



Sociedades

Boletín Jurídico Enfoque Multidisciplinario e Interdisciplinario

Agosto 2023

Comentario

- El Perú a pique y un incierto 2024

p. 3

Noticia del mes

- Ley N° 31866: Impulso al emprendedor mediante formalización digital de las bodegas

p. 4

Artículos

- Objeto social: la indeterminación en el Anteproyecto de la Ley General de Sociedades

p. 6

- Auge del E-commerce en el Perú durante la pandemia del Covid-19

p. 11

Espacio procesal

- Acerca de aplicación de la doctrina de los actos propios en el artículo 14 del Dec. Leg. N° 1071

p. 17



Asociación de Bogueros



Ius et Iustitia

Sociedades

Boletín Jurídico Enfoque Multidisciplinario e Interdisciplinario

Contenido

Comentario

- El Perú a pique y un incierto 2024
Fabio Leandro RIVERA GONZALES..... p. 3

Noticia del mes

- Ley N° 31866: Impulso al emprendedor mediante formalización
digital de las bodegas
Emily Adriana MARTÍNEZ CARRIÓN..... p. 4

Artículos

- Objeto social: la indeterminación en el Anteproyecto de la Ley
General de Sociedades
Nayeli del Carmen MATOS LOZANO..... p. 6

- Auge del E-commerce en el Perú durante la pandemia del
Covid-19
Bruce Klar SALAZAR CHOQUE..... p. 11

Espacio procesal

- Acerca de aplicación de la doctrina de los actos propios en el
artículo 14 del Dec. Leg. N° 1071
Estrella Alejandra LEÓN GARCÍA..... p. 17

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

ALAYO OLIVERA, Andrea Alida
 ALVA LÓPEZ, Milagros Elizabeth
 BARBA SILVA, Karoline
 BARREDA ESPINOZA, Isabeau Carolina
 BLAS DIAZ, Michell Fabrizio
 CACERES MONTAÑO, Daniel Wignard
 CAMPOS VELAZCO, Roxana Nora
 CONTRERAS AVALOS, Carlos O'neill
 CORONEL AYALA, Melina Lizeth
 FLORES RAMOS, Elias Kevin
 GARAY LOARTE, Gian Piero
 LABERIANO ARBIETO, Rolando
 LIZARME CORONADO, Leidy Lisset
 MALQUI ZUÑIGA, Nayely Brigitte
 Mancisidor García, Marcelo Osman
 MARAVÍ CHIPANA, Nataly Nicole
 MATOS LOZANO, Nayeli del Carmen
 MENDOCILLA SEGURA, Joaquin Alejandro
 NOLASCO VILLANUEVA, Allison Milagros
 OLORTEGUI LEYVA, Jasmin Olenka
 PADILLA PALOMINO, Karol Stefani
 RAMOS CAPARACHIN, Marilú Danissa
 REYES GARCIA, Fatima Milagros de Maria
 RIVERA GONZALES, Fabio Leandro
 SÁEZ ALFARO, Piero Alejandro
 SALAZAR CHOQUE, Bruce Klar
 SALAZAR SALDAÑA, Antonio Guillermo
 SANTA CRUZ NORIEGA, Helen Analu
 SANTILLAN LINARES, Clever Daniel
 TIMANÁ QUISPE, Lucía Natalia
 VIGIL ESTEBAN, Martha Crisitina
 VILCHES CANO, Jose Miguel
 WATANABE CUSTODIO, Kasumi Vida
 YPARRAGUIRRE RIVERA, Lesly Jessica

MIEMBROS HONORARIOS

ACOSTA DELGADO, Manuel de Jesús⁺
 ALARCÓN PAUCAR, Giampieer

ALFARO PONCE, Moisés Gonzalo
 ÁNGELES NUÑEZ, Christian Jesús
 CARRASCO RODRIGUEZ, Jessica Pamela
 CCENCHO CONDORI, Mariela
 CERVANTES VILLACORTA, Carla Lizbeth
 CISNEROS PALOMINO, Yesenia
 CORDOVA QUISPE, Erick
 CUYA FIESTAS, Manuel Humberto
 DE LA TORRE ORE, Jimmy
 ESPINOZA CUADROS, José Eduardo
 EVANGELISTA ROMERO, Dayana
 GONZÁLEZ IBARGÜEN, Ayrton Alexis
 GRIMALDO SANCHEZ, Carol Alexandra
 GUTARRA SANCHEZ, Kevin Anthony
 GUTIERREZ RAMIREZ, Noemi Lizbeth
 INGA TARAZONA, Brucelee
 LANDEO HUAMAN, Sussel Xiomara
 LAURENTE BELLIDO, Judith Daisy
 LEZAMA COAGUILA, Gianella
 LIVIA VALVERDE, Jaritza Pilar
 MECHAN HUAPAYA, Kenny
 MESTANZA GARCIA, Omar
 OBREGON PALACIOS, Heydy Cristel
 PALACIOS CÉSPEDES, Bryan Augusto
 PINEDO VALENTIN, Richard Alexander
 PINGUZ GONZALES, Anwar Aram David
 QUISPIALAYA ESPINOZA, Diana Carolina
 RIVERA ROJAR, Adanaí Sharon
 ROJAS HIDALGO, Nahomy
 SERNAQUÉ URACAHUA, Jorge Luis
 VALENCIA LULO, Silene
 VARILLAS CASTILLO, Cristina

DOCENTE DEL GRUPO DE ESTUDIOS

Dra. J. María Elena Guerra Cerrón

Comentario

El Perú a pique y un incierto 2024



Escribe: Fabio Leandro RIVERA GONZALES (*)

Pasados los mediados del año 2023, el diagnóstico del desenvolvimiento de la economía nacional no puede ir a peor. Según el informe técnico N° 02-Mayo 2023 del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, “PBI desestacionalizado en el trimestre de análisis [correspondiente al primero del año 2023], se contrajo en -1,1% respecto al trimestre inmediato anterior” (INEI, 6). Ello evidencia un decrecimiento de la capacidad productiva del país o, en otras palabras, la depresión de la economía interna, lo que refleja el desplome del 10% de la inversión privada.

Según El Comercio, ello puede deberse al estallido social de los últimos meses y las anomalías climáticas producidas por el fenómeno del niño, lo que influyó negativamente en la inversión del sector privado (agravado por la inacción de los órganos de la administración pública). Naturalmente, la incertidumbre respecto al devenir del comportamiento el Gobierno (y como consecuencia, en el mercado) impide que los agentes económicos evalúen las condiciones en las que realizan sus inversiones y la rentabilidad las mismas.

El ejemplo más concreto de ello se encuentra en el impacto que tuvo en la economía nacional la paralización de las minas Las Bambas y Cuajone durante el año 2022, que, según el Ministerio de Energía y Minas, disminuyó un 6.4% para el tercer trimestre del año (Instituto Peruano de Economía, 2023). Siendo que la economía del país es fundamentalmente extractiva, el desempeño del sector minero juega un rol crucial en el desempeño del país.

Aun considerando ello, no parece haber una interiorización de la relevancia del sector para la economía del país. Ello se evidencia las acciones realizadas los últimos días por algunos gobiernos locales contra las empresas más importantes del sector.

A pesar del panorama planteado, según el Instituto Peruano de Economía, “existen algunos factores que podrían permitir que el crecimiento del PBI se acelere durante el próximo año” (Instituto Peruano de Economía, 2023). Tales serían la recuperación del consumo y la consecuente recuperación de las inversiones del sector privado, junto con un aumento en inversión de obras públicas de parte del Gobierno.

Ante lo anteriormente descrito, no queda más que esperar que los órganos del Gobierno actúen de tal forma que propicie la inversión privada y así afrontar la incertidumbre con la que vendría el 2024.

Referencias

Instituto Peruano de Economía. "Crecimiento de la economía será de apenas 0.8% en el 2023". El Comercio, 6 de agosto de 2023. <https://acortar.link/zU9Cct>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. Informe Técnico N° 02 Mayo 2023. Producto Bruto Interno Trimestral. Director Henrry Meza Meza. Lima, mayo de 2023.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. Informe Técnico N° 04 Noviembre 2022. Producto Bruto Interno Trimestral. Director Henrry Meza Meza. Lima, noviembre de 2022.

(*) Estudiante de 5to año de Derecho de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – UNMSM. Miembro principal del Grupo de Estudios Sociedades – GES



Bodega Digital

Ley N° 31866: Impulso al emprendedor mediante formalización digital de las bodegas

Escribe: Emily Adriana MARTÍNEZ CARRIÓN
Estudiante de 2do año de Derecho de la UNMSM
Directora Adjunta Capítulo Lima - Sociedad Peruana de Derecho



I. Introducción

El 11 de agosto pasado, el Congreso de la República del Perú aprobó una normativa de gran importancia que introduce modificaciones sustanciales a la Ley General de Bodegueros. El objetivo principal de estas modificaciones es simplificar y agilizar los procedimientos requeridos para la formalización de los bodegueros como microemprendedores. Bajo el marco de la recientemente promulgada Ley N° 31866, se han realizado cambios significativos en el proceso de obtención de la licencia provisional de funcionamiento, lo cual es un paso esencial en el proceso de

formalización de negocios en nuestro país.

Una de las innovaciones más destacables introducidas por esta ley es la posibilidad de presentar la documentación necesaria para obtener la licencia de funcionamiento de forma virtual, en cumplimiento de lo estipulado expresamente por la ley. Esto implica el uso de los portales web de las municipalidades correspondientes a la jurisdicción del lugar donde se ubicará el negocio, previa coordinación con la Presidencia del Consejo de Ministros.

Adicionalmente, esta autorización temporal se extenderá por un periodo de 12 meses,

proporcionando a los propietarios de bodegas un plazo sustancial durante el cual podrán operar de acuerdo con las regulaciones legales. Esta extensión brinda mayor certidumbre y les permite planificar sus actividades a futuro con confianza.

II. Ventajas de la legislación

La aprobación de la Ley N° 31866 tiene una relevancia significativa en el ámbito regulatorio y tiene el potencial de generar un impacto importante en la economía y el sector de los microemprendedores, especialmente en el negocio de las bodegas. Simplifica y agiliza los trámites para formalizar a los bodegueros como microemprendedores, una demanda esperada por mucho tiempo. Esto beneficia a pequeñas empresas que operan en locales, a menudo dirigidas por personas o familias con recursos limitados y pocos conocimientos legales especializados, al hacer que la formalización sea más accesible y oportuna para todos.

La posibilidad de presentar la documentación de forma virtual a través de los portales web de las municipalidades es una medida que refleja la adaptación a las nuevas tecnologías y simplificación de procesos. Esto no solo ahorra tiempo y recursos para los bodegueros, sino que también puede fomentar la transparencia en el proceso.

III. Opinión final

El hecho de que la licencia provisional de funcionamiento se otorgue automáticamente, siempre que se cumplan los requisitos básicos y se cuente con la conformidad de zonificación y compatibilidad de uso, representa un avance significativo, eliminando una barrera importante que obstaculizaba la formalización de estos negocios. Esta vía de formalización de bodegas y microemprendimientos de forma virtual podría crear un ambiente más propicio para la inversión y generación de empleo.

Cuando los mencionados negocios pequeños se formalizan pueden acceder a una serie de beneficios que antes no estaban disponibles para ellos. Esto, a su vez, puede llevar a su crecimiento, lo que

tiene un efecto multiplicador en la economía del país. Además, al reducir la economía informal, donde las actividades económicas a menudo escapan de la regulación del Gobierno, es posible realizar mejoras en los servicios públicos. Con más negocios operando de manera formal, se pueden aumentar los ingresos del Estado y a su vez invertirlos en servicios esenciales. Esto no solo beneficia a los propietarios de bodegas y microemprendimientos, sino que adicionalmente mejora la calidad de vida en las comunidades locales de una manera significativa.

En resumen, la Ley N° 31866 representa un paso importante hacia la simplificación y agilización del proceso de formalización de bodegas y microemprendimientos en el Perú. Si se ejecuta de manera eficiente y se brinda el apoyo adecuado a los emprendedores, esta legislación podría generar un impacto positivo a largo plazo en la economía y la sociedad de nuestro país.

Referencia

El Peruano. 2023. "El N° 31866: Congreso aprueba norma que impulsa la formalización de bodegueros". El Peruano, 11 de agosto. Acceso el 11 de agosto de 2023. <https://cutt.ly/awhEFP25>



Drazen Zigic

Objeto social: la indeterminación en el Anteproyecto de la Ley General de Sociedades

Escribe: Nayeli del Carmen MATOS LOZANO

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



I. Introducción

La discusión doctrinaria en el Perú sobre el tratamiento legislativo del objeto social es un tema de interés en el ámbito jurídico societario. Al respecto, el debate focaliza concluir si la precisa determinación del objeto social es la mejor opción legislativa para satisfacer las necesidades societarias. En este contexto, el objeto social, entendido como aquel conjunto de actividades que desarrollará la sociedad en el mercado, es regulado por el artículo 11 de la Ley N° 26887, Ley General de Sociedades (en adelante, la LGS), donde se especifica la necesidad de incluir la descripción del objeto social en el estatuto de la sociedad.

La determinación clara y detallada de las actividades económicas de la sociedad es tópico de cuestionamiento por los expertos y estudiosos del derecho peruano, ello dado que algunos

autores han reprochado la rigidez de la obligatoriedad de su delimitación, optando consecuentemente por la iniciativa de su flexibilidad. Por este motivo las exigencias de un cambio normativo posibilitaron la implementación del Anteproyecto de la Ley General de Sociedades (en adelante, "Anteproyecto de la LGS") con la innovación de codificar en el artículo 10 la alternativa de elegir libremente la determinación o indeterminación del objeto social en el estatuto.

El Anteproyecto de la LGS se reconoce como una propuesta legislativa preliminar; no obstante, su importancia radica en su capacidad para agilizar la elaboración de una futura ley, recopilar sugerencias de diversos actores y fomentar el consenso doctrinal. En particular, la redacción del anteproyecto, y más específicamente del artículo 10, destaca la necesidad de una revisión objetiva de

su actual regulación jurídica, así como de los argumentos a favor y en contra de esta. El objetivo es seleccionar el modelo legislativo que mejor se ajuste a los requisitos del Derecho Societario. En este sentido, el anteproyecto sirve como un instrumento para impulsar una discusión informada en busca de una legislación más adecuada y actualizada en este ámbito.

II. El objeto social en la Ley General de Sociedades

2.1 Definición del objeto social

De conformidad con el profesor Alfredo Ferrero Diez Canseco, el objeto social es la actividad económica lícita que fundamenta la existencia de una sociedad, la misma que es pactada libremente por los fundadores de la corporación al momento de su constitución, asimismo tales operaciones al no ser inmutables están sujetas a ciertas formalidades que la ley establece en caso de modificación (1996, 163-164).

Así mismo, en consonancia con Enrique Elías Laroza, el objeto social y, en específico, su determinación en el estatuto es uno de los requerimientos más importantes para una sociedad; puesto que, a través de su precisión, se logra identificar el fin social por el cual los socios deciden reunirse y aportar un capital orientado a desempeñar operaciones económicas (1998, 7). A propósito, se destaca la regulación que brinda la LGS sobre el objeto social, dado que identifica la tutela jurídica de la determinación del objeto social con la protección de los intereses societarios.

2.2 Tratamiento legislativo del objeto social en el Perú

En la actualidad, la LGS regula el contenido del objeto social dotándolo imperativamente con las características de licitud, posibilidad y determinación; siendo esta última la característica más controvertida doctrinalmente debido al cuestionamiento de la utilidad que genera su identificación en el estatuto social. A su vez, el artículo 11 de la citada ley establece los elementos que la conforman, sin perjuicio de ello, su regulación no se desvanece en un solo artículo, sino que amplía su alcance a diferentes disposiciones o reglamentos nacionales, enriqueciendo así su esfera de aplicación.

En el Perú, corresponde al Tribunal Registral la facultad de evaluar en segunda y última instancia admis-

nistrativa las negativas de inscripción en Registros Públicos. En este sentido, de acuerdo con el artículo 26 del Reglamento de Registro de Sociedades, aquellos objetos sociales que no estén claramente definidos serán rechazados. De hecho, se pone de manifiesto la relevancia jurídica de la descripción del objeto social como una limitación para el acto constitutivo de la sociedad, de conformidad con la LGS y otras legislaciones aplicables (Montoya y Loaiza 2015, 161-162).

III. Objeto social indeterminado en el Anteproyecto de la LGS

3.1 Alternativa legal a la determinación social obligatoria

La regulación normativa del objeto social podría experimentar una significativa modificación debido al contenido del Anteproyecto de la LGS; puesto que su redacción brinda una discrecionalidad arriesgada a los socios, pues permite la libertad de elegir la precisión o no del objeto social en el estatuto. Es importante destacar que, el artículo 10 del Anteproyecto de la LGS modificaría el artículo 11 de la LGS, permitiendo una mayor autonomía jurídica de los socios en la dirección de las sociedades. Ciertamente, esta posible alternativa legal representa un avance relevante para aquellos que abogan por la adaptabilidad del objeto social a las necesidades del mercado.

Objetivamente, conviene precisar que ciertos autores consideran que la imperativa determinación del objeto societario resulta anticuada para defender los intereses de quienes se reunieron en un primer momento para constituir la sociedad; por tal motivo, se señala la exigencia de ser los socios quienes, en miras de sus propósitos en el mercado, decidan la categoría que mejor les convenga (Montoya y Loaiza 2015, 164). Vale decir, se concluye que escoger voluntariamente la determinación o indeterminación del objeto social plasmará una mayor autonomía de los socios en la toma de decisiones empresariales.

IV. Consideraciones doctrinarias sobre el objeto social

4.1 Legislación comparada

El ordenamiento jurídico corporativo de países como Estados Unidos opta por la potestad de decisión que tienen los socios en cuanto a la tipificación del objeto social en el estatuto, permitiendo

una mayor flexibilidad de las actividades económicas de la sociedad (Hernández 2007, 239-240). No obstante, para quienes se sientan atraídos por los beneficios de la aplicación del modelo societario estadounidense, debe recordarse que la legislación de cada país es particular a su contexto sociopolítico, lo que contribuye a que las leyes referentes a operaciones financieras no compartan el mismo potencial de desarrollo económico en todos los países.

En efecto, lo esencial es evaluar las condiciones del mercado que cada Estado ofrece con el objeto de determinar la situación más conveniente para los empresarios, ello considerando que el sistema normativo de cada jurisdicción es diferente y adaptado a necesidades específicas de su entorno. Sirva de muestra que, a diferencia de Estados Unidos, la doctrina societaria española acoge la determinación clara y precisa del objeto social en el estatuto para brindar certeza a los negocios empresariales (Montoya y Loayza 2015,158).

4.2 Discusión doctrinaria en el Perú

Como se ha explicado, nuestro ordenamiento jurídico estipula que las actividades de la sociedad deben estar determinadas de manera expresa y concisa en el estatuto social, ello con la intención de eliminar toda vaguedad en la interpretación de sus alcances. Sin embargo, actualmente diversos autores discuten el supuesto beneficio que la determinación del objeto social genera en la administración de la sociedad. Ciertamente, debe señalarse que hay quienes para evitar el debate prefieren buscar un equilibrio entre ambos enfoques, caso ilustrativo es el Anteproyecto de la LGS que, en lugar de mantener una postura definida como lo hace la actual ley, opta por la libre elección de delimitar o no el objeto social.

4.2.1. Argumentos a favor de la indeterminación

Con el fin de exponer las razones por las cuales se considera obsoleta la práctica de tipificar de forma determinada el objeto social, se recurrirá a la opinión de destacados autores como Alfonso Montoya Stahl, Fernando Loayza Jordán y Juan Luis Hernández Gazzo. Sin lugar a duda, los citados expertos han identificado acertadamente los elementos corporativos que respaldan la preferencia por un objeto social indeterminado, argumentos entre los cuales destacan los siguientes: la flexibilidad del mercado, el interés de los socios y, no menos impor-

tante aún, el interés de los terceros contratantes.

En lo referente a la flexibilidad del mercado, se enfatiza la conveniencia para los socios de establecer un objeto social indeterminado que permita su rápida adaptación a los diferentes escenarios económicos (Montoya y Loayza 2015, 164). En líneas generales, suele difundirse por ciertos sectores que, las sociedades que son capaces de ser flexibles en su enfoque y estructura están preparadas para ajustarse a las tendencias de los consumidores a través del tiempo. De conformidad, las sociedades que rápidamente aprovechan las exigencias sociales tienen mayores posibilidades de mantenerse vigentes, y ello es un fenómeno priorizado por países del sistema anglosajón como Estados Unidos.

Otro punto destacable por los defensores de la indeterminación es lo relativo a la protección del interés de los socios, el cual está sustentado en que una sociedad que tiene un objeto social indeterminado no tiene áreas específicas y rigurosas de actuación (Montoya y Loayza 2015,165). Esto conlleva a que el desarrollo de las operaciones económicas en cualquier ámbito lícito no pueda ser considerado contrario a los estatutos ni al interés social porque los socios en su interrelación con terceros no infringirán, por regla general, la validez del negocio jurídico.

A propósito de la premisa precedente, el interés de los terceros contratantes es un motivo de preocupación para los socios, puesto que, refleja la esencia de la actividad económica de la sociedad. Vale decir, es bien sabido que el estatuto de una sociedad, entre sus variados objetivos, establece límites y restricciones a la actuación de los socios en tanto a su vinculación con terceros, motivo por el cual, a falta de los estipulados límites, se generaría la confianza en una contratación válida y exigible jurídicamente (Montoya y Loayza 2015,166).

4.2.2. Argumentos a contra de la indeterminación

Académicos como Oswaldo Hundskopf advierten que la determinación del objeto social es uno de los más importantes requerimientos exigidos para la constitución de la sociedad (Hundskopf 2003, 314). Por lo visto, la determinación debería ser la única opción legislativa en la LGS, pues lo contrario implicaría el desequilibrio jurídico sobre la regulación de la permanencia de la sociedad en la

economía. Un ejemplo es el artículo 407 de la LGS, que establece las causas de disolución cuando el objeto social resulta imposible de llevar a cabo.

Sin desmerecer lo anterior, uno de los autores que mejor desarrolla y reúne los principales argumentos a favor de la determinación del objeto social es Alfredo Ferrero Diez Canseco. De manera que, utilizando su razonamiento, la importancia del objeto social y su delimitación reside en los siguientes postulados: el reconocimiento del interés social y su atractivo económico, la fijación de límites a las facultades de los representantes y la protección de los terceros (1996, 164).

La identificación del interés social se vincula directamente a la garantía que para la sociedad significa la especificación de las actividades en el estatuto, pues ello configura la manifestación del interés determinante del acto constitutivo de la sociedad (Ferrero 1996, 164). Es claro que lo esgrimido encuentra relación con la evaluación financiera realizada por los socios al momento de apostar e invertir en una sociedad cualesquiera, ya que el atractivo económico de un negocio reside en el nivel de seguridad que generan ciertas actividades en el mercado. Para ilustrar, lo esbozado se concreta en el artículo 200 sobre derechos de separación del accionista en caso se decida cambiar el objeto social.

La protección del interés de los terceros guarda relación con el conocimiento que estos poseen sobre las actividades que las sociedades tienen permitido desarrollar, ello debido a que la información del objeto social plasmada en el estatuto permitirá la toma de decisiones conscientes y sin vicios por parte de los contratantes (Ferrero 1996, 166). Significa que una persona con información al alcance tendrá siempre la certeza de negociar dentro de los límites del interés social y, consecuentemente, de manera válida. Vale decir, lo contrario implicaría un riesgo en la seguridad de los acuerdos.

Ahora bien, en cuanto a la fijación de los límites a las facultades de los representantes, la delimitación de las actividades económicas en el estatuto facilitará la evaluación de la correcta actuación de los socios, accionistas u órganos que representen y comprometan a la sociedad a través de su relación con terceros (Ferrero 1996, 164). Sintetizando, de conformidad con lo pactado por los socios en el estatuto, el establecimiento del objeto social en el

estatuto funciona como un criterio orientador del consentimiento que las operaciones merecen, así como un límite que reprocha y descalifica ciertas intervenciones en el mercado.

V. Reflexiones personales: el alcance del objeto social en operaciones de las sociedades anónimas

El debate exemplificado ilustra cómo distintos sectores se posicionan en relación con la tipificación de la determinación del objeto social. Algunos abogan por una regulación amplia que permita la diversificación de las actividades económicas, mientras que otros defienden una codificación más restrictiva que garantice la seguridad jurídica en el ámbito societario. En última instancia, el debate se centra en definir la mejor alternativa legislativa con el objetivo de asegurar no solo la supervivencia y posterior crecimiento de la sociedad en el mercado, sino también de la unidad jurídica del contenido de la LGS.

En ese artículo, se pretende apostar por la determinación del objeto social en el estatuto. En efecto, si recapitulamos el primer apartado y desglosamos la conceptualización del objeto social, entenderemos que la esencia de este reside en la fiel clasificación de las actividades de la sociedad, lo que conlleva a rechazar la sola posibilidad de admitir una ambigüedad en su contenido. Con seguridad, un marco jurídico que consienta un indeterminado tratamiento jurídico, como lo realiza el Anteproyecto de la LGS contravendría su propia naturaleza y los objetivos que intenta proteger.

En lo concerniente al impacto de la determinación del objeto social en las sociedades anónimas —sociedades capitalistas por excelencia— al decidir constituir una sociedad, los socios evalúan cuidadosamente los riesgos económicos que ciertas actividades pueden generar en el mercado y, de manera consciente y libre, eligen la opción que mejor se ajuste a sus intereses. En este sentido, la determinación del objeto social desempeña un papel fundamental al brindar seguridad y confianza en el acuerdo primigenio. Ciertamente, establecer el objeto social implica que los socios no puedan cambiar fácilmente de sector económico, a menos que exista un consenso renovado entre ellos, lo que genera estabilidad y coherencia en las actividades de la sociedad.

VI. Conclusiones

6.1. La LGS establece que la regulación del objeto social debe ser determinado, lícito y posible. A su vez, el objeto social es el elemento fundamental de la estructura societaria debido a que, mediante su delimitación, se establecen los límites de sus operaciones y actuaciones en el mercado. Sin embargo, actualmente se discute si la falta de flexibilidad del objeto social es la mejor opción legislativa para la regulación de las sociedades en el Perú, especialmente en las sociedades anónimas.

6.2. En la actualidad, el debate doctrinario sobre la determinación del objeto social ha adquirido nuevamente relevancia en el ámbito societario debido al contenido del Anteproyecto de la LGS, específicamente por la implementación del artículo 10, el cual establece que las sociedades pueden escoger entre una determinación o una indeterminación del objeto social. En este sentido, el debate se centra en analizar si el objeto social debe ser plasmado o no en el estatuto de manera restringida para garantizar el interés de los socios.

6.3. Los defensores de la indeterminación del objeto social privilegian los beneficios de la flexibilidad de las actividades económicas en el mercado; asimismo promueven las ventajas de defensa de la autonomía privada, el interés de los socios y el interés de los terceros contratantes. Mientras que, los partidarios de la determinación priorizan la protección del interés económico de los socios, el control hacia las actuaciones de los representantes de la sociedad y el interés de los terceros contratantes.

6.4. Se considera que la cláusula de un objeto social indeterminado transgrede la esencia misma de su contenido. A propósito, en cuanto a los alcances que generaría su aplicación en las sociedades anónimas, la determinación de las actividades económicas de la sociedad juega un papel crucial al proporcionar seguridad y confianza en el acuerdo inicial. Finalmente, la habilidad organizativa de la sociedad en cuanto a la toma de decisiones resulta fundamental para ajustarse de manera ágil a los cambios y contingencias del mercado, no así la ambigüedad de su objeto.

VII. Referencias

Elias Laroza, Enrique. 1998. "El objeto social, los alcances de la representación y los actos "ultra vires" en la nueva Ley General de Sociedades". *Derecho & Sociedad* 13: 7-12. <https://cutt.ly/g-whUbnpq>

Ferrero Diez Canseco, Alfredo. 1996. "La función e importancia del objeto social en las sociedades mercantiles". *Revista Ius et Veritas* 13: 163-171. <https://cutt.ly/fwhUbAJ9>

Hernández Gazzo, Juan. 2007. "La actividad empresarial de las sociedades anónimas y el alcance de la representación societaria: Cuestionamiento a la determinación del objeto social". *Revista Ius et Veritas* 35: 228-240. <https://cutt.ly/0whUb4KT>

Hundskopf Exebio, Oswaldo. 2003. "Precisiones sobre el objeto social, los actos ultra vires y la afectación del interés social de las sociedades anónimas". *Revista Advocatus* 8: 313-325. <https://cutt.ly/ywhUnZD8>

Montoya Stahl, Alfonso y Fernando Loayza Jordán. 2015. "La determinación obligatoria del objeto social: Una regla anacrónica". *Revista Ius et Veritas* 51: 156-172. <https://cutt.ly/EwhUmw0E>



Auge del E-commerce en el Perú durante la pandemia del Covid-19

Escribe: Bruce Klar SALAZAR CHOQUE

Estudiante de 3er año de Derecho de la UNMSM
Miembro principal del Grupo de Estudios Sociedades – GES



I. Introducción

En los últimos años el e-commerce viene incrementando de manera significativa su posición dentro del mercado, revolucionando así el sistema de compra tradicional; ello se debe, en gran medida, al nacimiento de las nuevas generaciones junto al progreso tecnológico.

Ante este contexto se cuestiona si es fundamental poseer un cuerpo normativo que regule y contemple los nuevos riesgos que pueda generar este tipo de negocio; es por ello que en las siguientes líneas contemplaremos una mirada panorámica del e-commerce en nuestro país, partiendo de algunas cuestiones básicas como el concepto, la evolución, las ventajas y desventajas, el impacto durante la pandemia del COVID-19 junto a las oportunidades, desafíos y regulación que genera.

La única intención del presente artículo es denotar la importancia de la regulación que se debe tener, considerando que las nuevas tecnologías al adecuarse a la sociedad también se adecuan al derecho.

II. Definición

2.1 Introducción al e-commerce

2.1.1 Evolución y características

Para comprender la evolución del e-commerce o comercio electrónico es esencial tener en cuenta su definición. Dicho esto, puede ser conceptualizado de manera muy sencilla como aquella modalidad donde las partes interactúan electrónicamente para realizar transacciones de índole comercial, cambiando totalmente la modalidad tradicional que consistía en el contac-

to directo (Malca 2001, 33). En otras palabras, lo que caracteriza a este modelo de comercio es su método de compra y venta a través de un espacio digital, permitiendo reducir costos y mejorar la comunicación entre el cliente y la empresa, haciendo que el proceso de compra sea más rápido y eficiente.

Ahora bien, cuando nos referimos a la evolución del e-commerce, curiosamente no nos remontamos a la época en la que apareció el Internet; sino, nos trasladamos a inicios del siglo XX, específicamente a Estados Unidos con la incorporación de los famosos catálogos de productos que permitieron la compra mediante llamadas telefónicas y sin la necesidad de un contacto físico directo (Lizarzaburu 2023, 3).

Posteriormente, la segunda etapa se sitúa en 1980, con la aparición de las “televentas” como una herramienta más modernizada que ofrecía mayores ventajas a los usuarios; sin embargo, el formato de compra se seguía manteniendo, es decir, mediante llamadas telefónicas.

Subsecuentemente, la tercera etapa se consolida a finales del siglo XX, con una de las revoluciones tecnológicas más significativas acontecidas hasta la fecha, aparición del World Wide Web y en conjunto con el surgimiento de reconocidas plataformas de e-commerce existentes hasta la actualidad, como Amazon e eBay.

2.1.2 Ventajas

2.1.2.1 Alcance y comodidad

Se destaca como una de las principales ventajas el alcance global que ofrece, debido a que permite a las empresas atraer clientes de todos los rincones del mundo. Esto difiere de las tiendas físicas que, por su modalidad, tienen una audiencia más limitada.

Aunado a ello, permite adquirir bienes desde cualquier parte del mundo, de esta manera el consumidor no tiene la necesidad de trasladarse a una tienda física para realizar la compra. De lo mencionado, en este punto se entiende que “el comercio electrónico ha abierto nuevos horizontes para la trascendencia de los servicios globales y reducido de manera drástica el significado de la distancia” (Czinkota y Ronkainen 2008, 513).

2.1.2.2 Flujo comercial constante

Mediante el e-commerce, las empresas tienden a

mantener ventas continuas las 24 horas del día, los 7 días de la semana, sin importar la ubicación geográfica y prescindiendo del control humano. Esto se logra en virtud de que actualmente los sistemas de ventas en línea acostumbran a ser automatizados. Por ejemplo, una mayor eficiencia, lo que se traduce en un aumento significativo de la productividad, acceso a mercados más amplios y el aumento de las ventas (Hunt y Rolf 2022, 19).

2.1.2.3 Reducción de costos

En la actualidad es mucho más sencillo llevar a cabo el e-commerce sin la necesidad de contar con un capital inicial abrumador. Puesto que, en palabras de Martínez (2016), “[p]ermite reducir costos de transacción, de administración y reduce procesos de distribución e intermediación. Se centra en la oferta y demanda de los bienes y servicios” (citado por Cordero 2019, 19). En otras palabras, se eliminaría costos del funcionamiento de una tienda física como, el alquiler y el mantenimiento de un local. Incluso, algunas empresas se evitan los costos que conlleva la distribución de los productos mediante el dropshipping (1).

2.1.3 Desventajas

2.1.3.1 Barreras tecnológicas

Una de las principales desventajas del e-commerce es que para hacer uso de este modelo de comercio hay una necesidad de tener acceso a tecnología y de contar con habilidades digitales para realizar compras en línea. Claro está que, no todas las personas tienen acceso a una conexión a Internet estable, una computadora o un dispositivo móvil para realizar compras en línea. Además, incluso aquellas personas que cuenten con el acceso a la tecnología necesaria y al Internet pueden no tener la habilidad o el conocimiento para navegar y utilizar las plataformas de venta en línea.

En el caso del Perú, hoy en día se evidencia que la brecha digital existente es aún considerablemente grande. Puesto que, todavía existen zonas rurales en las que no se cuenta con los dispositivos necesarios para gozar de los diversos instrumentos que nos brinda la tecnología. Incluso, a pesar de que en algunas de estas comunidades rurales si cuentan con algún dispositivo tecnológico, resulta complicado hacer uso de este porque no hay una conexión a Internet decente o simplemente no existe algún medio para acceder a la red.

2.1.3.3 Asimetría de información en el B2C (business to consumer)

Otra desventaja es la asimetría de información en el modelo B2C o business to consumer que implica la existencia de un contrato base que contiene los "términos y condiciones de uso". Esto genera que una de las partes, el empresario, tenga la potestad de definir previamente las condiciones contractuales. Es por tal motivo que, debido a esta asimetría en la relación jurídica, es importante que el consumidor conozca bien los términos y condiciones antes de realizar una transacción.

2.1.3.4 Competencia alta

El hecho de tener acceso a una audiencia global conlleva a que los negocios en línea puedan vender sus productos en todo el mundo, lo cual, últimamente, ha generado una mayor oferta en el mercado. Por ende, al haber una mayor oferta de un mismo producto en la industria, genera una mayor competencia. Como resultado, ello afectaría significativamente a los empresarios, puesto que puede llevar a una disminución en los precios; lo que, a su vez, puede reducir la rentabilidad de las empresas y limitar su capacidad para innovar y mejorar la calidad de sus productos.

III. Impacto durante la pandemia

3.1 Perú

3.1.1 Crecimiento del e-commerce durante los años 2020-2021

Durante la pandemia, el crecimiento abrupto del e-commerce se respaldó esencialmente por (i) el cierre de establecimientos físicos, (ii) las restricciones de movilidad, (iii) las medidas de seguridad y (iv) el distanciamiento social impuesto debido al enorme temor por la propagación del virus (Dorado 2020,19). Por ende, entendemos que el boom del e-commerce se da a causa del confinamiento y a las medidas adoptadas durante la crisis sanitaria.

Ahora bien, en el caso del Perú, según Víctor Gonzales (Observatorio Ecommerce, 2021), no cabe lugar a dudas que la crisis sanitaria marcó un antes y un después en la economía digital del país. Su impacto fue tan significativo que aceleró el desarrollo del e-commerce previsto para un plazo de 5 años en tan solo 3 meses. De esta manera, se infiere que el crecimiento exponencial se debe a las circunstancias sanitarias que llevaron a dejar de lado el comercio tradicional. Por consiguiente, el e-commerce, durante este periodo, reemplazó al comercio convencional, de tal manera que las empresas tradicionales se vieron obligadas a adaptarse necesariamente a esta nueva realidad. Empero, no se puede afirmar categóricamente que el comercio tradicional ha desaparecido, puesto que solo tiene que vivir una adaptación a estos cambios, es decir, ofrecer al consumidor el nuevo modelo de compra que requiere (Seiva 2020, 12).

Cuadro N.º 1: Crecimiento E-commerce 2010 - 2021 (Volumen de venta)



Fuente: Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

En cuanto a la tasa de crecimiento del e-commerce, según Luis Gamarra (Observatorio Ecommerce, 2021) indicaba que en el 2019 la tasa de crecimiento registrada respecto al comercio electrónico fue de US\$ 4,000 millones. Por tanto, las proyecciones contempladas para el año 2020 indicaban un crecimiento estimado del 20% en comparación con el año anterior.

De esta manera, se esperaba alcanzar una cifra de ventas de alrededor de US\$ 4,300 millones de dólares, siguiendo la tendencia de crecimiento observada en años anteriores. Sin embargo, la realidad fue distinta, puesto que no se tenía prevista la llegada de una pandemia global. Es en base a eso que para el 2020 el comercio electrónico en Perú creció no en 20%, sino en un 50% llegando a alcanzar los US\$ 6,000 millones, según la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (en adelante, CAPECE). Del mismo modo, en el año 2021, según datos recogidos por CAPECE, el e-commerce creció en un 55% con relación al 2020, teniendo así un pico de US\$ 9,300 millones. En esa línea, el comercio electrónico llegó a su cumbre en el 2021, creciendo en un 132.5% respecto al 2019, es decir, antes de la pandemia (ver cuadro N.º 1).

3.1.2 Oportunidades generadas por el e-commerce

La primera oportunidad fue la generación de empleo. Como es sabido, la llegada del COVID-19 a nuestro país implicó que muchas empresas se vieran obligadas a cerrar sus locales físicos o reducir su capacidad de atención a los clientes. En vista de ello, el e-commerce permitió a muchas empresas mantenerse operativas y continuar generando empleo. Por otro lado, la transición de los negocios físicos al comercio digital requiere de conocimientos y habilidades específicas del mundo digital para garantizar una adaptación exitosa, por ende, las empresas requerían de nuevo personal que cuenten con las mencionadas habilidades.

Internacionalización de las empresas: Según la International Trade Administration, la crisis sanitaria causada por el COVID-19 ha impulsado un cambio significativo hacia la economía digital a nivel mundial, lo cual ha obligado a muchas empresas pequeñas a reconsiderar sus enfoques tradicionales de negocio. Debido a eso, el e-commerce ha desempeñado un papel fundamental en permitir que estas empresas alcancen a una amplia audiencia de

clientes y exploren nuevos mercados internacionales. De este modo, "la internacionalización puede ser muy gratificante y fundamental para la prosperidad, tanto de las corporaciones como de los empleados" (Czinkota y Ronkainen 2008, 282).

3.1.3 Desafíos en el e-commerce

Incluso desde antes que el comercio electrónico tuviera su boom, la desconfianza en este modelo de negocio siempre ha sido enorme. Según el Observatorio Ecommerce, informe elaborado por la CAPECE, hoy en día, las personas aún tienen el temor a que (i) el producto no sea entregado, (ii) la información de la tarjeta sea robada y (iii) la tienda en línea no sea real. Si bien hoy en nuestro país se defiende a los consumidores ante este tipo de engaños, esto se realiza mediante el Código de Protección al Consumidor, mas no hay un código en específico en materia del comercio electrónico. Por lo que, ameritaría regular este modelo de negocio lo más pronto posible.

Una problemática considerable en las primeras etapas del comercio digital durante la pandemia, debido a los escasos recursos y procedimientos que se tenían contemplados hasta la fecha fue la logística. De esta manera, era complicado para los consumidores hacer un seguimiento a su pedido y cerciorarse de que se encontrara todo en orden, ya que eran pocas las empresas que contaban con un sistema eficaz que permitiera ver el estado en el que se encontraba la compra. Por otro lado, existía un gran descontento entre los consumidores al darse cuenta de que, en numerosas ocasiones, sus pedidos se extraviaban, llegaban defectuosos o, en el mejor de los casos, fuera del plazo acordado. Por ende, era entendible que solicitaran una devolución o una respuesta a la empresa. Sin embargo, también resultaba siendo una incertidumbre, puesto que muchas empresas no respetaban las políticas de devolución.

IV. La regulación del e-commerce o e-regulación

4.1 Perú

Como se ha podido observar, el e-commerce plantea nuevos desafíos en las relaciones de consumo, lo cual demanda una normativa, moderna y actualizada, que se adapte a las particularidades y dinámicas de este sector en constante evolución. Una normativa moderna en el ámbito del comercio electrónico debe contemplar aspectos como la

transparencia en las políticas de privacidad y protección de datos, la autenticidad y seguridad de las transacciones electrónicas, la protección de los derechos del consumidor y la responsabilidad de los proveedores de servicios en línea. Además, resulta importante que se tenga en cuenta la globalización del e-commerce, ya que las transacciones en línea pueden ocurrir a nivel internacional, lo que implica la necesidad de establecer mecanismos de cooperación y regulación entre diferentes jurisdicciones.

Lamentablemente, hasta la fecha, en nuestro país no se ha logrado regular adecuadamente el comercio electrónico, a pesar del significativo aumento que ha experimentado este modelo de comercio durante la pandemia. En este sentido, resulta indispensable que se establezca un marco normativo específico para el e-commerce o, en su defecto, que se realicen modificaciones en los artículos del Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571) para abordar de manera integral los temas relacionados con el modelo de comercio en mención.

4.1.1 Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571)

Actualmente, el Código de Protección y Defensa del Consumidor vigente tiene presente las responsabilidades y requisitos legales que el proveedor debe cumplir en la nueva forma de relación de consumo a través de medios electrónicos, en lo referente a los productos y/o servicios que ofrece y vende a los consumidores y usuarios. Además, en su artículo 58, inciso 2, en relación con los métodos comerciales agresivos o engaños dispone que se “comprende todo tipo de contratación de productos o servicios, sea efectuada mediante contratos dentro o fuera del establecimiento del proveedor, ventas telefónicas, a domicilio, por catálogo, mediante agentes, contratos a distancia, y comercio electrónico o modalidades similares”. Sin embargo, no resulta suficiente lo antes mencionado para abarcar todas las problemáticas que surgen a raíz del e-commerce.

Por ello, en el año 2021 se presentó el Proyecto de Ley N° 00415/2021-CR mediante el cual se proponía modificar diversos artículos del Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, para su protección en el comercio electrónico, la seguridad de productos y servicios. No obstante, hasta la

fecha, no se tiene mayor detalle sobre el estado en el que se encuentra.

4.1.2 Protección al consumidor en el comercio electrónico: Recomendación de la OCDE

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) es una organización internacional que, reúne a 34 países con el objetivo de promover políticas y prácticas que impulsen el crecimiento económico, la estabilidad y el bienestar de las personas. Asimismo, se dedica a abordar desafíos económicos, sociales y medioambientales y, ofrece análisis, recomendaciones y orientación a sus países miembros.

La OCDE ha modificado su Recomendación sobre la Protección del Consumidor en el e-commerce, en la cual se insta a los miembros y no miembros de la organización a seguir de manera transparente e inclusiva estos principios en sus políticas, con el fin de garantizar una protección adecuada de los consumidores en el comercio electrónico. Estos lineamientos propuestos por la OCDE acelerarían el proceso para establecer una normativa propia en relación con el comercio electrónico.

Es importante destacar que Perú es el único país de la Alianza del Pacífico que no forma parte de la OCDE. Sin embargo, en 2022 recibió una invitación para unirse a la organización. En caso de que Perú se convierta en miembro de la OCDE, se podría estar hablando de una futura regulación del e-commerce en nuestro país.

V. Conclusiones

5.1 El comercio electrónico es un modelo de negocio que ha experimentado un crecimiento exponencial en el Perú, especialmente durante la pandemia. Este incremento se atribuye a las limitaciones provocadas por la crisis sanitaria en las actividades comerciales tradicionales, que han impulsado la adopción masiva del comercio en línea. Por lo que, los consumidores han encontrado en el comercio electrónico una alternativa conveniente para realizar sus compras, beneficiándose de las amplias ventajas y oportunidades que este modelo de negocio ofrece.

5.2 Ante ello, resulta imprescindible establecer un cuerpo normativo sólido que garantice protección a los consumidores, quienes, en muchos casos, son los que más vulnerables se encuentran al realizar transacciones en línea. La implementación de

regulaciones claras y efectivas, respaldadas por mecanismos de supervisión y sanciones adecuadas, contribuirá a fortalecer la confianza de los consumidores en el ámbito del comercio electrónico, fomentando así un crecimiento sostenible y responsable en este sector.

VI. Notas

(1) El dropshipping es un modelo de negocio en el cual el vendedor no tiene la necesidad de tener los productos en stock. En lugar de eso, se encarga únicamente de enviar los pedidos de los consumidores a un mayorista o al fabricante, quien, a su vez, se encarga de remitir el producto directamente al cliente.

VII. Referencias

Cámara Peruana de Comercio Electrónico. 2022. Observatorio Ecommerce. Lima: CAPECE.

Cordero Linzán, Mayra. 2019. El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo. Tesis de grado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <https://cutt.ly/QwhUF5PU>

Czinkota, Michael y Ilkka Ronkainen. 2008. Market-

ing Internacional 8a. ed. Estados Unidos: Georgetown University. <https://cutt.ly/3whUGSRN>

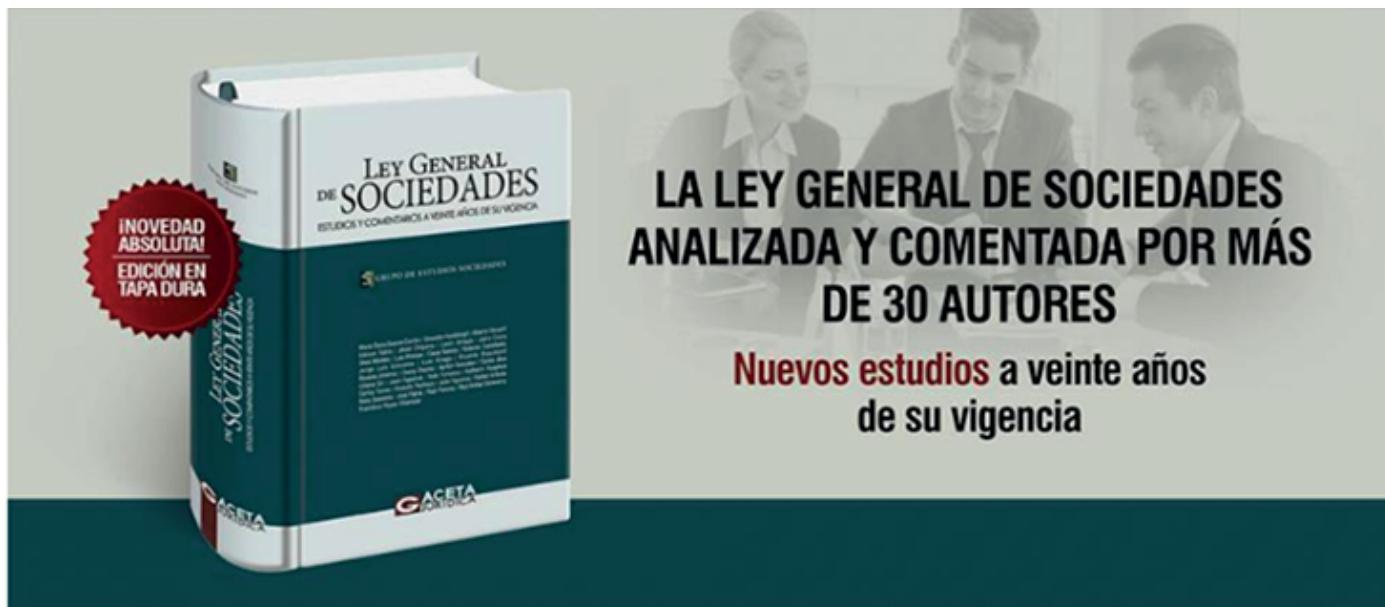
Dorado Porras, Marta. 2020. Impacto del COVID-19 en el comercio electrónico. Madrid: Universidad Pontificia Comillas. <https://cutt.ly/JwhUHIFN>

Hunt, Wil y Rolf, Steve. 2022. Inteligencia artificial y automatización en el comercio minorista. Alemania: Friedrich-Ebert-Stiftung. <https://cutt.ly/owhUHGj8>

Lizarzaburu Velasquez, Enrique. 2023. Evolución y perspectivas del e-commerce para el comercio minorista en el Perú (2022). Lima: Universidad de Lima. <https://cutt.ly/SwhUH52t>

Malca Guaylupo, Oscar. 2001. Comercio electrónico. Lima: Universidad del Pacífico. <https://cutt.ly/i-whUJPMw>

Seiva Henares, Dolores. 2020. Influencia de Internet en el comercio tradicional y local. Trabajo de fin de grado. Universidad de Sevilla. <https://cutt.ly/1whUKrm8>



Espacio procesal

Acerca de aplicación de la doctrina de los actos propios en el artículo 14 del Dec. Leg. N° 1071



Escribe: Estrella Alejandra LEÓN GARCÍA (*)

La doctrina de los actos propios ha sido empleada en muchas ocasiones en temas relacionados a los convenios arbitrales para sustentar la aplicación del artículo 14 del Decreto Legislativo N° 1071 (en adelante, DL 1071) que se refiere a la extensión del convenio arbitral a partes no signatarias.

Esta doctrina se entiende como la prohibición a desconocer los actos realizados por una de las partes en un primer momento y que dejan entender una conducta futura. Como señala Bullard (2010, 52) "no es legítimo desconocer con la mano izquierda lo que hace con la derecha". La presente regla apela a la coherencia de las acciones realizadas por las partes en un inicio y que, bajo el principio de la buena fe, exige que en un futuro guarden concordancia con las que se realizarán.

Es por ello que la doctrina de los actos propios es un fundamento recurrido para la extensión del convenio arbitral a partes no signatarias, ya que según el artículo 14: "El convenio arbitral se extiende a aquellos cuyo consentimiento de someterse a arbitraje, según la buena fe, se determina por su participación activa y de manera determinante (...)" De esto se deduce que la voluntad de participación en un convenio arbitral no solo se exterioriza a través de la firma de este. Es posible que las actitudes mostradas de manera constante una persona, ya sea natural o jurídica, puedan llevar a entender que esa persona ha aceptado formar parte del negocio jurídico y, por lo tanto, también ha aceptado la cláusula arbitral a pesar de no haber expresado su voluntad por escrito. Es así como el involucrado pasa de ser un tercero a una parte no signataria.

La buena fe se presenta, entonces, como parte fundamental, ya que de ella nace la doctrina de los actos propios; de la confianza depositada por las partes en la conducta cotidiana que respalda y obliga una dirección en el comportamiento futuro de los participantes en el convenio. La doctrina de los actos propios no es un principio del derecho; es una regla. A pesar de no ser considerado un principio, esta regla es empleada y validada debido a que deriva del principio de la buena fe presente en nuestro ordenamiento jurídico.

Cabe resaltar que la aplicación de la doctrina mencionada en el artículo 14 del DL 1071 no implica su uso indiscriminado, ni que cualquier acción que no muestre consonancia con la conducta anterior deba ser deslegitimada. La clave es que de manera evidente e inequívoca se muestren acciones que no permitan duda de que el comportamiento posterior estará respaldado por los actos anteriores. En el caso del artículo 14, no debe caber a discusión que, debido a sus propias acciones, el tercero ha aceptado implícitamente ser parte del convenio arbitral y, por lo tanto, toma el papel de no signatario.

Referencia

Bullard González, Alfredo. 2010. Los fantasmas sí existen: la doctrina de los actos propios. *IIUS ET VERITAS*, 20(40), 50-62.

Nota:

(*) Estudiante de 2do año de Derecho de la UNMSM



staticvecteezy.com



Teléfono: (+51) (01) 376-5192
e-mail: sociedades.peru@gmail.com
Facebook: "Boletín sociedades"
Blog: www.boletinsociedades.com
Perú - 2023

Docente - asesora:
Dra. María Elena Guerra Cerrón

Editor general:
Manuel de Jesús Acosta Delgado

Colaborador permanente:
Grupo de Estudios Sociedades