



Sociedades

Boletín Jurídico Enfoque Multidisciplinario

Septiembre 2021

Comentario

- ▶ Transformación digital: El mayor desafío de los negocios

p. 3

Noticia del mes

- ▶ 60,000 mypes ya cuentan con certificado digital tributario para la emisión de comprobantes de pago

p. 4

Artículos

- ▶ Inflación y proyecciones económicas en la nueva normalidad

p. 6

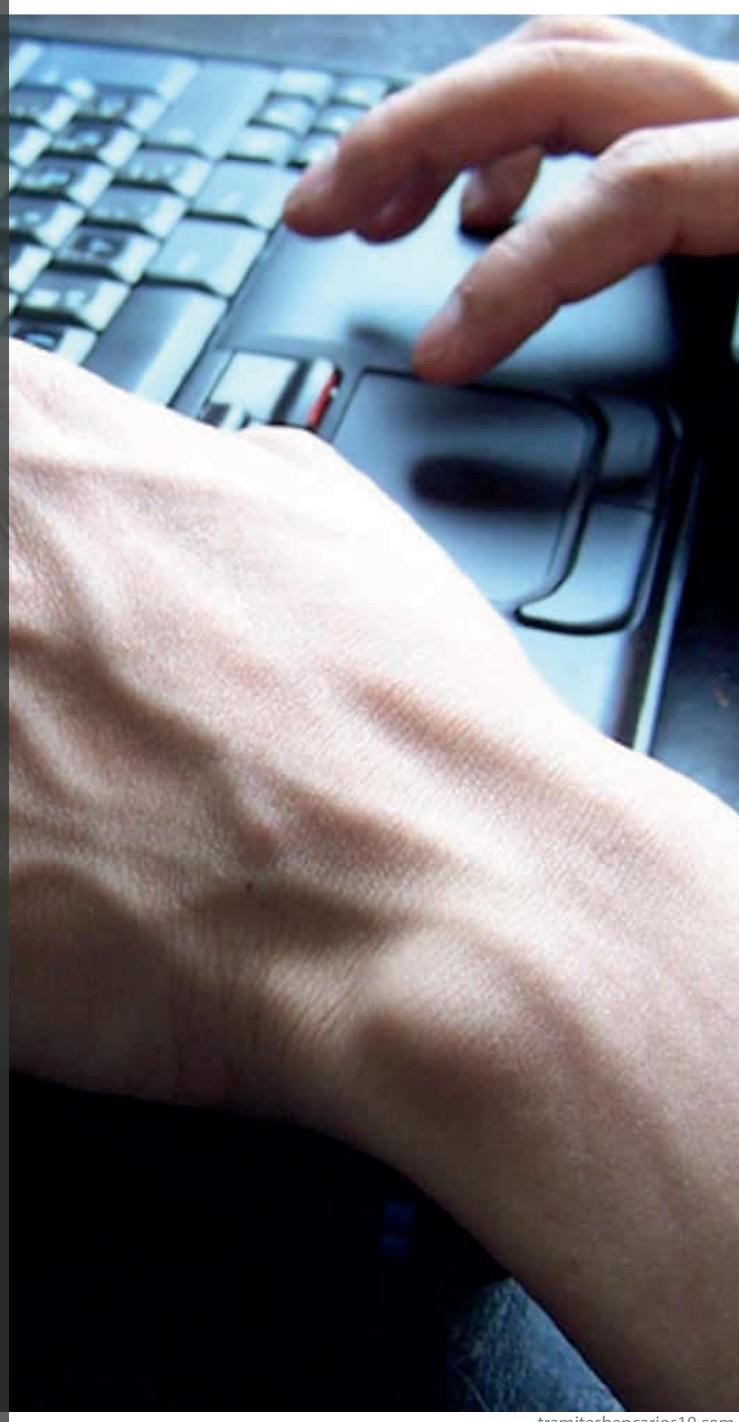
- ▶ Arbitraje de consumo: Un mecanismo eficiente pero poco frecuente

p. 9

Espacio procesal

- ▶ La sexta regla del X Pleno Casatorio Civil y el efecto de la “sentencia sorpresa”

p. 15



tramitesbancarios10.com



Ius et Iustitia

sociedades

Boletín Jurídico Enfoque Multidisciplinario

Contenido

Comentario

- Transformación digital: El mayor desafío de los negocios
Mariela CCENCHO CONDORI..... p. 3

Noticia del mes

- 60,000 mypes ya cuentan con certificado digital tributario para la emisión de comprobantes de pago
Manuel de Jesús ACOSTA DELGADO..... p. 4

Artículos

- Inflación y proyecciones económicas en la nueva normalidad
Ayron ABREGÚ DIESTRA..... p. 6

Arbitraje de consumo: Un mecanismo eficiente pero poco frecuente

- Leidy Lisset LIZARME CORONADO..... p. 9

Espacio procesal

- La sexta regla del X Pleno Casatorio Civil y el efecto de la “sentencia sorpresa”
Ariana MASÍAS LÓPEZ p. 15

Colaboradores permanentes del Boletín Sociedades: Grupo de Estudios Sociedades - GES

Miembros del Grupo de Estudios Sociedades - GES de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos reconocido por Resolución de Decanato N° 994-D-FD-2013 de fecha 14 de noviembre de 2013.



MIEMBROS PRINCIPALES

Ángeles Nuñez Christian
Alarcón Paucar Giampieer Jorge
Abregú Diestra, Ayrton
Cáceres Montaño, Daniel W.
Chacón Borja, Mario Eduardo
Carrasco Rodríguez Jessica
Cisneros Palomino, Yesenia Hermelinda
De la Torre Barrientos, Jimmy
Evangelista Romero, Dayana Deisy
Grimaldo Sánchez, Carol Alexandra
Gutiérrez Ramírez, Noemí Lizbeth
Guitarra Sánchez, Kevin Anthony
Inga Tarazona, Brucelee
Lezama Coaguilla, Gianella
Livia Valverde, Jaritza Pilar
Lizarme Coronado, Leidy Lisset
Machaca Alosilla, Aracelly
Olórtegui Leyva, Jasmín Olenka
Obregon Palacios, Heydy Cristel
Palacios Céspedes , Bryan Augusto
Pinguz Gonzales, Anwar Aram David
Quispialaya Espinoza Diana Carolina
Ramos Caparachin,Marilú Danissa
Rivera Rojas Adanaí Sharon
Santillan Linares, Clever Daniel
Salizar Sulca, Alvaro Gonzalo

MIEMBROS HONORARIOS

Alfaro Ponce, Moisés Gonzalo
Acosta Delgado, Manuel de Jesús
Ccenco Condori, Mariela
Cervantes Villacorta Carla
Córdova Quispe, Erik
Cuya Fiestas, Manuel Humberto
Espinoza Cuadros , José Eduardo
González Ibargüen, Ayrton Alexis
Landeo Huamán, Xiomara Sussel
Laurente Bellido, Daisy Judith
Mestanza García, Omar
Mechan Huapaya, Kenny Roger
Mogollón Calderón Astrid Antonieta
Peña Ormeño, Romina Milagros
Romero Huamantupa, Jordan Dayson
Rojas Hidalgo, Nahomy Raquel
Pinedo Valentín, Richard Alexander
Sernaqué Uracahua, Jorge Luís
Torres Romani, Hernan
Valencia Lulo, Silene Emperatriz
Varillas Castillo, Cristina Mishel

DOCENTE DEL GRUPO DE ESTUDIOS

Dra. J. María Elena Guerra Cerrón

Comentario

Transformación digital: El mayor desafío de los negocios



Mariela CCENCHO CONDORI (*)

Hace poco salió en diario Gestión del 25 de agosto un artículo de Mirtha Trigoso quien indica que el 67% de hogares del oriente (Loreto, Amazonas, San Martín, Ucayali) inició un negocio en pandemia, y esto se debió sobre todo a que muchos hogares se vieron afectados y tuvieron que buscar nuevas formas de ingresos. En Lima, el 48% de hogares también iniciaron negocios; el norte, con el 41%; el centro, con el 37%, y el sur, con el 24%.

Cabe precisar que, el universo de empresas en el Perú se concentra básicamente en dos actividades: servicios y comercio (entre ambos hacen un poco más del 80% del total de empresas). Les siguen el resto de los sectores, como manufactura, construcción, agropecuario y pesca, minería e hidrocarburros.

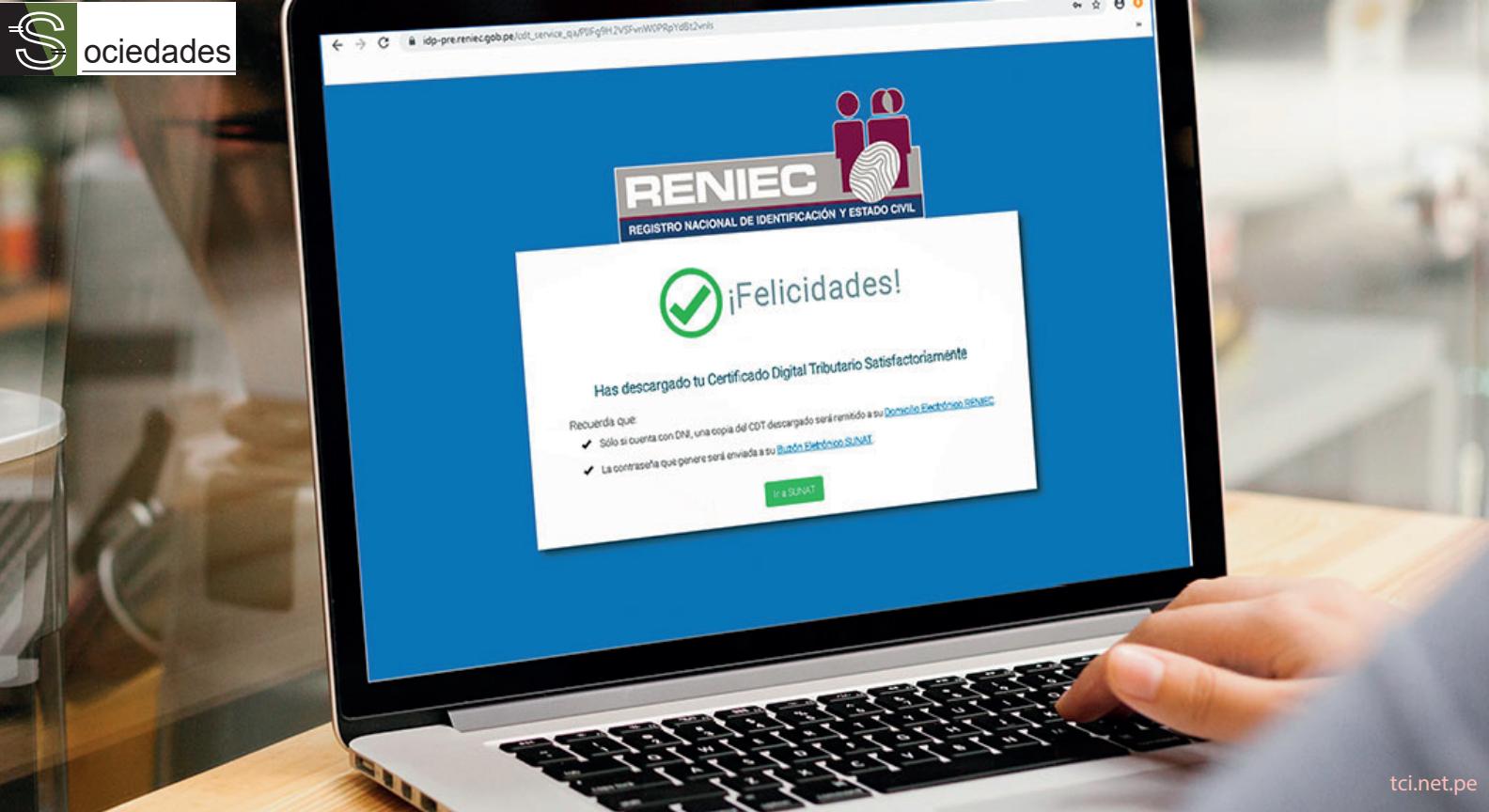
Aquí entra a tallar un aspecto muy importante: la tecnología. Pues, durante todos estos meses, hemos visto que los emprendimientos se han expandido gracias a canales digitales, y empresas ya existentes han tenido que migrar a estos canales.

Entonces, el punto que quiero resaltar es: que el mayor desafío que tienen los negocios a la actualidad es adaptarse a la transformación digital. Por ello se habla bastante de las startups (compañía innovadora con base tecnológica) y e-commerce (que permite una gran comercialización a través de canales digitales). En relación a este último, indica la Cámara de Comercio de Lima que, "de acuerdo al reporte oficial de la industria e-commerce en Perú 2021, en el país el número de negocios online se cuadruplicó en el último año, aumentando de 65,000 a 263,000. Asimismo, alrededor de 9 millones de peruanos compraron por internet al menos una vez durante el último año" (Gestión del 24 de agosto, 7).

Teniendo ese panorama, y agrego dos ejemplos más, que fueron también anunciados en estos últimos días, como la peruana Yanbal (comercio de productos de belleza, más conocida por su marca Unique) que proyecta que el 80% de sus sedes contarán con sus negocios digitalizados para finales del 2022, y la compañía Zara Home (española, comercio de decoración de interiores hogar) que lanzó su canal online en Perú para ventas de últimas tendencias en su sector; definitivamente llegamos a la conclusión de que los negocios deben adaptarse a la transformación digital para su mayor productividad.

Dicho todo ello, me gustaría finalizar el presente comentario señalando unas recomendaciones puntuales a la hora de iniciar un negocio en la actualidad: Se debe analizar el público objetivo de venta, conocer el mundo de los negocios y ver la problemática del sector al cual quieras dedicarte; elabora un plan de negocios y organiza tu tiempo; planifica tu proyecto de emprendimiento en largo plazo; es importante tener la capacidad de adaptación por el constante cambio del mercado; y lo más importante, determina los canales de venta y no dejes pasar el mundo de la tecnología, esto implica formar tu imagen digital, participación activa en redes sociales (ojo que la red social a utilizar es dependiendo de tu público objetivo, puede ser Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, LinkedIn, etc.), porque recuerda, la tecnología ahora se ha convertido en un elemento clave para la mayor productividad, y finalmente, atrévete a ser competitivo.

(*) Miembro honorario del Grupo de Estudios Sociedades - GES.



tci.net.pe

60,000 mypes ya cuentan con certificado digital tributario para la emisión de comprobantes de pago (*)

Escribe: Manuel de Jesús ACOSTA DELGADO
Coordinador del Boletín Sociedades y
miembro honorario del Grupo de Estudios Sociedades



Como se recuerda, el 11 de febrero de 2020, se publicó la Resolución de Superintendencia N° 038-2020-SUNAT, mediante el cual la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – Sunat estableció el procedimiento para solicitar la autorización de emisión de certificados digitales tributarios y otros aspectos vinculados, con el fin de que los sujetos obligados, micro y pequeñas empresas (mypes) con ventas iguales o menores a las 300 Unidades Impositivas Tributarias o S/1 260,000, puedan generar sus firmas digitales, a través de los indicados certificados, en la emisión de sus comprobantes de pago electrónico.

Cuando se emitió dicha norma, Sunat estimó que esta beneficiaría a alrededor de 140 mil mypes (Agencia Andina 2020), no obstante, ha informado que hasta septiembre del presente año son casi 60,000 mypes las que han podido obtener su certificado digital tributario (Agencia Andina 2021).

No se debe perder de vista que a partir del año 2022, todas las mypes deberán emitir boletas y facturas electrónicas (Agencia Andina 2020), razón por la cual la obtención del certificado digital tributario será una necesidad para las personas naturales y jurídicas que emiten sus comprobantes de pago electrónico.

(*) Agencia Andina. 2021. «Sunat facilita a mypes incorporar uso de facturación electrónica con certificado digital», 21 de setiembre. Acceso el 30 de setiembre de 2021. <https://andina.pe/agencia/noticia-sunat-facilita-a-mypes-incorporar-uso-facturacion-electronica-certificado-digital-862486.aspx>

Pero, qué es certificado digital tributario. Se trata de una «credencial electrónica que identifica a una persona en la emisión de comprobantes de pago electrónico, permitiéndole firmar digitalmente» (Sunat), garantizando de esa forma de que se trata del original razón por la cual quien emite el comprobante de pago no podrá negar la autoría de su firma.

Es importante mencionar que estos certificados digitales tributarios son gratuitos para el contribuyente, pues es Sunat quien ha asumido su costo con el objetivo de que los contribuyentes puedan cumplir con sus obligaciones tributarias, certificado que tendrá una vigencia de 3 años.

Finalmente, se debe señalar que de acuerdo con el artículo 3 de la Resolución de Superintendencia N° 038-2020-SUNAT, para que se autorice la emisión de un certificado digital tributario el usuario debe ingresar a SUNAT Operaciones en Línea con su clave SOL y elegir la opción «Solicitar Certificado Digital Tributario». Además se establece los requisitos para la obtención del certificado que pasamos a indicar:

- a) En caso sea una persona natural, tener plena capacidad de ejercicio de sus derechos civiles, conforme a lo dispuesto en el artículo 42 del Código Civil.
- b) En caso sea una persona jurídica, existir y encontrarse vigente.
- c) No tener, para efecto del RUC, el estado de suspensión temporal de actividades o baja de inscripción o haber presentado una solicitud de baja de inscripción en el RUC que esté en trámite.
- d) No tener en el RUC la condición de domicilio fiscal no habido.

e) Estar afecto en el RUC al impuesto a la renta de tercera categoría.

f) No encontrarse inscrito en el Registro OSE ni en el Registro PSE.

g) Haber tenido ingresos netos anuales en el año 2019 iguales o menores a S/ 1'260,000.

h) No poseer un certificado digital tributario vigente emitido al amparo de la Resolución de Superintendencia N° 038-2020-SUNAT.

i) No haber obtenido más de dos certificados digitales tributarios en virtud de la Resolución de Superintendencia N° 038-2020-SUNAT.

j) Aceptar los términos y condiciones de uso del certificado digital tributario, incluidos en el contrato respectivo.

Referencias

Agencia Andina. 2020. «Sunat: unas 140,000 mypes pueden usar certificado digital tributario gratuito», 11 de febrero. Acceso el 30 de septiembre de 2021. <https://andina.pe/agencia/noticia-sunat-unas-140000-mypes-pueden-usar-certificado-digital-tributario-gratuito-784718.aspx>

Agencia Andina. 2021. «Sunat facilita a mypes incorporar uso de facturación electrónica con certificado digital», 21 de setiembre. Acceso el 30 de setiembre de 2021. <https://andina.pe/agencia/noticia-sunat-facilita-a-mypes-incorporar-uso-facturacion-electronica-certificado-digital-862486.aspx>

Sunat. s/f. «Certificado digital tributario». Acceso el 30 de septiembre de 2021. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/535977/diptico_version_on_line.pdf

The image shows the front cover of a book titled "LEY GENERAL DE SOCIEDADES" by Gaceta Jurídica. The book has a white and teal cover with a red circular seal on the left side that says "INNOVACIÓN ABSOLUTA EDICIÓN EN TAPA DURA". To the right of the book, there is a black and white photograph of three people in professional attire (two men and one woman) looking down at a document. Overlaid text on the right side of the image reads "LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES ANALIZADA Y COMENTADA POR MÁS DE 30 AUTORES" and "Nuevos estudios a veinte años de su vigencia".



Inflación y proyecciones económicas en la nueva normalidad

Escribe: Ayrton ABREGÚ DIESTRA

Estudiante de 6to año de Derecho de la UNMSM
Miembro principal del Grupo de Estudios Sociedades – GES



I. Introducción

Una de las consecuencias de la pandemia fue la paralización de la cadena productiva y de consumo global, desembocando esto en una recesión económica como no se había visto en muchas décadas en nuestro país. Sin embargo, no solo los factores netamente económicos son los responsables de la inflación que pueden percibir desde los grandes grupos empresariales hasta los ciudadanos de a pie, sino muchas otras causales peculiares que han ido sumando a crear la situación en la que nos encontramos y que en el presente trabajo trataremos de profundizar.

II. Inflación, devaluación y volatilidad

La inflación es básicamente el aumento progresivo de los precios de los bienes y servicios, esto es, el encarecimiento del costo de vida dentro de una economía. Para medir los niveles de inflación utilizamos el Índice de Precios al Consumidor, calculado por el Instituto Nacional de Estadística

e Informática a través de la deriva de precios de los productos que conforman la canasta básica familiar. Ahora, de lo que la mayoría del público tal vez no esté al tanto es que la inflación per se no es repudiada por nuestra política económica. Así, el Banco Central de Reserva de la República del Perú (BCRP) establece como meta un índice de inflación anual de entre 1% y 3%. Esta inflación estable y gradual es óptima en el contexto de los ciclos económicos.

Sin embargo, aunada a la pandemia que generó la recesión productiva y laboral del 2020, en el actual 2021 hemos llegado a experimentar un fenómeno de corte histórico en muchos sentidos, así hemos visto una inflación primero moderada y luego acelerada en nuestro medio económico (llegando a 3.95% hasta agosto) y, lo más peculiar, es que se debe a no una sola, sino a un conjunto de factores que entraron a tallar en, discutible-

mente, el peor momento posible.

Habiendo definido la inflación, se puede entender a esta como la situación-resultado, por lo que faltaría identificar sus causas. Una de ellas es la ya sonada devaluación del sol frente al dólar. Sobre esto, cabe mencionar que la devaluación se define como la pérdida de valor de una determinada moneda frente a otra. La diferencia entre ambas monedas se mide a partir de la diferencia en la tasa de cambio, la cual varía constantemente y por diversas razones también.

En ese sentido, el riesgo cambiario en el Perú fue, por mucho tiempo, uno de los más estables de toda la región, viéndose usualmente afectado en la medida de lo razonable por los efectos colaterales del ciclo económico como la variación del precio de las mercancías exportadas o commodities, como el cobre o la plata, las cuales son las que introducen dólares a nuestra economía, así mismo, por la variación en la tasa de interés de referencia y las medidas tomadas por el BCR para controlar la volatilidad del dólar.

Respecto a esto, sería muy útil recordar, a manera de apartado, la función del BCRP. Como organismo constitucionalmente autónomo, su labor es el de generar estabilidad monetaria en nuestro medio económico, teniendo para ello diferentes funciones como el establecimiento de las tasas de interés y la posibilidad de venta de sus reservas en dólares. Así, el BCRP compra dólares cuando el tipo de cambio disminuye y los vende cuando éste aumenta, política cambiaria conocida como de flotación sucia (Mendoza 2017). Las implicancias de esto usualmente no son bien entendidas por el público en general, puesto que no depende directamente de éste el tipo de cambio, de hecho, no se podría hablar de una tasa de cambio meta fija. La labor del BCR es evitar la volatilidad, lo que significa que no se opone a las fluctuaciones propias de la oferta y la demanda, solo evita que estas lleguen a mermar la estabilidad monetaria y el valor del sol en exceso, utilizando para ello herramientas como los swaps cambiarios y la emisión de bonos con atractivas tasas de interés.

Sin embargo, y a pesar de todos los factores exógenos que puedan estar alimentando a la inflación actual que experimenta el Perú, existe uno que, si bien no es extraño a cualquier otra nación, es particularmente curioso en nuestro medio. Nos

referimos a la incertidumbre política.

Los resultados de nuestros más recientes comicios generales pusieron tanto a nuestra sociedad como a nuestra economía en una posición incómoda. El temor a las medidas que pudiera implementar un gobierno con las tendencias del actual generó una respuesta de precaución en los inversores (el Perú es un país, por antonomasia, extractivo y su Producto Bruto Interno está conformado en gran parte por la inversión privada extranjera), frenando el crecimiento económico y la generación de empleo. Así, vemos cómo el ambiente político es un factor, si bien peculiar, no menos determinante para los objetivos de estabilidad económica del BCR.

Por otro lado, no hemos tocado mucho las medidas que el BCR efectúa para salvaguardar la estabilidad económica, cuyas más importantes son la compra-venta de dólares y el establecimiento de la tasa de referencia (Vice Ministerio de Economía). A decir de la tasa de referencia, esta es básicamente el costo del crédito bancario (Cardoso 2020), el cual puede subir si se busca fomentar el ahorro y frenar el aumento de precios por consumo excesivo, o disminuir si lo que se busca es la circulación de efectivo para generar liquidez y acceso democrático a créditos baratos, básicamente con fines de reactivación.

Sin perjuicio de todo lo antes mencionado, y aunque la actual inflación no se deba a un solo factor sino a distintas causales externas e internas, y estando a la fecha en un tipo de cambio de S/ 4.11 por dólar, el BCR reconoció que las proyecciones no son favorables para los meses posteriores a agosto del 2021.

Esto nos lleva a la última causal, el pánico de los actores económicos. Esto es, frente a la incertidumbre generada por el ambiente político y las repercusiones de la tendencia inflacionista que también experimentan potencias económicas como EE.UU, la Unión Europea y China, está la altísima demanda de dólares a la que los ahorristas nacionales recurren como refugio ante la devaluación. Y es que, habiendo disminuido las inversiones y estando las proyecciones en cifras preocupantes (ComexPerú 2021), los dólares (tratados como bienes) son relativamente escasos por el momento dentro de nuestro medio económico (Vega 2021), y su excesiva demanda, ya sea para blindar ahorros u optimizar

las operaciones, aumenta artificialmente su alza natural por ciclo económico.

III. Consideraciones finales

3.1. La inflación puede confundirse, y es usualmente confundida, con otras figuras como la devaluación o la volatilidad de la moneda. No obstante, la inflación como situación es una consecuencia directa de la concurrencia de estos otros factores.

3.2. El BCR, como garante de la estabilidad monetaria, no tiene una meta de tipo cambiario a la cual adherirse o procurar, sino que sigue una política cambiaria de flotación sucia, la cual significa que, si bien no va en contra de las tendencias de la oferta y la demanda cambiaria, trata de evitar una deriva cambiaria que devalúe en exceso el sol frente a otras monedas para lo cual cuenta con ciertas facultades y herramientas.

3.3. La incertidumbre política y el pánico generalizado en los actores económicos son factores sui generis de nuestra economía los cuales tiene un efecto tangible y directo en la inflación a la que actualmente nos enfrentamos.

IV. Referencias

Cardoso, Alfredo. 2020. "¿Cómo deberíamos entender la Tasa de Referencia? ¿Por qué y para qué la usa el BCRP?". 11 de abril. Acceso el 26 de septiembre de 2021. <https://www.tasatop.com.pe/educaci>

on-financiera/como-deberiamos-entender-la-tasa-de-referencia-por-que-y-para-que-la-usa-el-BCRP.html

ComexPerú. 2021. "La inversión privada cayó un 13.4% en 2020 y empeoran las proyecciones de crecimiento para 2021". Semanario 1085. Acceso el 20 de septiembre del 2021. <https://www.comexperu.org.pe/public/articulo/la-inversion-privada-cayo-un-134-en-2020-y-empeoran-las-proyecciones-de-crecimiento-para-2021>

Mendoza Bellido, Waldo. 2017. "La macroeconomía de la flotación sucia en una economía primario exportadora: El caso del Perú". Economía Vol. XL. N° 79.

Vega Córdova, Élida. 2021. "¿Por qué se produce la inflación?". Gestión.pe, 11 de septiembre. Acceso el 20 de septiembre de 2021. <https://gestion.pe/economia/por-que-se-produce-la-inflacion-economia-inflacion-inei-ipc-bcrp-nnda-nnlt-noticia/>

Vice Ministerio de Economía. Dirección General de Asuntos Económicos y Sociales. Una reseña sobre las causas y consecuencias de la apreciación cambiaria. Boletín de Transparencia Fiscal N° 38. Acceso el 20 de septiembre de 2021. https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/btf/Informe_BTF38Nov04.pdf



Informes: 993 129 405



Arbitraje de consumo: Un mecanismo eficiente pero poco frecuente

Escribe: Leidy Lisset LIZARME CORONADO

Estudiante de 4to año de Derecho de la UNMSM
Miembro principal del Grupo de Estudios Sociedades – GES



“La vía judicial no es el único medio de solución de controversias, existen medios alternativos que se basan en la autonomía de la voluntad de las partes, las cuales eligen cómo resolver sus conflictos”.

Guzmán y Sobrevilla

I. Introducción

Respecto a la política de los derechos de los consumidores menciona (Carbonell, 263):

Constituye un principio rector de la política social económica del Estado, conforme lo establece la Constitución Política del Perú. Esta protección es propia del modelo de economía social de mercado en el que se confiere al Estado un deber especial de tutela de los intereses de los consumidores.

En ese orden de ideas, el arbitraje de consumo nace de una necesidad e importancia de establecer los derechos y deberes que tienen tanto los consumidores y productores. Es por ello que, el 29 de mayo del 2019 se aprueba el Reglamento del Arbitraje en Consumo, mediante Decreto Supremo N° 103-2019-PCM, derogando así a los Decretos Supremos N°s 046-2011-PCM y 049-2016-PCM, para poder solucionar las posibles controversias que pueda surgir entre los consumidores y proveedores, desde entonces, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, en adelante Indecopi, viene regulando el mecanismo antes mencionado.

De lo antes expuesto, señalaremos una breve definición acerca del arbitraje, para posteriormente, delimitar el tema mencionando, el marco jurídico que será aplicable al arbitraje de

consumo -que es el tema de análisis del presente artículo-; como tercer punto, ahondaremos en la definición y particularidades del arbitraje de consumo; para luego tratar las características y posibles diferencias; consiguientemente, advertiremos sobre cuál es la manera en la que las partes llegan a un acuerdo para poder someterse a este tipo de arbitraje; finalmente, no menos importante, estudiaremos su eficacia y la conclusión anticipada de este mecanismo, para dar una breve conclusión sobre este interesante mecanismo alternativo de solución de conflictos y una opinión al respecto.

II. Arbitraje

El Ministerio de Justicia (MINJUS) define al arbitraje como:

Un mecanismo de solución de conflictos, mediante el cual dos partes enfrentadas por una controversia deciden recurrir a un tercero llamado árbitro quien dará la solución definitiva del conflicto. Los árbitros son personas especializadas en el tema materia del conflicto. Donde se denotara el ahorro del tiempo y dinero en comparación con otros procesos. Los árbitros son profesionales calificados e imparciales.

En la misma línea, se puede precisar tal como lo menciona (Guzmán y Sobrevilla, 29):

Un medio alternativo de solución de controversias que consiste en poner voluntariamente en manos de un tercero, denominado árbitro, la solución del conflicto, comprometiéndose las partes a respetar la decisión que aquel emita.

III. Marco jurídico

La Constitución Política del Perú de 1993 en el artículo 65, brinda un marco normativo en defensa de los consumidores y usuarios (1), donde el Estado garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. De la misma forma lo hace el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, donde, específicamente en el Artículo VI del Título Preliminar, referente a las políticas públicas, inciso 6, menciona lo siguiente:

El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la me-

diación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario.

Aunado a ello, el Decreto Supremo N° 103-2019-PCM, que aprueba el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo que hace referencia al Capítulo II, Justicia de Consumo, de la antes mencionada Ley N°29571, específicamente lo hace con el Subcapítulo I, el cual alude al Sistema de Arbitraje de Consumo, desde el artículo 137 hasta el artículo 144.

Dicho ello, y teniendo un concepto claro acerca del arbitraje de consumo y la regulación que posee, pasaremos a enfatizar y ahondar en el tema.

IV. El arbitraje de consumo y sus particularidades

El arbitraje de consumo, también será un medio alternativo de solución de controversias, pero, surgirá entre un proveedor y consumidor, con la particularidad de que será unidireccional, cuando este último tenga conflictos con el producto adquirido o la prestación de un servicio.

El consumidor y el proveedor tienen la posibilidad de ponerse de acuerdo para seleccionar al profesional que se encargará de dar solución a su controversia, aunque, por regla general, quien arbitra será un árbitro único, también podría ser un tribunal arbitral cuando las partes así lo acuerden y la cuantía sea mayor a 3 UIT (2).

Es importante señalar que, con el anterior reglamento cada Junta Arbitral contaba con su propia nómina de árbitros. Ahora existe un Registro Único de Árbitros, por lo que la misma calidad de profesionales resolverá los casos en las diferentes localidades del país y se encontrarán a disposición para que las partes lo puedan elegir.

Lo que se busca con el arbitraje del consumo es evitar recurrir a la instancia gubernamental, pues, "El arbitraje tiene como finalidad resolver los conflictos a través de la decisión de este tercero (juez privado) y su decisión se va a ver plasmada en un documento que se denomina laudo" (Vela 2016).

El arbitraje de consumo se organiza a través de la Dirección de la Autoridad Nacional e Protección del Consumidor (3), y se encuentra constituido por la Junta Arbitral de Consumo (4) y por el Tribunal Arbitral (5).

V. Características del arbitraje de consumo

Cabe señalar que, el Indecopi mediante la Guía informativa de Arbitraje de consumo, menciona las características que posee, tales como:

(i) **Voluntario:** Requiere el consentimiento del consumidor y del proveedor para emplearlo como mecanismo de solución de controversias.

(ii) **Gratuito:** Ni el consumidor ni el proveedor deben realizar pagos por conceptos de tasas administrativas u honorarios arbitrales. A diferencia de los otros arbitrajes, ya que se entiende que, al ser el consumidor quien activa este mecanismo, el pagar una tasa mínima podría incluso ser más caro que el producto por el que está en arbitraje y no sería nada beneficioso.

Aunque, otros autores mencionan que la gratuidad de la petición de arbitraje sin discriminación es un exceso para una administración con recursos limitados, que debe financiar el sistema arbitral con cargo al presupuesto de las instituciones involucradas sin poder demandar recursos adicionales del Tesoro Público, según la Primera Disposición Complementaria Final del Código. Una gratuidad de este tipo ni siquiera existe en los procedimientos judiciales (Espinoza, 106).

(iii) **Sencillo:** No requiere obligatoriamente asesoría legal, o la ya conocida y denominada defensa cautiva a través de un abogado, puesto que el consumidor para poder acceder a este tipo de arbitraje, sólo tiene que llenar un formulario que contiene información de la demanda arbitral.

(iv) **Vinculante:** Como en todo arbitraje, el laudo (6) es de obligatorio cumplimiento para el proveedor y el consumidor.

(v) **Rápido:** La controversia se resuelve en 45 días hábiles y no hay doble instancia. Además, que, se tendrá una audiencia única a diferencia de otros arbitrajes. Los 45 días se dan de la siguiente forma: una vez que el Tribunal Arbitral admite la solicitud, se establecen 5 días hábiles para la contestación de proveedor, contados desde el día siguiente de la notificación de petición de arbitraje, y se dará una audiencia única en caso el tribunal así lo requiera, para finalmente dar el laudo arbitral que será como la decisión final la cual es inapelable.

(vi) **Confidencial:** El consumidor y el proveedor deberán mantener reserva sobre el problema que

se está resolviendo a través del arbitraje de consumo. De alguna forma, esto favorece a los proveedores, pues si escogieran otro medio de solución, en el portal web del Indecopi "Mira a quién le compras", se encuentran un registro que contiene la lista de empresas sancionadas por infracciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor que, de una u otra manera, mellan su imagen empresarial. Y, aunque en el buscador de laudos arbitrales de Indecopi se puede encontrar algunos casos, estos se mantienen en el anonimato.

(vii) **Otorga indemnizaciones:** El consumidor puede solicitar el otorgamiento de una indemnización siempre que acredite el daño causado, algo que no suele ocurrir por ejemplo en el procedimiento administrativo sancionador, pues si bien se pueden obtener medidas correctivas, estos no tienen naturaleza indemnizatoria.

(viii) **Libre de multas:** El tribunal arbitral no puede imponer multas al proveedor.

VI. Forma en la que las partes llegan a un acuerdo de someterse al arbitraje de consumo

Tal como lo mencionamos líneas arriba, este arbitraje suele ser unidireccional, ya que es el consumidor quien presenta la solicitud de arbitraje de consumo ante la Junta Arbitral de Consumo que será el órgano que verificará la voluntad del proveedor y posteriormente el Tribunal lo admita; sin embargo, ¿de qué forma el proveedor manifiesta su consentimiento? Lo realizará de tres diferentes formas que se detallan a continuación:

(i) **Adhesión al Sistema de Arbitraje de Consumo, conocido por sus siglas como SISAC.** Cuando el proveedor, previamente al surgimiento de cualquier conflicto con un consumidor, decide participar del sistema de arbitraje de consumo y solicita su adhesión o afiliación ante la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor. Es decir; la voluntad de usar el arbitraje de consumo estará preestablecido, se identifica a los proveedores por el logo (ver imagen 1), el cual tendrá una licencia de uso con el signo distintivo, para que los proveedores lo puedan identificar con facilidad.



Ilustración 1 Logo de Adhesión al Arbitraje de Consumo.

(ii) Suscripción del convenio arbitral (7). Cuando el proveedor conjuntamente con el consumidor ha acordado de forma escrita que desean solucionar su controversia a través del arbitraje de consumo. Cabe resaltar que es la forma más usual de todos los arbitrajes, el iniciar o recurrir a este mecanismo mediante un pacto o acuerdo entre las partes.

(iii) Aceptación para un caso concreto. Cuando el proveedor, ante la consulta mediante una carta de la Junta Arbitral, decide utilizar el arbitraje de consumo solamente para que se brinde una solución a un caso en concreto. Es importante enfatizar que, en caso acepte, se iniciará con la conformación del tribunal, en caso no lo haga, se denegará la solicitud al consumidor.

VII. Arbitraje de consumo, un mecanismo eficiente para proveedores y consumidores

En relación a los proveedores, mediante el logo de adhesión, se permite que las empresas puedan incorporar un elemento adicional de calidad a los productos que ofertan o en todo caso a los servicios, según sea el caso, siendo así la marca que ofertan, más confiable y de garantía para cualquier usuario que lo deseé adquirir. No es el único beneficio porque además que, el incluir este logo, puede servir para la publicidad que desean realizar aumentando así la competitividad y posicionamiento en el mercado frente a sus posibles competidores.

En el caso que se llegue al arbitraje de consumo, el mismo evita que se puedan imponer sanciones a los proveedores, no tiene un costo alguno para ellos. También es importante recalcar que como ya lo mencionamos antes, los procesos llevados a cabo son confidenciales y se mantendrá en el anonimato el nombre la empresa, cuidando de esa forma su imagen empresarial.

En lo que respecta a los consumidores, les permitirá el ahorro en el tiempo, ya que recordemos que este arbitraje dura 45 días hábiles, y no se gastará recurso alguno ya que todo gasto que pueda ocasionar corre por cuenta del Indecopi, siendo así gratuito

para el consumidor.

Mucho antes de la pandemia ocasionada por el COVID-19, este mecanismo se realizaba de forma ágil y rápida pues las comunicaciones siempre fueron a través de medios electrónicos.

Sin embargo, como no todo puede ser positivo, autores como Vela (2018) menciona que: En primer lugar, el hecho de que Indecopi haya monopolizado el arbitraje de consumo no viene a ser un aspecto positivo. Además, que el hecho de que los árbitros sean de reconocida solvencia es subjetivo y demasiado amplio. "No se tiene libertad de elegir al árbitro y, además, hay que pasar por filtros para ser elegido", criticó durante un conversatorio en la Universidad de Lima. Replicando que, el Indecopi es el encargado de llevar a cabo este sistema, porque el arbitraje de consumo no es común que las partes lleguen en igualdad de condiciones y participen directamente en la elección de sus jueces particulares.

Finalmente, no podemos negar que, el arbitraje de consumo, sin duda alguna, no solo hará disminuir la carga procesal de las autoridades de consumo, sino que también privilegiará de manera célere y ágil, la solución de los posibles conflictos (Vilela 261).

El artículo 43 del Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo, respecto a la Conclusión anticipada menciona:

En cualquier momento las partes pueden concluir anticipadamente el arbitraje por desistimiento, conciliación, mediación, transacción o cualquier otro acuerdo que, de forma indubitable, deje constancia que se ha solucionado la controversia de común acuerdo entre las partes, siempre que dicha información sea puesta en conocimiento del Tribunal Arbitral, previamente a la emisión del laudo.

VIII. Conclusiones

8.1. La protección del consumidor es uno de los instrumentos más importantes dentro de la economía social de mercado, el cual regula la Constitución Política del Perú de 1993.

8.2. Si bien existen otros mecanismos de defensa que lo establece el Código de Protección y Defensa al Consumidor, tales como el servicio de atención al ciudadano (SAC), el libro de reclamaciones, los

procedimientos sumarísimos de protección al consumidor; creemos que la facilidad y eficacia del arbitraje de consumo es también de suma importancia por los beneficios antes acotados y la rapidez de su trámite.

8.3. Para la activación de este arbitraje no solo se tiene que tener en cuenta que será un mecanismo voluntario entre las partes, sino también será unidireccional, pues solo puede ser activado por parte de consumidor y, la aceptación del proveedor, se someterá a arbitraje mediante tres formas: primero, convenio arbitral; segundo, adhesión arbitral y una tercera, que es el excepcional y para un caso en concreto.

8.4. El Sistema de Arbitraje de Consumo es una de las innovaciones que se dio en nuestro ordenamiento jurídico, el cual se encuentra orientado a resolver controversias en el ámbito de consumo de manera eficaz y siendo de muchas maneras, beneficiosos para las partes.

IX. Notas

(1) 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.

(2) El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) mediante el Decreto Supremo N° 392-2929-EF, menciona que: Durante el año 2021, el valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) como índice de referencia en normas tributarias será de cuatro mil cuatrocientos y 00/100 soles (S/ 4 400,00).

(3) Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, el Indecopi, como autoridad nacional de protección del consumidor, coordina y dirige el Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor y preside el Consejo Nacional de Protección del Consumidor conformado por miembros del Estado, los consumidores y el empresariado.

(4) Junta Arbitral de Consumo, Indecopi, en la Guía Informativa de Arbitraje de Consumo, menciona que es el órgano que se encarga de organizar y promover el arbitraje de consumo, de dar trámite a las solicitudes de arbitraje que presenten los consumidores y brindar apoyo administrativo a los

Tribunales Arbitrales encargados de dar solución a los conflictos. Actualmente, solo se cuenta con una Junta Arbitral de Consumo Piloto que funciona al interior de la sede central del Indecopi, la cual recibe y tramita solicitudes de arbitraje de todas las localidades del país.

(5) Tribunal Arbitral, en palabras de Solis Yudit es el encargado de resolver conflictos surgido entre consumidores y proveedores, antes llamado Órgano Arbitral; el cual se encuentra adscrito a la Junta Arbitral. Está conformado por uno o tres árbitros elegidos del Registro Único de Árbitros.

El Tribunal Arbitral puede ser unipersonal o colegiado, se encuentran inscritos en la Junta Arbitral de Consumo, es unipersonal cuando no supere las 3 (UIT) y colegiado cuando supere las (3) UIT. El cual está integrado por tres árbitros. A Diferencia del Decreto Supremo N° 046-2011-PCM, derogado, los Órganos Arbitrales colegiado conocían peticiones cuya cuantía superaba las 5 UIT. A saber, El Tribunal Arbitral es el único que tiene la potestad y autonomía de resolver cuestiones sobre su propia competencia, excepciones u objeciones concorrentes a al fondo de la controversia.

(6) Laudo, en palabras de Guzmán y Sobrevilla es una decisión vinculante y final emitida por los árbitros.

(7) El artículo 13 de la Ley de Arbitraje establece: "El convenio arbitral es un acuerdo por el que las partes deciden someter a arbitraje todas las controversias o ciertas controversias que hayan surgido o puedan surgir entre ellas respecto a una determinada relación jurídica contractual o de otra naturaleza".

X. Referencias

Andina. 2018. "El grupo de retail Cencosud se adhiere al Arbitraje de Consumo". Andina.pe. Acceso el 26 de septiembre de 2021. <https://andina.pe/agencia/noticia-el-grupo-retail-cencosud-se-adhiere-al-arbitraje-consumo-778790.aspx>.

Carranza, César, y otros. 2017. Temas actuales de derecho del consumidor. Lima: Ediciones Normas Jurídicas S.A.C.

Espinoza, Jesús. 2014. "Via del arbitraje para la solución de los reclamos de consumo". 15 de mayo. Acceso el 26 de septiembre de 2021. file:///C:/Users/USER/Downloads/32-126-1-PB.pdf



Guzmán, César y Barrón Sobrevilla. 2017. Arbitraje comercial nacional e internacional. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Indecopi. s.f. "Guía práctica sobre Arbitraje de Consumo. Acceso el 26 de septiembre de 2021. https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/402080/Guia_Arbitraje-Consumo_Nov_2020/7253ed1f-0311-4d2f-78b6-318ff4d054b3#:~:text=El%20arbitraje%20de%20consumo%20es,recibe%20el%20nombre%20de%20laudo.

Laboral Kutxa. "¿Qué ventajas tiene para empresas y clientes acogerse al arbitraje de consumo?: Cómo hacerlo." s.f. Acceso el 26 de septiembre de 2021. <https://consultingpro.laboralkutxa.com/articulos/que-ventajas-tiene-para-empresas-y-clientes-acogerse-al-arbitraje-de-consumo-como-hacerlo/>.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. s.f. "Justicia arbitral (Arbitra Perú)". Acceso el 26 de septiembre de 2021. <https://www.minjus.gob.pe/>

[justicia-arbitral-arbitra-peru/](#).

TV Perú. 2018. «Indecopi brinda servicio gratuito "Mira a quién le compras".» 13 de junio. Acceso 26 de septiembre de 2021. <https://www.tvperu.gob.pe/noticias/economia/indecopi-brinda-servicio-gratuito-mira-a-qui%C3%A9n-le-compras>.

Universidad de Lima. 2016. "Sistema de arbitraje de consumo". 26 de julio. Acceso el 26 de septiembre de 2021. <https://www.ulima.edu.pe/pregrado/derecho/noticias/sistema-de-arbitraje-de-consumo>.

Ilustración 1: Logo de Adhesión al Arbitraje de Consumo. Fuente: <http://nunezmorgan.com/relamiento-del-sistema-de-arbitraje-de-consumo/>

Espacio procesal

La sexta regla del X Pleno Casatorio Civil y el efecto de la “sentencia sorpresa”



Escribe: Ariana MASÍAS LÓPEZ

Estudiante de 4to año de la facultad de Derecho en la Universidad de Lima

La autora enfatiza la importancia de gozar de una tutela jurisdiccional efectiva y en relación a este derecho, advierte una deficiencia en el contenido de la sexta regla del X Pleno Casatorio Civil que considera riesgosa para las partes. La autora afirma que, con esta regla, se vulneraría –principalmente– el derecho de defensa, el principio del contradictorio, el de preclusión, la igualdad entre las partes y el debido proceso.

La esencia de un pleno casatorio es uniformizar la aplicación de la norma existente, y, si en caso se presentará un vacío o laguna legal, este pueda complementarlo, de modo tal que la norma sea interpretada en el mismo sentido para la solución de futuras controversias garantizando la seguridad jurídica.

En el X Pleno Casatorio, en el que se desarrolla la prueba de oficio, identifiqué que la regla sexta puede complejizar la interpretación normativa del artículo 194 del Código Procesal Civil y tergiversar su aplicación.



redjurista.com

Partiendo de ese punto definamos a la prueba de oficio como técnica probatoria excepcional, con la cual el juez tiene la facultad –más no el deber– de introducir medios probatorios pertinentes para alcanzar mayor convicción y esclarecimiento de los hechos. Empero, la sexta regla indica que los medios de prueba extemporáneos o aquellos que no fueron examinados por causal de rebeldía, deben ser revisados con pertinencia y relevancia por el juez para su admisión oficiosa. En vista de ello, es evidente que no solo se vulneran los principios procesales, sino también el derecho constitucional de la tutela jurisdiccional efectiva. De acuerdo al Tribunal Constitucional, el derecho mencionado debe “garantizar que, tras el resultado obtenido, pueda materializarse con una mínima y sensata dosis de eficacia” (1).

Considerando que el litigio peruano no siempre es guiado por el principio de buena fe, opino que la sexta regla da pase libre a que las partes formulen una estrategia maliciosa y que el proceso finalice con una sentencia sorpresa o, como la doctrina italiana lo determina, sentenze terze via. Esta última es aquella sentencia emitida por el juez sin que las partes hayan tenido conocimiento de los sustentos o medios probatorios que lo llevaron a tomar la decisión final. Cabe señalar que la jurisprudencia de la Cassazione reconoce que el juez no puede basar su decisión en materia fáctica que no ha sido debatida entre las partes (2).

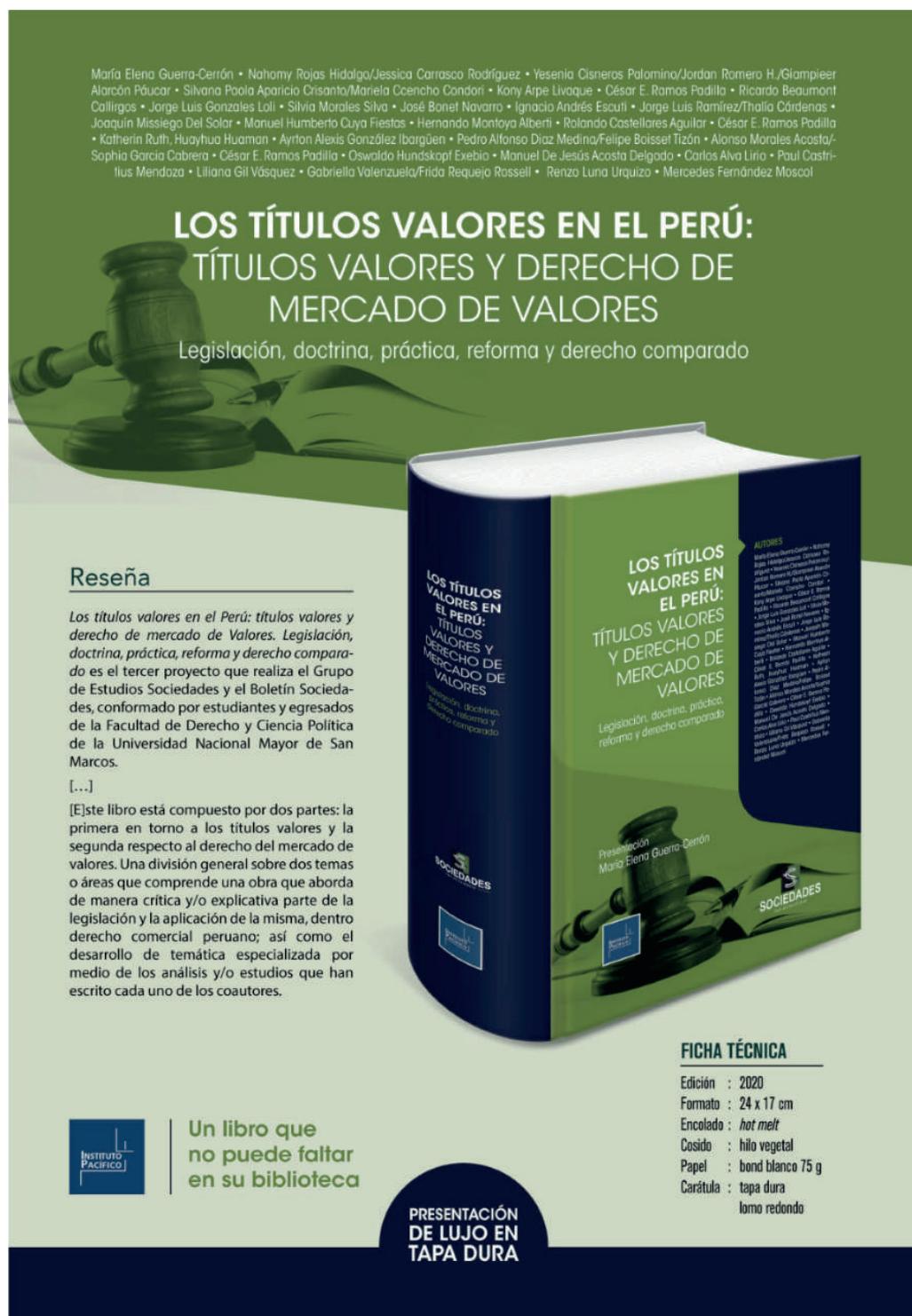
Según lo expuesto, afirmo enfáticamente que el X Pleno Casatorio Civil da lugar a un litigio abusivo y de mala fe, puesto que una de las partes podría presentar medios probatorios fuera de plazo, el juez estaría obligado a evaluarlas para su admisión oficiosa y emitir la resolución final. Por ello, considero que la jurisprudencia debe cumplir un rol activo para orientar la correcta aplicación de la presente regla.

Notas

(1) Considerando 6 de la Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el EXP. N° 763-2005-PA/TC, Lima, Inversiones La Carreta S.A. <https://tc.gob.pe/jurisprudencia/2006/00763-2005-AA.html>

(2) Cassazione 14581. Sezione terza civile (21 de marzo-22 de junio de 2007).

Tercer proyecto realizado



Reseña

Los títulos valores en el Perú: títulos valores y derecho de mercado de Valores. Legislación, doctrina, práctica, reforma y derecho comparado es el tercer proyecto que realiza el Grupo de Estudios Sociedades y el Boletín Sociedades, conformado por estudiantes y egresados de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

[...]

[E]ste libro está compuesto por dos partes: la primera en torno a los títulos valores y la segunda respecto al derecho del mercado de valores. Una división general sobre dos temas o áreas que comprende una obra que aborda de manera crítica y/o explicativa parte de la legislación y la aplicación de la misma, dentro derecho comercial peruano; así como el desarrollo de temática especializada por medio de los análisis y/o estudios que han escrito cada uno de los coautores.

FICHA TÉCNICA

Edición :	2020
Formato :	24 x 17 cm
Encolado :	hot melt
Cosido :	hilo vegetal
Papel :	bond blanco 75 g
Carátula :	tapa dura lomo redondo



Docente - asesora:
Dra. María Elena Guerra Cerrón

Equipo Especial:
Nahomy Rojas Hidalgo

Editor general:
Manuel de Jesús Acosta Delgado

Colaborador permanente:
Grupo de Estudios Sociedades

Teléfono: (+51) (01) 376-5192
e-mail: sociedades.peru@gmail.com
Facebook: "Boletín sociedades"
Blog: www.boletinsociedades.com
Perú - 2021



lus et Iustitia

sociedades

Boletín Jurídico Enfoque Multidisciplinario