

Entrevista: El e-commerce en el Perú, diálogo con la Dra. Paola Gálvez Callirgos

Escriben: Joana Aguilar Carbajo

Cesar Estanis Gargurevich

Henry Valdiviezo Vasquez

Publicado: 28/04/2018*

Introducción

Entrevista a la Dra. Paola Gálvez Callirgos, quien es abogada por la Universidad de Lima, con experiencia en el sector de tecnologías de la información, protección de datos personales, derecho corporativo y negociación de contratos tales como de computación en la nube, Internet de las cosas, licencias locales, tercerización de procesos comerciales y servicios de consultoría.

Se ha desempeñado anteriormente como abogada de Microsoft Perú donde ha sido asesora de la organización, enfocada en negociar y redactar acuerdos comerciales tales como servicios de consultoría y servicios en la nube, licencias, no divulgación, adquisiciones, acuerdos de mercadeo y promoción, asuntos de cumplimiento y asuntos de privacidad. Fue además punto de contacto para el soporte legal del área de Ventas del consumidor y del dispositivo, que incluye todos los canales destinados al negocio del consumidor para los principales productos de Microsoft (por ejemplo, Windows, Office, PC Hardware y Xbox). En la actualidad se desempeña como Abogada asociada del Estudio Montezuma & Porto.

Cuestionario

Hace unas décadas las personas interactuaban comercialmente de forma física, por teléfono o por correo postal. Sin embargo, conforme a los avances tecnológicos se produjo una nueva manera de desarrollar el comercio y gracias a ello hoy podemos acceder desde nuestro domicilio a una infinita galería comercial y navegar fácilmente por ella sin movernos de casa. El comercio electrónico o también llamado e-commerce es el proceso mediante el cual dos o más partes realizan una transacción de negocios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas. Por ello contar con una página web para promocionar productos y servicios convierte los negocios en tiendas virtuales, con disponibilidad de todos los días del año y las 24 horas del día, facilitando la formación de una cartera de clientes de manera internacional; en consecuencia, el desarrollo y crecimiento de las operaciones empresariales.

- **¿Qué es lo mejor para usted de ser abogada en este campo del Derecho Corporativo?**

Lo importante de radicar en el Derecho Corporativo es que podemos ver y anticiparnos a posibles contingencias del día a día que a todos nos puede suceder, una empresa o alguna asociación que dentro del Sistema Corporativo está más en el día a día, no es como otros ámbitos del Derecho los cuales son más cerrados, yo creo que el Derecho

Corporativo a todos en algún momento nos va a suceder un tema en el cual vamos a tener que saber solucionar. Sin embargo, yo en realidad no me centraría solo en Derecho Corporativo, sino en general; en lo que a mí respecta, yo lo que veo es el Derecho de tecnologías de la información y eso es transversal a todas las ramas del Derecho; en el Derecho Corporativo lo vemos bastante pero no es sólo eso, y lo que podría rescatar de ver el campo del Derecho de tecnologías es que en la actualidad se encuentra en auge, todos deberían estar enterados de lo que es la tecnología, las herramientas que tiene y por supuesto los derechos y deberes que conlleva para poder usarlos; por ejemplo en internet, está bien tener el derecho a la libertad de expresión pero también uno tiene que establecer ciertos límites al respecto y lo que se ve actualmente es más un ligero libertinaje en el internet.

- **¿Por qué cree que es importante el e-commerce en el Perú?**

El e-commerce es un tema que está en boda y creo yo que de acá en algunos años va a ser una de las primeras formas de comercialización. Es importante porque casi todos los comercios están entrando al tema electrónico y si uno conoce los derechos que lo acogen al comprar a través del internet, los deberes que tiene el comercio para con el consumidor y cuáles son las reglas de protección al consumidor, pues va a tener confianza y va a acceder a este nuevo tipo de comercio, si no lo conoce lo más probable es que le va a temer y se va a quedar rezagado; sin embargo, en algún momento van a haber ofertas o ciertos productos que solo se comercialicen por internet.

- **¿Cuál ha sido el cambio más impactante que tuvo el comercio electrónico a lo largo de éstos diez años en el Perú?**

Existe un incremento del número de peruanos que lo usa, incluso se puede ver como se ha ido trasladando la tendencia, que segmentos o que peruanos son los que utilizan cada vez más el comercio electrónico por ende, se prevé la necesidad de los peruanos de acceder a más productos. El hecho que tengamos plataformas en internet que te permitan vender los productos que ya has usado y que otra persona lo quiera comprar, esa plataforma que es intermediario y que te permite publicar tus productos y por ende concretar una venta es maravilloso ya que años atrás no lo teníamos, y ahora cada vez más peruanos lo usan.

Hace 10 años existía mucho temor para comprar con una tarjeta de crédito, también es cierto que hace muchos años habían más problemas con la clonación de las tarjetas; sin embargo, ahora los bancos permiten que éstas tarjetas tengan un chip para que no puedan ser clonadas o incluso han implementado el reforzamiento en sus áreas de prevención de fraudes; si es que hay una compra que no es usual por el consumidor lo bloquean, hacen la consulta y si es que la persona se niega a que ese producto fue comprado por ella, se procede con el bloqueo de la tarjeta de clonación. Si bien es cierto, éste sistema de riesgos en internet existía hace 10 años, otros beneficios hoy están mejor manejados, la gente está más enterada y por ende ya no hay miedo para realizar las compras que uno desee vía online.

- **¿Cómo garantizar el éxito del comercio en línea?**

Considero, que la mejor manera de que el comercio en línea sea exitoso es que tenga una política de términos y condiciones claras y sencillas de entender, ya sea por el consumidor que por primera vez está ingresando a comprar en internet, o a través de una aplicación. Si la plataforma te muestra las reglas del juego de claras, ¿Cómo le tienes que comprar?, ¿Cuándo te van a entregar tu producto?, ¿Cuál es la política de cambios y devoluciones?, ¿Cuáles son los medios de pago que te permiten? Con todo ello, el negocio va a ser un éxito.

- **¿Cuál cree usted que son las alternativas de solución respecto a las debilidades relacionadas al comercio electrónico en nuestro país?**

La oportunidad de mejora de comercio electrónico en nuestro país es, justamente eso, que sean las plataformas diligentes a la hora de publicar sus productos, que muestren exactamente lo que están vendiendo ya que en internet muchas veces uno solo puede ver una foto, y eso debe reflejar la realidad del producto. Respecto a las condiciones, si es que no tenemos una oferta exacta es necesario especificarlo, de esa manera permite que el consumidor tenga días para revisarlo si es que no lo ha mostrado como corresponde, por ello la solución es que deben ser que sean claros y transparentes al momento de publicar sus productos.

- **¿Cuáles son los puntos claves del desarrollo del comercio electrónico?**

Lo importante es contar con un equipo comprometido, es decir, si quieren hacer un emprendimiento desde cero en algunas ocasiones da mejor resultado que estén a tiempo completo o al menos una persona del equipo le dedique el cien por ciento al equipo, que exista una persona que maneje el tema de tecnología de la información y desarrollo y otra persona del equipo que maneje el negocio en sí. Lo ideal es que exista una distribución de roles y que cada quien sea experto en el rubro en que se desempeña porque eso permite proponer estrategias de negocio según el funcionamiento del mercado.

- **¿En qué estado se encuentra el e-commerce en la actualidad, a nivel internacional?**

En Estados Unidos y en Europa, el comercio electrónico está mucho más desarrollado que en el Perú, debido a que existe una cultura de compra por internet muy desarrollada; es decir, tienen la confianza de comprar en portales muy conocidos y confían en que si el producto no cumple con las expectativas del consumidor existe la posibilidad de devolución del mismo y no pasa nada. Esa confianza tiene que ir desarrollándose y concretándose a lo largo de los años en toda Latinoamérica puesto que nos permite ingresar a un mundo mucho más globalizado y tecnológico.

- **¿Existe una legislación aplicable para el comercio electrónico en el Perú?**

No, no existe una ley específica que lo haga, pero tenemos normas como el Código Civil que se aplican a éstos temas, no olvidemos que el comercio electrónico es una compra y venta, simplemente el acto jurídico está siendo celebrado a través del internet. En éste

caso las normas aplicables al comercio electrónico son: La Ley N° 27291, que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de medios electrónicos para la comunicación de la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica; la Ley de Firmas y Certificados Digitales que es la Ley N° 27269; el Código de Protección al Consumidor en el cual su Título II de Contratos hace referencia que éstos actos también pueden celebrarse a través de medios electrónicos; los Tratados de Libre Comercio de Estados Unidos, Canadá, Singapur y Corea del Sur tienen capítulos de comercio electrónico que son aplicables; por el lado bancario la SBS también ha emitido la Resolución N° 8181-2012 donde hace referencia a la contratación no presencial. De todo ello vemos que existen muchas normas de diversos sectores que permiten que el comercio electrónico se realice.

Considero que tampoco es necesario tener una ley específica que regule temas de comercio electrónico, simplemente con el hecho de que nuestras normas existentes se adecuen a la realidad jurídica y al contexto actual, puesto que el derecho es así, tiene que ir transformándose con la sociedad, entonces si es una compra y venta normal, el Código Civil tiene que aplicarse debido a que ahora admite que la manifestación de voluntad se realice de forma no presencial.

- **Si un consumidor peruano realiza la compra de un producto o contrata un servicio en el extranjero, ¿Qué norma se debería aplicar?**

En tal caso es de acuerdo con los términos y condiciones de cada plataforma. Lo usual es que lo hagan conforme a las normas del país del cual es originaria la plataforma, pero no olvidemos el código de protección al consumidor que también lo va a amparar; si bien es cierto nuestras resoluciones de INDECOPI no son extraterritoriales, se busca la manera de encontrar algún vínculo en el Perú con esa empresa para que se haga responsable según el caso en concreto. Hay que tener en cuenta que en la práctica cuando uno hace compras por internet, lo que se reclama es la devolución del monto pagado porque el producto no satisface las necesidades del consumidor, entonces para eso también uno mismo como consumidor tenemos que ser cuidadosos y revisar los términos y condiciones, es decir ponernos en la situación de prevenir actos que nos podrían desagradar. Si la página o aplicación ha sido específica con sus términos y condiciones entonces nosotros también debemos serlo.

- **¿Cuál ha sido su reto más grande como abogada dedicada a esta rama corporativa?**

En realidad, todas son oportunidades, cada consulta que llevas siempre son oportunidades de aprender y mejorar como profesional; creo yo que más allá de un tema técnico yo iría por los retos que tengo como abogada y que en algunos casos, todavía nuestra profesión está en el camino de la diversidad de inclusión, entonces muchas veces por ser abogada mujer, he tenido retos por tema de géneros. Siempre está el típico personaje que piensa que la abogada que está en una mesa es quien debe servir café, entonces son esos temas los cuales me considero personalmente una persona inclusiva que aboga por la diversidad de la inclusión de género, y gracias a Dios los retos más importantes que podría haber enfrentado en mi carrera ha sido el tema de género; sin embargo, eso en la actualidad está concientizando la profesión, porque el hecho de ser

mujer no significa que me voy a sentir inferior o que las labores que se les va a encomendar a una mujer sean sencillas y que minimicen la capacidad de negociación que esta puede tener como es el caso que una mujer es capaz de sentarse frente a directores de grandes empresas para negociar y hacerlo estupendamente, porque igual se le tiene que tener el mismo trato y respeto que al abogado.

- **¿Qué aconsejaría a las personas interesadas en el rubro del comercio electrónico para poder desarrollarse con éxito?**

Mi consejo, básicamente es, que lean y se informen mucho. Revisar los tratados de libre comercio, tienen capítulos muy interesantes y robustos de comercio electrónico; además, estar siempre al día de las novedades, a través del Twitter y LinkedIn en donde existen personas que manejan éste tipo de información y noticias, seguir las cuentas de las empresas más grandes en tecnología para saber qué es lo que está pasando. Además, todas estas empresas ponen sus términos y condiciones a disposición en internet, así como regulan las licencias de uso, de las tecnologías como la nube, etc. Es decir, estar bien informados.

***Artículo publicado el 28/04/2018**