

III. Contratos por adhesión

3.1 Antecedentes

Los contratos por adhesión nacieron con el progreso de la industria, los nuevos inventos, nuevas fuentes de energía y también con el aumento de la población, la cual tuvo un fuerte impacto en la producción de bienes y servicios, por la oferta y la demanda, por ello, la nueva sociedad que se estaba formando tenía nuevas necesidades que pronto las empresas quisieron cubrir. Ante esta situación, se necesitó hacer una modificación en la forma de contratar, ya no podía seguirse pactando uno a uno con cada cliente, puesto que esta acción, además de retrasar considerablemente la producción de los bienes, generaba un costo de producción que pronto quisieron eliminar. Es así que nacieron los contratos en masa o por adhesión, en los cuales se ha suprimido la negociación contractual mediante ofertas y contra ofertas, porque imposibilitaban la celebración de contratos en serie y con rapidez; además, determinan que la empresa productora expendía los mismos bienes o servicios en términos y condiciones diferentes para cada uno de sus clientes⁴.

3.2 Definición legislativa

Según el art. 1390 del Código Civil: "El contrato es por adhesión cuando una de las partes, colocada en la alternativa de aceptar o rechazar íntegramente las estipulaciones fijadas por la otra parte, declara su voluntad de aceptar".

Se podría decir que, en estos contratos el

contenido no es el resultado de la negociación, sino de la predisposición unilateral de la parte fuerte que goza del poder de redactar el formulario o las cláusulas generales; el adherente es la parte débil que, privada de su libertad contractual se somete a la voluntad de la parte fuerte para poder contratar⁵.

3.3 Características

Podemos expresar 5 características importantes en los contratos por adhesión:

a) Es redactado previamente por una de las partes, normalmente el proveedor o conjunto de proveedores, como un texto contractual estándar y su contenido no surge de una negociación con el cliente sino como un modelo o formulario dirigido a un indeterminado número de clientes.

b) Este texto contractual es impuesto a todos los consumidores que tengan la voluntad de adquirir los bienes o servicios ofrecidos de esta manera. No hay posibilidad de discutir las cláusulas estipuladas en el contenido.

c) Los destinatarios carecen de libertad contractual, tienen solo la opción de aceptar totalmente o rechazar el texto predispuesto. perfeccionan el contrato aceptando todo el contenido del contrato tal y como es presentado.

d) El proveedor que predispone el texto puede ser un empresario o un no empresario, el destinatario es indeterminado puesto que el contrato se ofrece al público en general.

e) El contenido del formulario debe ser conocible, a pesar de que no afecta la validez y eficacia del contrato el hecho de que el consumidor no conozca algunas estipulaciones.

IV. Usos del contrato por adhesión a nivel nacional

En el Perú, los contratos por adhesión se celebran todos los días y de diversas formas, los ámbitos más comunes son 3:

4.1 En el sistema bancario

En este ámbito, los contratos por adhesión se ven cuando un cliente adquiere una tarjeta de crédito, débito, abre una cuenta corriente, solicita un préstamo, etc.

⁴ TORRES VASQUEZ, Aníbal, Contratación Masiva: Protección al Consumidor. Lima: Motivensa S.R.L. 2009, pág. 27.

⁵ TORRES VASQUEZ, Aníbal, Contratación Masiva: Protección al Consumidor. Lima: MOTIVENSA S.R.L. 2009, pág. 15.

4.2 En las pólizas de seguro

Aquí, se hace un contrato en el que las aseguradoras se comprometen a resarcir el daño o a pagar una suma de dinero si ocurre un evento establecido en el mismo y, el contratante o asegurado de pagar una prima con el fin de estar protegido.

4.3 En el servicio de telefonía

Quizá el servicio más utilizado en los últimos años. En estos contratos la empresa emite en un formulario tipo la oferta del servicio y el interesado debe completar este mismo con sus datos y su capacidad para cumplir con las obligaciones a asumir.

En todas las diversas áreas de la economía, las empresas han predispuesto los términos de la contratación a través de una serie de cláusulas, que no admiten discusión o negociación alguna por parte del adherente con la empresa.

V. Defectos en los contratos por adhesión

Si bien es cierto que el contrato por adhesión presenta muchas ventajas tanto para la empresa como para el consumidor, no podemos ignorar que también tiene gruesos errores que traen problemas y perjuicios, principalmente a los consumidores cuando por negligencia de la empresa o de ellos mismos, no se tiene pleno conocimiento de lo que se está firmando.

El defecto de mayor relevancia que presenta este tipo de contratación es que al eliminar la capacidad negocial del adherente, permite con frecuencia que el predisponente o proveedor utilice cláusulas técnicas, ambiguas o vejatorias que el adherente no puede o no tiene el tiempo necesario para leer, lo cual hace caber la posibilidad de que se cometan abusos.

Normalmente las grandes empresas cuentan con asesoramiento que les permite conocer el sentido y alcance de las estipulaciones, pero los consumidores del público en general no cuentan con este asesoramiento por lo que les resulta más difícil detectar lo desventajoso que podría ser el contrato.

De aquí también se deslinda el problema central que pretendemos explicar, es el de la información, el cual se presenta no solo en el caso del conocimiento de las cláusulas en el contenido contractual, sino también en el producto o servicio por el que se está contratando.

El primer elemento que prima en el contrato por adhesión es el manejo de una información respecto al producto o servicio que se caracteriza por ser desigual: el proveedor posee más información y el consumidor posee menos información. Ha dicho desequilibrio se le denomina asimetría informativa⁶.

5.1 Asimetría Informativa

El punto central aquí es que la información que tienen las partes no es solo imperfecta sino también es desigual. Los proveedores debido a su experiencia en el mercado, tienen una mayor información sobre los productos y servicios que venden, lo que puede traer como consecuencia una distorsión del funcionamiento del mercado, en razón que se encuentra en una mejor posición para tomar precauciones sobre las condiciones que puede ofrecer un bien o servicio idóneo⁷.

Los consumidores exigen a las empresas que utilicen estos contratos un “deber de información”, que no es más que el derecho de estos a obtener los elementos necesarios para poder tomar decisiones o hacer posibles elecciones favorables a sus intereses y tener una conducta responsable en materia de consumo para proteger sus derechos económicos, personales y sociales⁸.

Este deber de información se considera como una obligación de poner en conocimiento de los consumidores toda la información relevante para una buena decisión de consumo y el correcto uso de los bienes adquiridos, además, para poder determinar si esta información es la adecuada, debe cumplir con 3 requisitos: ser veraz, suficiente (o adecuada) y oportuna⁹.

En términos económicos, la asimetría informativa genera costos de transacción en el

⁵ TORRES VASQUEZ, Aníbal, Contratación Masiva: Protección al Consumidor. Lima: MOTIVENSA S.R.L. 2009, pág. 15.

⁶ RODRIGUEZ CHAVEZ, Reyler Yulfo. Tutela del consumidor contra Cláusulas Abusivas. Lima. Revista Del Poder Judicial, 2014. pag.3

⁷ MONTOYA MANFREDI, Ulises. Derecho Comercial. Tomo I: Parte General Del Derecho Comercial. Lima: Grijley, 2003, pág. 606

⁸ CORDOVA CUTIPA, Yris. Cláusulas Generales de Contratación en el Perú y su relación con el Estado de desprotección de los Derechos del Consumidor. Lima: UNMSM 2012, pág. 38.

⁹ CORDOVA CUTIPA, Yris. Cláusulas Generales de Contratación en el Perú y su relación con el Estado de desprotección de los Derechos del Consumidor. Lima: UNMSM 2012, pág. 38.

mercado, los cuales deben entenderse como aquellos en los que las partes deben incurrir para llegar a celebrar un contrato que satisfaga de la mejor manera posible sus intereses, tendiendo así a maximizar la utilidad social¹⁰.

VI. Conclusiones

odrían darse tres puntos concretos como conclusiones de este artículo:

a) Los contratos por adhesión, cumplen principalmente una función ahorrativa en el proceso de contratación por su forma dinámica y siempre una de las dos partes será la que goce de mayor poder, debido a que solo esta podrá redactar el contenido del formulario que presentará ante la otra parte.

b) El problema de la información es un problema en el cual se ve en desventaja la parte más débil del contrato, y que se encuentra en la mayoría de

los contratos por adhesión, si no es todos. En estas situaciones las empresas, en su mayoría, aprovechan el asesoramiento que reciben o el conocimiento en general que tienen del producto o servicio que brindarán para no responsabilizarse de alguna acción o simplemente para generar mayores beneficios a ellos mismos en perjuicio de los usuarios.

c) La protección a los derechos del consumidor, viene tratándose desde hace ya varios años, pero recién en esta última década se le ha puesto mayor énfasis y se están tomando políticas generales por parte del Estado para tutelarlos de forma más eficiente. Desde la constitución hasta las normas más específicas de un organismo especializado en un sector determinado se viene trabajando en pro de estos derechos, para evitar conflictos y que las relaciones económicas se lleven a cabo de la mejor y más justa manera posible.

VII. Referencias

- CANALES, José y Otros.
2015 PRAECEPTUM: Experiencias de políticas públicas. Número 3. Lima: INDECOPI
- CORDOVA CUTIPA, Yris
2012 Clausulas generales de contratación en el Perú y su relación con el estado de desprotección de los derechos del consumidor. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho con mención en Derecho Civil y Comercial. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Derecho y Ciencia Política, Escuela de Post-Grado.
- FARINA, Juan María
1999 Contratos Comerciales Modernos. 2da edición. Buenos Aires: ASTREA
- MONTOYA MANFREDI, Ulises.
2003 Derecho Comercial. Tomo I: Parte General del Derecho Comercial. Lima: GRIJLEY.
- RODRIGUEZ CHAVEZ, Reyler
2014 Tutela del consumidor contra las cláusulas abusivas. Revista Oficial del Poder Judicial. Lima, vol. 6, n°9, pag. 245-289.
- TORRES VASQUEZ, Aníbal
2009 Contratación Masiva: Protección al consumidor. Lima: MOTIVENSA SLR.

¹⁰ CORDOVA CUTIPA, Yris. Cláusulas Generales de Contratación en el Perú y su relación con el Estado de desprotección de los Derechos del Consumidor. Lima: UNMSM 2012, pág. 38.



ENTREVISTA – Annalucía Fasson Llosa

Este mes Sociedades (S) tuvo la oportunidad de entrevistar a la Dra. Annalucía Fasson Llosa (AF) socia del área corporativa y jefe del área de Derecho de la Moda y Retail de Muñiz, Olaya, Meléndez, Castro, Ono & Abogados. En esta interesante entrevista nos comenta de sus inicios en el Derecho, de su experiencia profesional en diversos campos del Derecho y de su incursión en el Derecho de la Moda

S: Usted es abogada por la Universidad de Lima, ¿qué la motivó a estudiar Derecho?

AF: La justicia. Cuando estaba en el colegio yo solía defender a mis compañeros de la injusticia, a los que no podían defender sus derechos por sí mismos. Años más tarde, en la universidad, me di cuenta que en el Derecho no siempre gana la justicia, sino el que tiene los mejores medios probatorios para defender su posición. Si bien la justicia es un ideal, ya cuando empiezas a estudiar la carrera te das cuenta que no siempre va a ganar el que tiene la razón o el que es inocente sino el que puede demostrarlo.

Mi decisión de estudiar Derecho fue acertada, dado que el Derecho es una de las carreras más completas que pueda haber. Es una carrera muy versátil y especialmente multidisciplinaria; algo de lo que muy pocas carreras podrían jactarse, porque, incluso egresando, puedes

desempeñarte en varios campos como gerente general, gerente de finanzas o cargos de dirección en general; dependiendo sobre todo como puedas enfocar tu carrera.

Creo que ahora es muy importante para un abogado ser Go-to-lawyer; es decir, no solo limitarse al ámbito jurídico, sino que se debe conocer el negocio al que está enfocado, entender el sector para ofrecer a tu cliente un servicio integral y más eficiente; si no conoces cómo funciona el negocio en el que estás trabajando, entonces tu asesoría legal es superficial, una que no cumplirá a cabalidad los intereses de tus clientes y que probablemente no llegue a satisfacer sus expectativas. Actualmente, para que seas competitivo en el mercado, debes conocer qué cláusulas negociar, cómo piensan los actores que intervienen en este sector, sus necesidades, es decir, tener un enfoque más integral; si no sabes cómo se mueve el sector

entonces puedes agregar cláusulas innecesarias o eliminar otras que son de vital importancia, lo que resultaría costoso tanto en tiempo como en dinero para tu cliente.

Justamente en esto estriba el Derecho de la Moda: en proporcionar servicios legales especializados y dirigidos al sector moda y textil, pero desde una perspectiva integral, abordando todas las contingencias en el ámbito legal, que el cliente tendría que superar para llevar a cabo su actividad, minimizando sus riesgos y obteniendo la mayor eficiencia posible.

S: Mencionó que sus primeras inquietudes del Derecho se remontan a la Facultad de la Universidad de Lima y sus estudios de maestría en la Universidad ESAN; durante la universidad, ¿realizó algún tipo de actividad adicional a los estudios?, ¿cómo vivió su época universitaria de pregrado?

AF: En universidad participé como representante estudiantil en el Consejo de Facultad de Derecho, fui miembro de la revista De Iure así como del primer portal de Derecho Peruano en Internet (vlex.com). Siempre estuve involucrada en este tipo de actividades extracurriculares que de alguna u otra manera también aporta a la carrera. Si bien los estudios son teóricos, el Derecho al momento de ejercerlo, se vuelve práctico. Al cliente no le interesa cuanta teoría sepas, sino la respuesta: su aplicación práctica. El artículo, la teoría o el autor del libro eso es asunto de los abogados, al cliente le interesa que le soluciones sus problemas y le absuelvas sus consultas.

Durante la universidad estuve interesada en varios campos en pro de la justicia como el tema diplomático y de relaciones internacionales; sin embargo, poco a poco me fui inclinando por el mundo de los negocios y me interesó tanto que empecé a practicar en el Estudio Muñiz a los 19 años viendo Derecho Tributario sin haberlo llevado aún en la facultad. Ello fue un reto, pero me encantó y es ahí donde marqué una diferencia y decidí enfocar mi carrera hacia el ámbito empresarial. Yo pensé que me iba a especializar en Derecho Tributario, incluso sustenté mi grado con un expediente tributario, pero el destino tenía pensado para mí que me especializara en otras ramas del Derecho.

S: Uno de los aspectos que cabe resaltar en su perfil profesional es el hecho de su formación en diversas ramas jurídicas tales como el Derecho de la Construcción, el Derecho Corporativo, el Derecho Tributario, el Derecho Financiero, de Mercado de Valores y en otras ramas ¿Qué fue lo que permitió poder desempeñarse en tantas disciplinas jurídicas distintas? ¿Cómo esto permitió que usted se desenvuelva en el Derecho de la Moda?

AF: Bueno, a mí me encantan los retos y el hecho de haberme involucrado en el Derecho Tributario desde una edad tan temprana en el estudio Muñiz lo demuestra, luego, mi jefe, Mauricio Olaya, vio en mí la capacidad para destacarme en el grupo Wiese, especialmente para el proyecto del Centro Comercial Mega Plaza. Recuerdo vívidamente cuando él habló conmigo, justo cuando yo había acabado mi carrera, recién me había titulado y colegiado; y él me dijo que iban a desarrollar un nuevo proyecto llamado Mega Plaza, yo solo tenía experiencia en tributario y mis conocimientos de la universidad; pero me embarqué en este reto y empecé en enero del año 2003. Tuve prácticamente que empezar de cero, crear los procesos y procedimiento legales dentro del centro comercial. En esa empresa aprendí de primera mano el negocio del retail viendo tantos temas diversos que me sirvieron no solamente para manejar legalmente un centro comercial, sino que años después me sirvió para abrir el área de Derecho de la Moda y retail en el Estudio Muñiz. El desarrollo del Centro Comercial Mega Plaza fue una apuesta en donde, fui testigo, nos cerraron al principio muchas puertas. Los bancos no creían en el proyecto debido a la incertidumbre de que se iba a desarrollar en una zona considerada industrial y lejana. Sin embargo, la realidad fue que se superaron todas las expectativas, y así como el centro comercial creció, yo crecí. De 25 operadores que había al inicio, se convirtieron en 200, tuvimos que manejar muchos contratos de arrendamiento y/o usufructo con distinto locatarios y tiendas ancla.

Por esto y por muchas cosas más le tengo mucho cariño al proyecto de Mega Plaza pues marcó un antes y un después en el mundo del retail peruano y en mi carrera y me siento muy orgullosa de haber pertenecido a éste. Muchos



de los contratos de centros comerciales en la actualidad llevan las cláusulas que en su momento yo redacté para los contratos en el proyecto Mega Plaza.

Posterior a estas primeras experiencias, cuando estaba en el Mega Plaza en el 2005, me comunicaron que se iba a financiar la ampliación del centro comercial y que iba a liderar al equipo para lanzar una emisión de bonos de 30 millones de dólares. Yo no había practicado en Derecho del Mercado de Valores pero había llevado el curso con el gran Rafael Alcázar. Acepté el reto y luego de casi dos años de negociación se lanzó la emisión de bonos. Después me encargaron que sea representante bursátil de la compañía y fue ahí donde aprendí todo sobre mercado de valores porque yo lo ejercía diariamente. Recuerdo que iba a las capacitaciones de la SMV y a su vez comencé a investigar al respecto.

Luego con la emisión de bonos me gustó el tema financiero y decidí postular y hacer la maestría de Finanzas y Derecho Corporativo de la Universidad ESAN. Me gradué con honores y se me presentó la oportunidad de ser jefa de finanzas en Menorca Inversiones. Así que decidí asumir el reto. En la época que trabajé en Menorca, salió la Norma de Prevención Contra el

Lavado de Activos. Entonces como yo era la jefa de finanzas tenía que apoyar al gerente. Ello propició a que estudie todo lo referido a la prevención de lavado de activos, pues además estaba presente el riesgo de una fiscalización de la SBS.

El tema financiero me gustó, pero sentí después que no era lo mío. Fue en ese momento que se me presentó la oportunidad de trabajar en el área legal de Rímac Seguros. Me dije: “¿Ahora qué hago, yo no sé nada de seguros?” pero asumí el reto y luego investigué y empecé a estudiar seguros en el Instituto de Formación Bancaria. En Rímac Seguros se me presentó la oportunidad de asesorar legalmente en temas de real estate, específicamente en Derecho de la Construcción, teniendo la oportunidad de participar como asesora legal en varios contratos de obra y en temas financieros dado el rol de Rímac Seguros como inversionista institucional así como también en temas de responsabilidad social, publicitarios, seguros, entre otros.

Asimismo, cuando trabajaba en Rímac Seguros por el año 2014, Mauricio Olaya me llamó para decirme que se ha abierto una vacante en el área corporativa del Estudio Muñiz y decidí regresar y fue en ese momento que investigando sobre mi área de especialización de retail, encontré en Internet que en el mundo había una nueva especialización que era Fashion Law. Yo lo leí y dije: “¡Esto es para mí!” Fue algo increíble porque lo sentí. Así fue como tuve la idea de implementar esta nueva área en el Estudio Muñiz, que se caracteriza por la sectorización. Luego me fui a estudiar la especialización de Fashion Law en el Instituto de Fashion Law de la Universidad de Fordham en New York (2015).

Cuando regresé del curso, en el Estudio Muñiz elaboramos la estrategia para implementar el Derecho de la Moda y Retail en el Perú y es así como hicimos historia en nuestro país, porque somos el primer estudio jurídico en el Perú que la tiene y a nivel de Sudamérica, somos uno de los primeros. Los pioneros en Sudamérica radican en Brasil, luego en Argentina, después pasó a Chile y ahora lo tenemos en el Perú.

Actualmente, como socia en el Estudio Muñiz,

asesoro a los clientes en temas corporativos y específicamente a los sectores de Real Estate (Derecho de la Construcción), Retail, Moda y Textil.

S: ¿Cómo debemos entender el Derecho de la Moda?

AF: Primero debemos definir qué es moda, la cual no sólo abarca ropa sino también calzado, cosméticos, joyería, perfumes y también todo lo que es decoración y accesorios en general tales como carteras, lentes, chالinas, correas, entre otros.

Entonces ser un fashion lawyer es resolver problemas que se presentan en esta industria y lo que se brinda es una asesoría integral teniendo como factor fundamental el conocimiento del negocio, y comprendiendo toda la cadena productiva, desde la conceptualización del diseño, pasando por la fabricación, distribución, comercialización y promoción hasta que el producto se exhiba en las vitrinas de las tiendas y termine en el closet del cliente.

Los especialistas en Derecho de la Moda pueden asesorar a una amplia gama de empresas de las actividades de confecciones, centros comerciales, joyería, calzado, fashion retail, muebles, perfumería, cosméticos, exportadores e importadores, productores o distribuidores, diseñadores, agencias de modelos, etc.

Entre los temas de asesoría legal en Derecho de la Moda se encuentran las modalidades de contratación de personal; la protección del derecho de autor de sus creaciones; el tratamiento tributario de un intangible, la política de descuentos o el tratamiento de inventarios, la implementación y/o baja de las temporadas de colecciones; entre otros.

No menos importantes son los temas relacionados con la expansión del negocio como mantener la titularidad sobre una marca; las formas de realizar franquicias; la designación y contratación de distribuidores; la implementación de un centro comercial, el desarrollo de sus campañas publicitarias y su organización interna o la negociación de los

contratos de arrendamiento y servicios con diferentes operadores; las modalidades de apalancamiento para atraer a nuevos inversionistas; entre otros.

S: ¿Usted considera que la moda puede convertirse como el boom de la gastronomía?

AF: Estoy convencida de ello: así como existe el boom gastronómico, ya se está dando el boom de la moda.

En el Perú el talento sobra, y si ese talento tiene a la fecha la oportunidad de estudiar y profesionalizarse, yo soy testigo de ello dado que enseñé Derecho de la Moda y Derecho Comercial en un instituto de moda y eso conviene no solo al sector, sino a todos los peruanos porque mientras más ingresos se genere, mayor será el beneficio para nuestra sociedad.

Creo que el Estado podría fijarse más en la moda, se pueden pensar normas para promover al sector, como las hay para otros sectores tales como la construcción, la minería, etc.

S: ¿Cree usted que el Estado se debería fijar en el sector de la moda?

AF: En mi opinión sí le importa, pero creo que aún la moda todavía no es considerada como un sector rentable sino que creen que se trata de algo superficial y banal, sin embargo, esta industria mueve millones de dólares al año y es tan rentable como otros sectores y que podría crecer enormemente con políticas adecuadas que la promuevan.

S: Para finalizar, nos podría transmitir un mensaje para nuestros lectores sobre cómo poder adentrarnos en el Derecho de la Moda y poder investigarlo dado que usted es una pionera.

Bueno, lo que yo podría aconsejar a las personas, y no solo a las que estudian Derecho, es que sigan sus sueños, que cumplan sus metas y que no se desanimen nunca. En la vida se presentan muchos obstáculos y en muchos casos uno de repente se detiene y, creo que en realidad, lo que debería pasar es que uno debe seguir

adelante superando esos problemas hasta alcanzar lo que se propone.

En mi caso, si bien es cierto soy la primera abogada en el Perú en incursionar en estos temas, lo cual ha sido y sigue siendo un reto, ya no soy la única. Y eso me hace notar que no me equivoqué. Quizás me muera mañana, pero me quedará la consciencia tranquila de que contribuí con mi granito de arena, no solamente en el Derecho porque abrí un campo distinto en el Perú, sino también a toda la gente que se dedica a la industria de la moda y textil que de una u otra manera han estado aislados. Yo fui la primera abogada peruana en notar que verdaderamente necesitan de nuestra asesoría legal, y que ahora poco a poco saben que los fashion lawyers estamos para poder ayudarlos y apoyarlos legalmente para que crezcan sus negocios.



Docente - asesora:

Dra. María Elena Guerra Cerrón

Coordinador:

Manuel de Jesús Acosta Delgado

Grupo de Estudios SOCIEDADES -GES:

Coordinador: Ayrton Alexis Gonzáles Ibarguen

Asistentes:

Nahomy Rojas Hidalgo

Judith Daisy Laurente Bellido

Juan Fernando Viveros Zárate

Erick Córdova Quispe

Aldo Bryam Zuñiga Zuñiga

Teléfono: (+51) (01) 376-5192

e-mail: sociedades.perú@gmail.com

Facebook: Boletín Sociedades

Blog: <https://boletinsociedades.com/>
Perú - 2018

ESPACIO PROCESAL

La garantía del debido proceso corporativo o debido proceso interprivatos es exigible en los procedimientos que se realicen al interior de personas jurídicas con propósito económico o personas jurídicas sin fines de lucro.

Exp. N° 4241-2004-AA/TC, Lima, 10/03/2005

“6. El debido proceso inter privados

El derecho fundamental al debido proceso es un derecho que está previsto en la Constitución Política del Perú de 1993, la cual señala (artículo 139, inciso 3) que “son principios y derechos de la función jurisdiccional [...] la observancia del debido proceso [...]”.

Una interpretación literal de esta disposición constitucional podría llevar a afirmar que el debido proceso se circunscribe estrictamente a los procesos de naturaleza jurisdiccional. Sin embargo, una interpretación en ese sentido no es correcta. El derecho fundamental al debido proceso es un derecho que ha de ser observado en todo tipo de procesos y procedimientos, cualquiera que fuese su naturaleza. Ello es así en la medida en que el principio de interdicción de la arbitrariedad es un principio inherente a los postulados esenciales de un Estado constitucional democrático y a los principios y valores que la propia Constitución incorpora.

De ahí que sea una verdad de Perogrullo decir que el debido proceso se aplica también a las *relaciones inter privados* pues, **que las asociaciones sean personas jurídicas de Derecho Privado, no quiere decir que no estén sujetas a los principios, valores y disposiciones constitucionales;** por el contrario, como cualquier ciudadano o institución (pública o privada), tienen la obligación de respetarlas, más aún cuando se ejerce la potestad disciplinaria sancionadora.

En tal sentido, las asociaciones no están dispensadas de observar el estricto respeto del derecho fundamental al debido proceso, sea en sus manifestaciones de derecho de defensa, doble instancia, motivación resolutoria u otro atributo fundamental, debiéndolo incorporar a la naturaleza especial del proceso particular que hubiesen establecido, a efectos de garantizar un adecuado ejercicio de la facultad sancionadora que poseen (Exp. N° 1461-2004-AA/TC).”

