

**“UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA”**

**ESCUELA DE POST GRADO**

**SECCIÓN DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**MAESTRÍA EN DERECHO**

**MENCIÓN: DERECHO CIVIL Y COMERCIAL**



**LOS MECANISMOS DE CONTRATACIÓN MERCANTIL**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: MAESTRO EN  
DERECHO**

**MENCIÓN: DERECHO CIVIL Y COMERCIAL.**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. SIMÓN MÉNDEZ FARFÁN**

**AYACUCHO - PERÚ**

**2014**

TM  
D27  
Men

## **DEDICATORIA.**

A Dios y Jesucristo por  
Brindarme Salud y prosperidad.

A mis queridos padres  
Virginia y Demetrio,  
Mis primeros maestros,  
Que ya descansan en  
paz, en el reino de Dios.

SIMÓN.

## **AGRADECIMIENTO.**

**Mi eterna gratitud a la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, forjadora de grandes profesionales.**

**A la plana docente de la ESCUELA DE POST GRADO, SECCIÓN DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS por haber contribuido en la formación de la Maestría.**

**A mi asesor de tesis: MG. HUGO IPURRE MALDONADO, por su valiosa contribución en el presente trabajo de investigación.**

**A las personas que contribuyeron en el logro de mis objetivos.**

# ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	4
INTRODUCCIÓN.....	6

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	9
1.2. Descripción de la Realidad Problemática.....	11
1.3. Formulación del Problema de Investigación .....	12
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
1.5. HIPÓTESIS .....	14

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
2.2. BASE TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
Mecanismo de contratación en el Perú.....	16
Factores que influyen en los mecanismos de contratación mercantil a distancia.	
Clasificación de los mecanismos d contratación mercantil a distancia.....	17
La Empresa.....	29
Empresario.....	35
Marco conceptual de la investigación .....	37
Variables e indicadores.....	39

## **CAPÍTULO III**

### **MATERIALES Y MÉTODOS.**

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
TÉCNICA, PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS .....	44

## **CAPÍTULO IV**

4.1. RESULTADOS .....	45
4.2. DISCUSIONES .....	63
SISTEMAS COMPARADOS .....	65
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES .....	68
APORTE DEL INVESTIGADOR .....	69
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	70
ANEXOS .....	74
Encuesta.....	76
Matriz de consistencia .....	77

## RESUMEN

Los mecanismos de contratación mercantil a distancia son de mayor uso por los Empresarios, por ser breve, de menor costo, con este mecanismo **los empresarios logran sus objetivos** de abastecerse de mercaderías, expandir sus ventas, minimizar los costos operativos<sup>1</sup>. Actualmente nuestra región Ayacucho - Perú, se encuentra en una situación prometedora económicamente, vienen llegando la inversión nacional<sup>2</sup> y la inversión extranjera<sup>3</sup> para mejorar la calidad de vida de nuestros pueblos.

El presente trabajo de investigación tiene por **OBJETIVO** Determinar los Factores económicos y sociales que influyen en el uso de mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios del Distrito de Huanta y el distrito de Ayacucho en el año 2010.

**MATERIALES Y MÉTODOS:** Tipo de Investigación Básica.

Método de Investigación Retrospectivo – Transversal y explicativo.

---

<sup>1</sup>Los costos operativos son los gastos de la realización del contrato, que por ser atípico o verbal, tiene ínfimo costo, porque el mensaje de texto por celular o internet no cuesta mucho, mientras los contratos típicos tienen mayor costo, un contrato notarial toma tiempo y los honorarios del notario cuesta bastante dinero.

<sup>2</sup>En Huanta, distrito de Luricocha, la empresa “Agrícola Ayacucho”, sus propietarios JJ.Camet ex ministro de economía del régimen Fujimori y familia, han instalado plantaciones de palto de la variedad *hass* en una extensión de 132 hectáreas, todo con tecnología de punta para fines de exportación, las plantaciones a la fecha ya se encuentra en plena producción.

<sup>3</sup>El gas de Camisea, es un ejemplo claro, la empresa TGP, viene operando en la actualidad, generado puestos de trabajo para profesionales y técnicos.

## **Universo**

Derecho mercantil y derecho empresarial peruano en contratación mercantil a distancia y uso en los empresarios.

**Población:** Empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho que utilizaron los mecanismo de contratación mercantil a distancia durante el año 2010

**Muestra:** La muestra lo constituyeron 150 empresarios del distrito de Huanta y 150 del distrito de Ayacucho que usaron mecanismo de contratación mercantil a distancia.

- **Técnicas e instrumento de Recolección de Información:** Cuestionario, entrevista.

**RESULTADOS** Los Empresarios del Distrito de Huanta en mayor porcentaje en un 70% usaron el mecanismo de contratación a distancia de formación instantánea. El tipo de empresa que tienen son microempresa con un 98% del empresariado del Distrito de Huanta, respecto al Distrito de Ayacucho 96.6 %.

Los Empresarios del Distrito de Huanta en mayor porcentaje tienen como grado de instrucción superior universitario con un 38%, mientras que los Empresarios del Distrito de Ayacucho con 40 % tienen grado de instrucción superior universitario.

## **PALABRAS CLAVES.**

Mecanismo de contratación mercantil a distancia.

## **ABSTRACT**

**The mechanisms for remote commercial contracts are most commonly used by the Company, to be brief, lower-cost , with this mechanism entrepreneurs achieve their goals of obtaining supplies of goods, expand sales , minimize operating costs. Currently our region Ayacucho - Peru is in a promising situation economically, are arriving domestic investment and foreign investment to improve the quality of life of our peoples.**

**This research aims to determine the economic and social factors that influence the use of commercial contracting mechanism distance entrepreneurs District Huanta - Ayacucho in 2010.**

**MATERIALS AND METHODS: Type of Basic Research.**

**Method Retrospective Research - Transversal and explanatory.**

**Universe**

**Peruvian commercial law and corporate law in commercial contracts use in remote and entrepreneurs.**

**Population : Businesspeople District Ayacucho and Huanta mechanism used by the remote commercial contracts durento 2010**

**Sample: The sample was constituted by 150 business district and 150 Huanta Ayacucho district that commercial contracting mechanism used remotely.**

**- Techniques and Data Collection Instrument : Questionnaire , interview.**

**RESULTS Entrepreneurs District Huanta higher percentage 70% used the contracting mechanism instant remote training. The type of business that are**



**microenterprises have with 98% of the business district of Huanta, compared to 96.6 % District of Ayacucho.**

**Entrepreneurs Huanta District has the highest percentage of college higher education degree with 38%, while the District of Ayacucho Employers with 40 % have higher education college degree.**

**KEYWORDS.**

**Mechanism distance commercial contracts**

## INTRODUCCIÓN

El uso de los mecanismos de contratación a distancia por los empresarios, es un tema de mucha trascendencia porque contribuye al desarrollo contractual en el ámbito de la legislación mercantil, en especial en estas últimas décadas, el Perú resulta un mercado atractivo para las inversiones de mayor envergadura, ya sean para empresas nacionales o extranjeras. Nuestro país ha sentado bases legales económicas y sólidas desde la Constitución Política del Estado de 1993. La intensa actividad mercantil y el crecimiento del mercado se incrementa debido al fenómeno denominado “contratación mercantil a distancia” que facilita los métodos y medios relevantes al alcance de la mayoría del poblador como son:

**Los contratos a distancia de formación sucesiva por:** carta, telégrafo.

**Los contratos a distancia de formación instantánea por:** teléfono, télex, fax, internet e-mail, internet video cámara, internet el scanner, redes sociales por internet. **Los contratos a distancia de aprobación automática por:** tarjetas plásticas,

**Contratación a través de cajeros automáticos.** El efecto que causa los mecanismos de contratación distancia, permitirá a un crecimiento económico social, o desencadenará una problemática de niveles de exclusión social.

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo determinar los factores económicos, sociales que influyen en el uso de los mecanismos de

contratación mercantil a distancia en Empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho.

Siendo los Factores económicos como: tipo de contrato mercantil a distancia más usado, tipo de empresa, rapidez, costo que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios.

También los Factores sociales como: nivel de instrucción, edad, sexo del empresario que influyen en el uso de mecanismo de contratación mercantil a distancia.

Se estudió, la evolución del mecanismo de contratación mercantil a distancia, la legislación comercial nacional, internacional y del derecho comparado referente a los mecanismos de contratación a distancia, se presentará como aporte: la posibilidad de adecuar la legislación comercial acorde a las necesidades actuales **Como propuesta de otorgar mérito ejecutivo a los Boucher de depósitos bancarios.**

### **Justificación y criterios para evaluar el valor potencial de la investigación**

Los mecanismos de contratación mercantil a distancia, son más usados por toda la colectividad, especialmente por los empresarios de toda clase, en consecuencia es fundamental, que este mecanismo contractual, tenga mayor respaldo legal pertinente, para garantizar su práctica sin ningún riesgo, en caso hubiera algún conflicto por su incumplimiento.

### **Importancia de la Investigación**

Los propósitos de la investigación y su alcance permitirán logros en los siguientes aspectos:

**PRIMERO:** Permitirá a los estudiantes y la colectividad que acceden al presente trabajo, conocer los mecanismos de contratación mercantil a distancia de mayor uso por los empresarios del distrito de Huanta y Ayacucho, sus resultados eficaces en nuestra sociedad actual.

**SEGUNDO:** Permitirá que el Estado, adopte una política legislativa especializada, acorde a las necesidades de los mecanismos de contratación mercantil a distancia.

### **Alcances de la Investigación**

La investigación está dirigida a todos los sectores del quehacer mercantil o empresarial de todo el país, inclusive para los extranjeros que realizan actividades en el Perú.

### **Limitaciones de la Investigación**

El presente trabajo, ha tenido como limitación la escasa investigación al respecto, por consiguiente las limitaciones son de carácter bibliográfico y datos de información especializada y otros.

### **Delimitación de la Investigación**

#### **a) Delimitación Espacial**

La presente investigación se efectuó en los distritos de Huanta y Ayacucho.

#### **b) Delimitación Temporal.**

Durante el año 2010

#### **c) Delimitación Cuantitativa**

Empresarios que usaron mecanismo de contratación mercantil a distancia.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1-DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

El constante desarrollo y la globalización en que está inmersa la sociedad, dieron lugar a que el derecho mercantil sufra cambios y evolucione constantemente. Específicamente, en materia contractual. Se puede observar dicha evolución a través de los denominados “Contratos mercantiles a distancia” a los cuales algunos autores lo han conceptualizado como los “motores generadores del derecho”, porque impulsan su cambio constante.

El mundo contemporáneo es globalizado, y ello se materializa con la llegada al Perú de capitales financieros procedentes del extranjero, para realizar actividad empresarial en nuestro país, esta inyección de capitales en el país de destino, que es Perú, genera una intensa actividad mercantil o comercial. Desde la puesta en vigencia de la Constitución Política del Estado de 1993 que garantiza la iniciativa privada; que estimula la creación de la riqueza; garantiza la libertad de la empresa, comercio e industria, facilitando y vigilando la libre competencia; como también la libre contratación, la sujeción a las mismas condiciones de la inversión extranjera y la inversión nacional. Se ha establecido bases sólidas para que en estas últimas dos décadas sea notorio la presencia de inversiones extranjeras

en los diferentes rubros de la economía, este crecimiento **ha motivado en el sector empresarial** la acentuación de ciertos conceptos como son la cultura financiera, cultura crediticia, buena fe en los negocios, permitiéndose la práctica de muchos mecanismos de contratación mercantil a distancia, que en la práctica resultan muy rápidas y de costo ínfimo, a comparación de los otros mecanismos de contratación. La intensa actividad mercantil y el crecimiento del mercado se incrementa debido al fenómeno denominado “contratación a distancia” que facilita los métodos y medios relevantes al alcance de la mayoría del poblador como son: teléfono fijo y móvil, fax, internet, máquinas vendedoras programadas, los cajeros automáticos, el scanner, las tarjetas bancarias, los cajeros automáticos. Y en todo contrato a distancia se materializa el consentimiento con los depósitos bancarios (el Boucher bancario), El efecto que causará los mecanismos de contratación a distancia, permitirá a un crecimiento económico social, o desencadenará una problemática de niveles de exclusión social.

La actividad mercantil, ayer y hoy, es un sector muy dinámico, que siempre ha funcionado y funciona en el contexto de la buena fe en los negocios, muchos de ellos a distancia o entre personas ausentes, sin la necesidad de firmar un contrato escrito, es decir, la realidad es, que un **empresario** adquiere un bien o una mercadería de otro empresario ubicado en ciudad distinta o lejana, **empresario** adquirente de manera impersonal, expresa al empresario vendedor la cantidad y la calidad del bien o la mercadería mediante el teléfono, fax o Internet, pactan el precio y acuerdan la transferencia o venta del bien o bienes, materializándose con el depósito del dinero en un Banco, en una cuenta Bancaria a nombre del vendedor, constatando tal depósito bancario el vendedor hace el envío de la mercadería al destino preestablecido por el comprador, esta forma de

transacción es muy común y generalizada, en ello acontece problemas de índole comercial, consistente en que el vendedor incumple con enviar la mercadería en calidad y cantidad pactados, ante ello, el empresario adquirente como único medio de prueba escrita ostenta el Boucher del depósito bancario, en la que constan únicamente los siguientes datos: la fecha y hora del depósito, el monto depositado, el número del documento nacional de identidad DNI o el número del registro único del contribuyente RUC o clave del depositante; el número de la cuenta bancaria y el nombre o razón social del titular de la cuenta a la que se depositó, ante este acontecimiento el adquirente agota todos los reclamos por los canales de comunicación que inicialmente pactó, sin resultado favorable por parte del vendedor, generándose un problema de incumplimiento en la actividad comercial, situación que necesita resolverse, ya sea en el terreno judicial o por medio de los mecanismos alternativos de solución de los conflictos como son la conciliación y el arbitraje, de no resolverse por medio de la conciliación y el arbitraje, el adquirente se encuentra inmerso en una grave incertidumbre, por que el comprobante de depósito bancario que lo posee, no tiene la calidad de un título valor que tiene mérito ejecutivo para facilitar la cobranza, lo que implica iniciar un proceso judicial largo, costoso y de resultado incierto.

## **1.2. Descripción de la Realidad Problemática**

La importancia del uso de los mecanismos de contratación mercantil a distancia por los empresarios, es un tema de mucha transcendencia porque contribuye al desarrollo contractual en el ámbito de la legislación mercantil, en especial en estas últimas décadas, el Perú resulta un mercado atractivo para las inversiones de mayor envergadura, ya sean para empresas nacionales o

extranjeras. Nuestro país ha sentado bases legales económicas y sólidas desde la Constitución Política del Estado de 1993.

La contribución, del presente trabajo de investigación es determinar los factores económicos, sociales que más contribuyeron al uso de los mecanismos de contratación mercantil a distancia en Empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho.

Con ello se busca principalmente a que los mecanismos de contratación mercantil a distancia tengan respaldo legal para evitar riesgos en los inversionistas, lo cual contribuiría en Desarrollo de departamento de Ayacucho y por ende al desarrollo integral de Perú.

Toda esta problemática compleja me permitió plantear la siguiente interrogante.

### **1.3.- Formulación del Problema de Investigación**

#### **PROBLEMA PRINCIPAL**

¿Cuáles son los Factores que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios de los Distrito de Huanta y Ayacucho en el año 2010?

#### **PROBLEMAS SECUNDARIOS**

1- ¿Cuáles son los Factores económicos que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios?

2- ¿Cuáles son los Factores sociales que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios?



## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar los Factores económicos y sociales que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios de los Distritos de Huanta y Ayacucho en el año 2010.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. – Conocer los Factores económicos como: tipo de contrato mercantil a distancia más usado, tipo de empresa, rapidez, costo que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios.

2- Identificar los Factores sociales como: nivel de instrucción, profesión, edad, sexo del empresario que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia.

## **1.5. HIPÓTESIS**

### **HIPÓTESIS PRINCIPAL**

Los Factores económicos y sociales influyen en el uso más frecuente del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios de los Distrito de Huanta y Ayacucho en el año 2010.

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

1.- Los Factores económicos como: tipo de contrato mercantil a distancia más usado, tipo de empresa, rapidez, costo influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios.

2.- Los Factores sociales como: nivel de instrucción, edad, sexo del empresario influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

No se ha encontrado trabajos específicos sobre el tema de investigación.

#### 2.2.-BASE TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

**LOS MECANISMOS DE CONTRATACIÓN MERCANTIL DISTANCIA**, se definen: “... son muchos de los contratos, que se celebran entre personas no presentes... o entre ausentes, que adquiere su estudio, importancia por los nuevos mecanismos de comunicaciones electrónicas que facilitan las ofertas y aceptaciones, aún sin que los sujetos se hayan conocido en lugares distantes y en tiempos reales inmediatos.”<sup>4</sup> .

Los contratos a distancia se perfeccionan desde que el oferente conoce la aceptación del beneficiario de la oferta. El contrato solo existe, cuando ambas partes están informadas de que hay acuerdo entre ellas y se ha producido la coincidencia de las voluntades. Los problemas de los mecanismos de contratación mercantil a distancia conforme la doctrina son dos: el primero la denominaciones diversa, entre ellos: “contratación por correspondencia”<sup>5</sup>; “contratos entre distantes” o “contratos a distancia”, estos últimos, terminología avalada por autores tan prestigiosos como **Messineo**; el segundo problema, es el aspecto

---

<sup>4</sup>RODRIGUEZ VELARDE Javier; Contratación empresarial, Rodhas, Perú 1998, p.43.

<sup>5</sup> Tratadistas Rovira y Palomar.

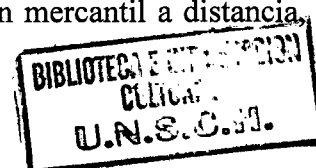
esquemático, muestran serios vacíos, especialmente cuando el Código se refiere a que el contrato queda perfeccionado en el momento y el lugar en que la aceptación es recibida en la dirección del destinatario, lo cual plantea serias dificultades al tratar de fijar en cuál de los dos grupos han de encuadrarse los contratos celebrados por teléfono, fax, internet correo electrónico, terminales empresariales, tarjetas de crédito y demás medios de comunicación que brinda el avance científico tecnológico.

## **MECANISMO DE CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA EN EL PERÚ.**

### **FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS MECANISMOS DE CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA.**

#### **Factores económicos.**

Conforme el desarrollo de la sociedad peruana, con la institucionalización de las bases sólidas de la libre empresa, libre mercado y libre competencia en el país, se han implementado medios de comunicación modernas, de uso masivo, que permiten al empresario intercomunicarse en tiempo real, sin que sea obstáculo la distancia, es decir, a nivel del mundo y con mayor razón a nivel nacional. El principal vehículo de la modernidad en la comunicación es la existencia en el mercado de instrumentos tecnológicos constantemente nuevos y de fácil acceso, lo que permite el uso inmediato de cualquier empresario para satisfacer su necesidad contractual, de la variedad de mecanismos de contratación mercantil a distancia.



los que mayormente se usan, son aquellos, que tienen características de rapidez, el costo económico.

### **Factores sociales.**

En el aspecto social, la clase de empresas o sociedades son diversas, como también, sus integrantes, que son los empresarios son de diversas condiciones como sexo, edad, grado instrucción, que permite acceder y usar el mecanismo de contratación mercantil, los empresarios del segmento joven y de grado instrucción avanzado son los que mayormente usan los mecanismos de contratación mercantil a distancia.

## **CLASIFICACIÓN DE LOS MECANISMOS DE CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA**

**A.- LOS CONTRATOS A DISTANCIA DE FORMACIÓN SUCESIVA.-** Son aquellos contratos a concluir entre personas físicamente alejadas entre sí, siempre que, por la lentitud del medio de comunicación empleado y además de un intervalo posible entre la declaración de voluntad del que formula la oferta y aquella otra que entraña la aceptación de la misma, existe un intervalo relevante entre la emisión de esta última, y su conocimiento por el destinatario por carta o por telégrafo.

**La contratación por carta.-** La correspondencia epistolar es el ejemplo clásico y más antiguo que junto con la intervención del mensajero, constituía en Roma, el medio utilizado para la celebración de contratos consensuales entre personas

alejadas del uno al otro. El intermediario o correo no tiene facultades para contratar tiene solo encargado de transmitir o entregar la oferta, la aceptación o ambas.

Existen diferentes teorías referidas al momento en que se perfecciona al contrato por correspondencia, las que sostienen lo siguiente: a) Teoría de la emisión: Llamada también de la declaración, tiene su fundamento en que el contrato se perfecciona en el lugar y la fecha en que se emitió la carta de aceptación. b) Teoría de la remisión: Llamada también de la expedición, que señala que para el perfeccionamiento del contrato, es necesario que la declaración de voluntad, aceptando, sea expedida al oferente, es decir, que el aceptante haya hecho todo lo posible para que éste llegue a su destino. c) Teoría de la recepción: la aceptación no es definitiva hasta el momento en que la recepción llegue al oferente, sea en su domicilio o establecimiento, entonces tiene lugar el perfeccionamiento del contrato. d) Teoría de la cognición: llamada del conocimiento o de la información, señala que el contrato queda perfeccionada en el momento que el oferente recibe la declaración de voluntad del aceptante y toma efectivo conocimiento de ella. Para la contratación por carta, nuestro C.C. sigue la teoría del conocimiento, es decir, que el contrato se perfecciona tan solo cuando el oferente toma conocimiento de la aceptación. El Art. 1373 del C.C. Vigente establece: “El contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente”.

**La contratación por telégrafo.**-Nuestro Código Civil no hace referencia alguna a este tipo de contratos. Los contratos celebrados por telégrafo, si bien no se cuenta con la firma del aceptante, sin embargo, será válida la aceptación de la oferta, cuando el telegrama reúne los signos o calves previamente convenidos por las

partes. Este tipo de contratos son de aplicación las reglas de la buena fe y común intención de las partes, que establece el Art. 1363 de nuestro Código Civil.

**B.-LOS CONTRATOS A DISTANCIA DE FORMACIÓN INSTANTÁNEA.-** Estos contratos son definidos como aquellos que se celebran entre personas que intercambian sus declaraciones de voluntad de modo inmediato, de forma que, una vez emitidas, en el mismo momento llegan a conocimiento del destinatario, sin que las partes se encuentren presentes. Estos contratos se dan en virtud de la rapidez del medio de comunicación empleado, siendo irrelevante la lejanía y la ausencia entre oferente y aceptante. En los contratos por teléfono conforme avanza la modernidad en la tecnología, existen teléfonos fijos y los teléfonos celulares, que transmiten mensajes de texto y de voz grabadas.

**La contratación por teléfono.-** El uso del teléfono fijo o móvil es frecuente en estos tiempos modernos para concretas importantes negocios. Por este medio podemos conseguir inmediatamente en tiempo real, hacer conocer de una oferta y tener inmediatamente la aceptación. La teoría de que la manifestación de voluntades se ha producido válidamente en el mismo momento, aunque los sujetos hayan estado a miles de kilómetros distantes. En los contratos por teléfono existe la palabra comprometida, que es lo que confiere seguridad sobre la base del comportamiento leal y honesto de las partes. De faltar esta fuerza vinculatoria (palabra comprometida), los contratos sólo serían expresiones de buena voluntad que su incumplimiento injustificado provocaría graves trastornos sociales. Estos contratos también deben ejecutarse según las reglas de la buena fe y común intención de las partes previsto en el art. 1362 del Código Civil del Perú.

Lo interesante, en la generación del contrato, es el momento en que se perfecciona, que se produce por la aceptación, que es cuando surge el consentimiento, sin que, tratándose contratación entre presentes, quepa distinguir realmente entre dicha aceptación y su consentimiento que es inmediato por el proponente.

Actualmente, muchos bancos modernos ofrecen el servicio del teléfono electrónico durante las 24 horas del día incluyendo sábados, domingos y feriados. Los clientes podrán realizar un sinnúmero de operaciones bancarias sin necesidad de apersonarse al Banco. El servicio consiste utilizar el teléfono de su oficina o domicilio y marcar uno de los números telefónicos autorizados por el Banco y que se encuentran conectados a una computadora. Basta con indicar o marcar la clave otorgada por el Banco en forma confidencial, para que el cliente pueda efectuar las diversas operaciones como: consulta de saldos y movimientos con respuesta auditiva o vía fax; efectuar una transferencia de una cuenta a otra; solicitar información sobre los negocios que mantiene con el Banco; solicitar indicadores económicos; efectuar pagos de letras o pagarés con cargo a una de sus cuentas; efectuar pago de servicios de terceros, luz, agua, teléfono, clubes; solicitar sobregiros o avances en cuenta corriente.

Igualmente; algunas instituciones públicas y privadas atienden durante las 24 de manera automática mediante una computadora, al llamarse por teléfono, atienden en muchos de los requerimientos, inclusive reciben las denuncias mediante voz gravada: ejemplo INDECOPI.

**La contratación por medio de télex.-** La contratación por télex, muy usadas en los años 1980 hasta 1990 aproximadamente, es una especie del género más amplio de los contratos, entre personas distantes, de formación instantánea, que



presenta sin embargo, algunas características propias, derivadas de la peculiaridad de télex como medio de comunicación.

La comunicación efectuada por télex tiene lugar de manera inmediata, permitiendo además, en todo caso la constancia documental de las declaraciones de voluntad que se hayan producido.

**La contratación a distancia por fax.-** Muy utilizado a nivel nacional e internacional es la contratación mediante fax. Empleado por muchas empresas bancarias, quienes ofrecen este servicio durante las 24 horas del día, incluyendo sábados, domingos y feriados. Este sistema muy similar a los télex, tuvo mucha utilidad hasta el año 2000 aproximadamente, en la actualidad aún tiene vigencia utilitaria. Se transmite en tiempo real documentos originales, que son recepcionados por el destinatario, en fotocopia, de tal forma que recibe el documento tal como se ha redactado, incluyendo firmas y signos propios de la empresa como son encabezados y sellos.

Para evitar suplantaciones, la copia recepcionada incluye el número del fax que origina el documento, fecha y la hora de trasmisión, así como la fecha y hora de recepción. Estas características le dan mayor seguridad a la respuesta de la oferta, produciéndose la aceptación sin mayores dudas. El contrato se perfecciona válidamente al determinarse libremente el contenido del mismo, recogiendo el principio de la libertad contractual señalado en el art. 1354 del Código Civil; como también en el principio de la libertad contractual.

**Los contratos a distancia por internet e-mail.-** Llamado correo electrónico, es la comunicación mediante textos en tiempo real e inmediato a través de la computadora, que inclusive se puede añadir cámaras de video para observar al interlocutor.

**Los contratos a distancia por internet video cámaras.-** Es un medio tecnológico de última generación, en la que los contratantes de manera directa cara a cara por medio de una computadora y otra directamente conectadas mediante el sistema modem y preparados con monitor de TV donde uno puede conversar cara a cara con el interlocutor, con video y audio realizan los tratos contractuales no siendo impedimento la distancia nacional o internacional. Por este medio se realizan también de manera oficial actividades académicas (video conferencias), diligencias judiciales de manera interactiva y en tiempo real; quedan grabadas en cada computadora y reproducibles todo el suceso.

**Los contratos a distancia por internet el scanner.-** Actualmente muy utilizado a nivel nacional e internacional por todas las instituciones públicas y privadas es la contratación por scanner. Empleado por muchas empresas bancarias, quienes ofrecen este servicio durante las 24 horas del día, incluyendo sábados, domingos y feriados. Este sistema muy similar al fax Se transmite en tiempo real i de manera instantánea documentos originales, que son recepcionados por el destinatario a través del internet, en copia, de tal forma que recibe el documento tal como se ha redactado, incluyendo firmas y signos propios del original, realmente el scanner lo toma una fotografía del original, y esta fotografía es transmitida a la dirección o correo electrónico de destino.

Para evitar suplantaciones, el mismo original del documento debe ser escaneado y ella se verifica en la pantalla del computador, incluye la dirección del correo electrónico de donde se envía el original del documento, fecha y la hora de envío. Estas características le dan mayor seguridad a la respuesta de la oferta, produciéndose la aceptación sin mayores dudas. El contrato se perfecciona válidamente al determinarse libremente el contenido del mismo, recogándose el

principio de la libertad contractual señalado en el art. 1354 del Código Civil; como también en el principio de la libertad contractual.

**La contratación a distancia por internet las redes sociales.-** Actualmente es masivamente utilizado a nivel nacional e internacional por todas las personas, instituciones públicas y privadas es la contratación por redes sociales. Empleado por casi todas las empresas bancarias, de servicio, de comunicación, de publicidad, ofrecen este servicio durante las 24 horas de todos los días. Este sistema muy similar al correo electrónico, scanner, se transmite en tiempo real i de manera instantánea documentos originales e interactivos, que son recepcionados por el destinatario en la red social que le pertenece a través del internet, en copia de total originalidad, de tal forma que recibe el documento tal como se ha redactado, incluyendo firmas, signos propios, imágenes absolutamente del original, realmente es la grabación del acontecimiento original, y esta reproducción del documento o imagen es transmitida a la dirección o red social de destino debidamente identificado.

En las informaciones por las redes sociales existe poca posibilidad de suplantaciones, el mismo original del documento debe ser escaneado y ella se verifica en la pantalla del computador, incluye la dirección del correo electrónico o red social de donde se envía el original del documento o imagen, fecha y la hora de envío. Estas características le dan mayor seguridad a la respuesta de la oferta, produciéndose la aceptación sin mayores dudas. El contrato se perfecciona válidamente al determinarse libremente el contenido del mismo, recogiendo el principio de la libertad contractual señalado en el art. 1354 del Código Civil; como también en el principio de la libertad contractual.

Las 10 redes sociales más usadas en internet son: twitter, facebook, youtube, linkedln; myspace, ning; bebo, hi5, friedster y xanga.

**C.-Los contratos a distancia de aprobación automática.-** Son otro conjunto de contratos celebrados a distancia de formación instantánea y que no requieren de la intervención del ofertante, pues su aprobación es inmediata y automática. Estos contratos se perfeccionan mediante el uso de equipos electrónicos, tales como la tarjeta plástica, terminales empresariales, cajeros automáticos y otros similares que en tiempos modernos, muchas instituciones públicas y privadas han puesto al servicio de sus clientes. Estos revolucionarios y novedosos contratos se clasifican en:

**La contratación por tarjetas plásticas.-** Muchas empresas vienen entregando a sus clientes, tarjetas plásticas multiusos, que facilitan la contratación de diversos servicios; entre las más usadas son: a) Tarjetas de créditos bancarios. Es uno de los instrumentos más dinámicos y de masivo uso en los últimos tiempos, que permite a los consumidores adquirir en forma ágil un sin número de bienes y servicios, con la ventaja como la compra a precios de contado y sin el riesgo de la tenencia física del dinero, ni el manejo engorroso de las chequeras, es un instrumento que brinda seguridad. b) Las tarjetas plásticas comerciales: Similar a las tarjetas de crédito bancarias, existen las tarjetas otorgadas por empresa comerciales no bancarias, que permiten al usuario la compra de bienes o servicios dentro de una empresa o conjunto de empresas comerciales vinculadas, sin la necesidad de pagar en efectivo el monto de su compra. La tarjeta representa la autorización de un crédito automático, que será cancelado dentro de los plazos previstos contractualmente. c) Tarjetas plásticas electrónicas: Últimamente han aparecido en el mercado lo más moderno en tarjetas electrónicas. Se trata de

tarjetas que permiten al usuario poder realizar cualquier operación bancaria en centros comerciales, puntos de venta, donde los bancos instalan pequeños terminales electrónicos conectados a sus centros de cómputo, y que permite la lectura de la tarjeta plástica, la misma que tiene una memoria electrónica en donde se registran saldos que corresponden al titular de la tarjeta. Estos establecimientos se denominan agentes de banco, que permite descentralizar la atención y la descongestión de las atenciones en las oficinas principales.

**D.- La contratación a través de los cajeros automáticos.-** Es otra forma de constatación moderna es la utilización de cajeros automáticos o electrónicos, que permiten al usuario la realización automática y en tiempo real, una serie de operaciones bancarias como es el caso de retiro de sumas de dinero, traslación de fondos de una cuenta a otra en la misma moneda, o la conversión de una moneda en otra, traslación de una cuenta personal a otra cuenta de terceros, dentro de los clientes del mismo banco o clientes de otros bancos afiliados al sistema.

Los mecanismos de contratación en el sistema legal peruano, conforme la doctrina y la legislación se dividen en tres; los contratos típicos<sup>6</sup> o nominados<sup>7</sup> ya sean de naturaleza civil<sup>8</sup>, mercantil y administrativo<sup>9</sup>; los contratos atípicos<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Son contratos que para su validez y procedencia la ley establece una formalidad determinada, como es el caso de los contratos de hipoteca, que necesariamente deben ser por escritura pública y estar inscritos en SUNARP, la letra de cambio debe estar llenado con la formalidad adecuada. También el Código Civil menciona contratos innominados, en la idea de que los contratos tienen eficacia no por el título, sino principalmente por el contenido

<sup>7</sup>Los contratos nominados, son los contratos que la propia ley le asigna una denominación, como son los contratos denominados clásicos: la compra venta, la permuta, arrendamiento, donación, mandato, depósito, comodato, fianza o aval, de cesión o uso, de sociedad, etc. En el Código Civil de 1984, los contratos nominados se encuentran contemplados en el libro VII Sección segunda.

<sup>8</sup>Los contratos civiles, son los contratos utilizados por los particulares en el tráfico comercial cotidiano.

<sup>9</sup>Los contratos administrativos, son los contratos utilizados en la administración pública, que se celebran entre un funcionario público y un administrado (particular), generalmente con el ganador o el que obtiene la buena pro como consecuencia de una convocatoria o licitación pública, en la cual, las condiciones fijadas en los términos de referencia o bases de la licitación forman parte del contrato como anexos y las condiciones de cumplimiento constituyen cláusulas fundamentales del mismo contrato, en este tipo de contratos, siempre la entidad pública tiene mayores ventajas que el particular o proveedor.

realizados por los usuarios sin la suscripción de algún documento contractual y los contratos modernos<sup>11</sup>.

La dinámica del mercado no puede verse encerrado en el conjunto limitado de contratos que ofrece el ordenamiento jurídico, por eso el propio sistema legal ha sancionado la posibilidad de que los agentes (operadores<sup>12</sup>) del mercado diseñen sus propias relaciones contractuales en sintonía con sus necesidades. La consagración de la libertad de contratación es vital para el desarrollo de la economía, no solo porque el reconocimiento de las actividades económicas constituye una manifestación de las libertades personales, sino porque desde un punto de vista económico son indispensables para el desenvolvimiento del mercado. Así, si admitimos que el mercado no es otra cosa que una trama infinita de contratos, y que toda actividad económica se corona, se hace posible, con una transacción, reconoceremos también de modo inmediato la necesidad de contar con un repertorio abierto de contratos; con un sistema de

---

<sup>10</sup>Los contratos atípicos conceptualmente son aquellos contratos que no encuentran una regulación positiva, integral y sistemática en el ordenamiento jurídico.

<sup>11</sup> Los contratos modernos, son aquellos contratos que tienen las características de comerciales y de bancarios, internacionalmente uniformes entre los comerciales más conocidos son: *Franquicias*, de origen anglosajón, que se realiza entre franquiciante y franquiciado, es de resultados de las redes de distribución. *Engineering*, por este contrato una empresa se obliga frente a otra a elaborar y eventualmente realizar un proyecto o encomienda su ejecución a otra empresa. *Know How*, es de transferencia de tecnología, el licenciante concede el uso de la tecnología a favor del licenciatario quien está obligado a pagar las regalías en relación a las ventas netas. Los contratos modernos de características bancarias más conocidas son: *Underwritin*, es el contrato consensual, bilateral, oneroso, no formal, innominado, celebrado entre una entidad o intermediario financiero denominado *underwrite* y un entidad, institución o sociedad emisora de valores mobiliarios, por el cual la primera se obliga a prefinanciar a la segunda parcial o totalmente, los recursos que se obtendría como resultado de su colocación, comprometiéndose a procurar la colocación de tales valores en el mercado. *Factoring*, por el cual la entidad financiera se obliga frente a una empresa a adquirirla todos los créditos que se originen normalmente y de una manera constante en su negocio por venta de mercaderías durante un período de tiempo expresamente convenido. *Leasing*, denominado arrendamiento financiero, tiene por objeto brindar financiamiento a mediano y largo plazo permitiendo que el cliente adquiera un bien de capital que ha seleccionado y le facilita su utilización por un período de tiempo, a cambio de sumas por alquiler y gastos de mantenimiento. *Forfaiting*, es una operación financiera, por el cual un banco u otra institución financiera descuenta, compra un documento comercial a un valor nominal menos la tasa de interés, sin recurso contra el vendedor o cualquier tenedor del documento excepto el librador. Fideicomiso, mediante este contrato, el Banco brinda al Cliente servicios de administración, gestión, inversión. Está compuesto de dos operaciones claramente diferenciadas. La transferencia de bienes del Fideicomitente al Fiduciario y la realización del encargo que el Fideicomitente ha confiado el fiduciario en su beneficio o del fideicomisario.

<sup>12</sup>Operadores son los comerciantes y empresarios que realizan actividad comercial o mercantil

contratos flexibles, esto es precisamente gracias a la libertad de contratar, que la norma sustantiva civil del sistema legal ha sancionado. La razón es simple, cada tipo de contractual regula un negocio, es decir, hay una identidad, aunque no siempre exacta, entre el contrato y el negocio.

El principio de la buena fe, aunque no enunciado de una manera general por la ley, tiene tantas aplicaciones en el derecho positivo, que sin duda alguna, lo convierten en un principio general del derecho de la mayor importancia, el ordenamiento jurídico exige este comportamiento de buena fe no solo en lo que tiene de limitación o veto a una conducta deshonesta, sino también de exigencia positiva prestando al prójimo todo aquello que exige una fraterna convivencia.

La buena fe es la directiva o estándar jurídico<sup>13</sup> que decide en todo lo relativo a la interpretación contractual y, desde luego, en lo que se refiere a la celebración y cumplimiento de los contratos, y ello aún con respecto a las mismas tratativas contractuales. Es más la buena fe y la rectitud son exigibles, no solo en la ejecución de los contratos, sino en el ejercicio de cualquier acción y de cualquier derecho. En este contexto de la buena en los negocios, actualmente en el mercado local, regional y nacional, la dinámica comercial se repunta, mediante el mecanismo contractual mercantil a distancia, es decir, un trato sumamente breve, con la contribución de los medios tecnológicos. Un empresario o un comerciante domiciliado en Ayacucho decide adquirir una mercancía o muchas mercancías, y mediante una llamada telefónica o un mensaje de texto breve de pedido por internet o celular, ordena a su proveedor generalmente situada en Lima, para que le envíe la mercadería, y para concretar el contrato, el precio de la mercadería solicitada, lo deposito en el banco a la cuenta bancaria que indica el proveedor,

---

<sup>13</sup> Palacios García, RAÚL, *Curso de Derecho de Obligaciones*, Fecat, Lima 2002, p. 113

por este depósito, el empresario o comerciante solicitante, únicamente posee el Boucher de depósito bancario; luego el proveedor envía a Ayacucho por la agencia de transportes indicado por el comprador la mercadería de la calidad y cantidad solicitada, esto se repite una y otra vez, en realidad, entre el comprador y vendedor o proveedor, personalmente muchas no se conocen, pero el mecanismo contractual funciona perfectamente. Todos los empresarios de provincias, desarrollan su actividad de este modo. El mecanismo funciona bien<sup>14</sup>, el asunto es, que falle algún momento, para ello debe existir una alternativa de solución, es decir, que el Boucher de depósito bancario tenga un respaldo legal, para que pudiera el afectado, hacer reclamos con mecanismos más breves y eficientes.

El Derecho Mercantil o el Derecho Comercial regulan la actividad de las personas físicas y morales, dedicadas eventual o permanentemente al comercio, esta actividad es muy vasta, por lo que se ha ido especializando teniendo una gran variedad de leyes especiales, como es el caso para regular las sociedades, la banca, títulos valores, seguros etc.

Al comercio se puede dedicar las personas físicas, o como una sociedad, debidamente formalizado, en nuestra realidad también operan muchas personas de manera informal. El comercio también se puede ejercitar a través de otras figuras jurídicas denominados los contratos modernos (*fideicomiso, leasing* etc.). Al igual que el derecho civil, en el Derecho Mercantil se pueden celebrar diversos contratos, algunos de ellos regulados expresamente por alguna ley, otros de manera general. Cuando se interpretan las reglas varían, puesto que en los contratos mercantiles, la intención de las partes es buscar hacer negocios, es decir,

---

<sup>14</sup> El mecanismo de contratación de manera verbal, con la ayuda de los medios tecnológicos como por ejemplo: pactados por teléfono, por un mensaje de texto del celular o del internet, hasta el momento no ha generado problemas, muestra de ello, ninguna compra realizada por este mecanismo, se ha judicializado, la intención es prevenir, la posible situación que pudiera ocurrir en el futuro.



una ganancia en dinero, además todas las personas que se dedican a la actividad mercantil, por regla general son consideradas como expertos en la materia, por lo que no existe de la misma forma en materia civil.

El Derecho Mercantil, desde sus orígenes, hasta la actualidad ha evolucionado vertiginosamente, mucho más con la ayuda tecnológica, la globalización, que viene a ser práctica internacional de intercambio económico, en estas últimas dos décadas, el Perú ha suscrito los tratados de libre comercio (TLC) con muchos países del mundo, sumando hasta la conclusión del trabajo 17 Tratados de Libre Comercio, considerando como un solo bloque a la Unión Europea, que permite el intercambio comercial con facilidades y ventajas. Por esta internacionalización comercial, se ha implementado instituciones protectoras a nivel internacional, como son las Cámaras de Comercio Internacional que ha establecido normas técnicas uniformes como los *INCOTERMS* por citar los menos. A nivel nacional se ha implementado también organismos protectores como INDECOPI para proteger a los consumidores, los organismos reguladores como OSIPTEL, OSINERMINING, SUNAS, todos ellos con legislación y reglamentación adecuada, también en nuestro país se ha puesto en vigencia el Código del Consumidor, como también las cámaras de comercio en cada región, ha puesto en práctica los mecanismos de promoción de la exportación en estricta coordinación con los Ministerios de Comercio Exterior. Ministerio de la Producción. Inclusive se viene implementando con mayor importancia los organismos alternativos de solución de conflictos como son los centros de conciliación y arbitraje, como una respuesta a la inoperancia del Poder Judicial en resolver con prontitud los procesos judiciales, que aparte de ser muy onerosos, son de duración indeterminada e impredecible.

Los medios alternativos de solución de conflictos, como dijimos la conciliación y el arbitraje, resulta de mucha utilidad para el empresario, la idiosincrasia del hombre del quehacer económico, es la pronta solución de la incertidumbre surgida, por ello acude antes que al Poder Judicial, el pensamiento es de solución en breve, como la propia actividad lo demanda.

## **LA EMPRESA**

Definición en su sentido más amplio, toda acción individual o conjunta para lograr un fin determinado, aportando esfuerzos o patrimonios que se usan en común. Desde el punto de vista económico, la empresa es la organización de los factores de la producción (capital y trabajo), con el fin de obtener una utilidad. Desde el punto de vista jurídico, la empresa es una persona jurídica; que tiene un patrimonio autónomo; mixto o privado, que se rigen por su estatuto social y por la ley.

Se colige de los conceptos, que la empresa es una actividad humana de carácter societaria, por consiguiente son derechos humanos fundamentales consagrados en el art. 2º numerales 14 y 17 de la Ley fundamental. El desarrollo económico y empresarial del país se encuentra contemplado en el Título III Del régimen económico, específicamente en los arts. 58 al 65 de la Constitución Política del Perú.

Las personas jurídicas de carácter civil, se encuentran legisladas en el Código Civil del Art. 76 al 138. Y los de carácter contractual en los arts. 1351, 1355 fuente de las obligaciones del mismo cuerpo normativo.

La Ley General de Sociedades; Ley N° 26887 vigente desde 09 de diciembre de 1997, establece un concepto de la sociedad<sup>15</sup>. También determina que toda sociedad debe adoptar alguna de las formas previstas en esta, y la clase de sociedades en nuestro país se denominan del siguiente modo:

### **SOCIEDAD ANÓNIMA:**

Esta sociedad puede adoptar cualquier denominación, pero debe figurar necesariamente la indicación “sociedad anónima” o las siglas “S.A”. El capital está representado por acciones nominativas y se integra por el aporte de los accionistas, quienes no responden personalmente de las deudas sociales. Para la constitución es necesario que tenga su capital suscrito totalmente y cada acción suscrita pagada por lo menos en una cuarta parte. Los órganos de la sociedad son: La junta general de accionistas; Administración de la sociedad está a cargo del directorio y por uno o más gerentes designado por el directorio.

### **FORMAS ESPECIALES DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA**

**SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA.**- Esta sociedad es cuando tiene no menos de dos accionistas ni más de 20 accionistas. Las acciones no se pueden inscribir en el Registro público del mercado de valores. La denominación debe incluir la indicación “Sociedad Anónima Cerrada” o las siglas “S.A.C.

**SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA.**- Esta sociedad es cuando ha hecho oferta pública primaria de acciones; tiene más de 750 accionistas, se constituye como tal, y que todos los accionistas con derecho a voto aprueban por unanimidad a adaptación a dicho régimen. Todas las acciones deben inscribir en el Registro

---

<sup>15</sup> Art. 1° La sociedad.- Quienes constituyen la sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas.

Público del Mercado de Valores, salvo que existan acciones no inscribibles. La CONASEV supervisa y controla.

## **OTRAS FORMAS SOCIETARIAS**

**SOCIEDAD COLECTIVA.-** En esta sociedad los socios responden en forma solidaria e ilimitada por las obligaciones sociales. Todo pacto en contrario no produce efecto contra terceros. Su razón social que se integra con el nombre de todos los socios o de alguno de ellos, agregándole la expresión “Sociedad Colectiva” o las siglas “S.C”. Tiene plazo fijo de duración. Su capital se divide en participaciones.

**SOCIEDADES EN COMANDITA.-** En esta sociedad, los socios colectivos responden solidaria e ilimitadamente por las obligaciones sociales, en tanto que los socios comanditarios responden solo hasta la parte del capital que se hayan comprometido a aportar. El acto constitutivo debe indicar quiénes son los socios colectivos y los socios comanditarios. Su razón social con el nombre de todos los socios colectivos o de alguno de ellos, agregándose según corresponda, las expresiones “Sociedad en Comandita” o “Sociedad en Comandita por acciones” o sus respectivas siglas “S en C” o “S en C. por A”.

**SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE.** Se aplican disposiciones relativas a la sociedad colectiva.

**SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES.-** Se aplican las disposiciones relativas a la sociedad anónima.

## **SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

El capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden incorporarse a títulos valores, ni denominarse

acciones. Su denominación puede ser abreviada, al que en todo caso debe añadir la indicación “Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada” o su abreviatura “S.R.L”. Su administración se encarga a uno o más gerentes. Socios o no.

### **SOCIEDADES CIVILES.**

La sociedad civil se constituye para un fin común de carácter económico que se realiza mediante el ejercicio personal de una profesión, pericia, práctica u otro tipo de actividades personales por algunos o todos los socios.

La sociedad civil se divide en dos clases: a) Sociedad civil ordinaria; y b) Sociedad civil de Responsabilidad Limitada. Su razón social se integra con el nombre de uno o más socios y con la indicación “Sociedad Civil” o su expresión abreviada “S.C.”; o “Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada” o su expresión abreviada “S.C. de R.L”. Su capital social se divide en participaciones. Órganos de la sociedad son: La administración y Junta de socios.

### **EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (E.I.R.L.)**

Esta clase de persona jurídica, está contemplado fuera de la ley general de sociedades, tiene su legislación propia: Decreto ley 21435, se promulgó la ley de Pequeña Empresa de propiedad privada, con el objeto de promover su desarrollo y contribución a la generación de empleo y riqueza en la economía nacional, ha sido reglamentado por el Decreto Ley N° 21621 de fecha 15 de setiembre de 1976 vigente hasta hoy. Su constitución es por la voluntad unipersonal, con patrimonio propio distinto al de su titular, que se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa. Su titular no responde por las obligaciones de ésta. Solo pueden o ser titulares las personas naturales. Su denominación individualizada seguida de las palabras “Empresa Individual de

Responsabilidad Limitada” o de las siglas “E.I.R.L.”. Es de duración indeterminada y es de carácter mercantil”. Órganos de la empresa: El titular y la gerencia. El titular es el órgano máximo de la empresa.

### **CLASIFICACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MICRO EMPRESAS-PYMES.**

El avance y la estructuración del Derecho Empresarial en el Perú, ha venido clasificándose con nombre propio recién en el año 1991, cuando se promulga el 08 de noviembre del referido año, el Decreto Legislativo N° 705 Ley de promoción de Micro y Pequeñas Empresas, norma que promueve la constitución y el funcionamiento de la Micro y Pequeña Empresa, con el objeto de brindar un acceso masivo del empleo, sobre todo la mano de obra no calificada, y con un costo por puesto de trabajo significativamente menor que el de los otros sectores productivos.

Actualmente la legislación que rige se denomina TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE. Decreto Supremo N° 007-2008-TR, vigente desde el 30 de setiembre del 2009; y su REGLAMENTO DEL TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE- REGLAMENTO DE LA LEY MYPE Decreto Supremo N° 008-2008-TR, vigente desde el 30 de setiembre del 2009; El T.U.O y su Reglamento establecen una clasificación en a) micro empresa y b)

pequeña empresa, tomando dos parámetros fundamentales como son el número de trabajadores y ventas anuales hasta un monto mínimo máximo según la unidad impositiva tributaria (UIT).

### **LA MICRO EMPRESA.**

Se define a la Microempresa a aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios y que cumple con los siguientes requisitos: El propietario o propietaria de la empresa laboran en la misma; el número total de trabajadores y empleados de uno hasta diez; y las ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

### **LA PEQUEÑA EMPRESA.**

Es aquella que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios y que reúne adicionalmente las siguientes características: el número total de trabajadores y empleados es de uno hasta cien personas. Las ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI mantiene actualizado el sistema nacional de Estadística de Informática sobre la PYME, facilitando a los integrantes del sistema y a los usuarios, el acceso a la información estadística y bases de datos obtenidos<sup>16</sup>. El Registro Nacional de la

---

<sup>16</sup> Art. 22 DEL TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA

Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) a cargo del Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo tiene por finalidad acreditar que una unidad económica califica como micro o pequeña empresa de acuerdo a las características establecidas en el art. 4º y 5º de la ley. El REMYPE reportará mensualmente a la SUNAT, al SIS y al ONPE la relación de MYPE que se hayan registrado o salido del sistema<sup>17</sup>.

### **EL EMPRESARIO.**

Es empresario quien ejerce una actividad económica organizada para el fin de la producción o del intercambio de bienes o de servicios<sup>18</sup>. El concepto económico y legal de empresario no puede reducirse al sinónimo de comerciante.

El empresario, según sea la empresa al que pertenece, será empresario de la micro empresa o empresario de la pequeña empresa.

---

EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE. Decreto Supremo N° 007-2008-TR.

<sup>17</sup> Arts. 64º y 69 DEL REGLAMENTO DEL TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE- REGALMENTO DE LA LEY MYPE Decreto Supremo N° 008-2008-TR

<sup>18</sup> Art. 2082 del Código de Comercio de Italia.



## MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

**La costumbre:** Se denomina a la práctica ancestral y actual de tradiciones repetitivas que sirven de base al desarrollo comercial, generalmente de manera verbal. El derecho como ciencia jurídica ha tomado como fuentes naturales a la costumbre. Derecho no escrito (derecho consuetudinario).

**Circulación de bienes:** un determinado bien está hecho para satisfacer las necesidades de otro, como tal debe ponerse al servicio de quien necesita, y para llegar a su destino tiene que circular mediante el transporte en su diferente medio, sea terrestre, marítimo, aéreo y electrónico.

**Usuarios de bienes:** Son personas naturales o jurídicas, que necesitan un determinado bien para sí, o para otro, por lo mismo requieren y hacen circular el bien, generando la riqueza y el desarrollo de la sociedad.

**Modalidades de circulación de bienes:** Los bienes circulan de manera dinámica, previa contraprestación del valor comercial, en ello opera la oralidad y la buena fe en los negocios.

**Mecanismos de contratación:** son formas de realizar contratos

**Contratos típicos:** Son las formas de contratos conforme la ley establece.

**Contratos atípicos:** son los contratos no escritos ni contemplados por la ley.

**Empresa:** Es la organización de factores productivos (capital y trabajo) para la producción e intercambio de bienes.

**Mercado:** Espacio o establecimiento donde se realizan la actividad comercial o intercambio de mercancías.

**Capital de Trabajo:** Es la herramienta de trabajo, el activo del capital.

**Mercado de trabajo:** Es el lugar o establecimiento donde se realizan las actividades comerciales, o es el espacio donde un trabajador se desenvuelve laboralmente.

**Riqueza:** Es el conjunto de bienes que contribuye a la calidad de vida.

**Pobreza:** Es la falta de bienes que contribuyen a la ausencia de la calidad de vida.

**Tecnología:** Son logros del avance de la ciencia, que permiten realizar actividades con mayor facilidad.

**Empresario:** Es empresario quien ejerce una actividad económica organizada para el fin de la producción o del intercambio de bienes o de servicios”<sup>19</sup>.

**Comerciante:** Toda persona natural o jurídica que teniendo capacidad legal, realiza habitualmente actos de comercio con propósito de lucro.

**Distancia:** Espacio o intervalo de lugar o de tiempo que media entre dos cosas o sucesos.

**Ausente:** Encontrarse alejado de un lugar.

---

<sup>19</sup> Art. 2082 del Código de Comercio de Italia.

## **VARIABLES E INDICADORES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Factores económicos y sociales.

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

Uso de mecanismo de contratación mercantil a distancia que usaron los empresarios.

### **INDICADORES.**

1.- Factores económicos: tipo de contrato mercantil a distancia más usado, tipo de empresa, rapidez, costo que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios.

2- Factores sociales: nivel de instrucción, profesión, edad, sexo del empresario que influyen en el uso de mecanismo de contratación mercantil a distancia.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

### VARIABLE INDEPENDIENTE

<b>FACTOR SOCIO ECONÓMICO</b>	<b>LA VARIABLE SOCIO ECONÓMICO</b>
PERFIL DEL EMPRESARIO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA	La variable Socio económico se medirá con los siguientes indicadores: edad, estado civil, grado de instrucción, ocupación y clase de empresa.
Por sexo	Hombres:  Mujeres:
Por edad	23 a 34 años  35 a 44 años  45 a 54 años  55 a 65 años  >66 años
Por nivel socio económico	Se considera el ingreso mensual de todos  CATEGORIAS A,B,C

<b>Grado de instrucción</b>	Maestría y post grado Superior Universitario. Superior Técnico Secundaria Primaria.
<b>Costo</b>	Bajo, regular, alto
<b>Rapidez</b>	Si, no
<b>Tipo de empresa</b>	Micro empresa, pequeña empresa, mediana y gran empresa.

## VARIABLE DEPENDIENTE

<b>Tipo de contratación mercantil a distancia.</b>	<b>USO DE MECANISMO DE CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA POR EMPRESARIOS SOCIO ECONÓMICO</b>
Los contratos a distancia de formación sucesiva	La contratación por carta La contratación por telégrafo
Los contratos a distancia de formación instantánea	La contratación por teléfono La contratación por medio de télex La contratación a distancia por fax

	<p>Los contratos a distancia por internet e-mail</p> <p>Los contratos a distancia por internet video cámaras</p> <p>Los contratos a distancia por internet el scanner</p> <p>contratación a distancia por internet las redes sociales</p>
<p>Los contratos a distancia de aprobación automática</p>	<p>La contratación por tarjetas plásticas</p>
<p>La contratación a través de los cajeros automáticos</p>	

## **CAPÍTULO III**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Básica

#### **3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Explicativa, retrospectiva y transversal

#### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

##### **POBLACIÓN**

Empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho que usaron el mecanismo de contratación mercantil a distancia durante el año 2010.

**MUESTRA** lo conformaron 150 empresarios del distrito de Huanta y 150 empresarios del distrito de Ayacucho que utilizaron mecanismos de contratación mercantil a distancia durante el año 2010.

#### **3.4.- TIPO DE MUESTREO:**

No probabilístico

#### **3.5 CRITERIO DE INCLUSIÓN:**

Empresarios del distrito de Huanta y Ayacucho que utilizaron mecanismos de contratación mercantil a distancia durante el año 2010.

#### **3.6 CRITERIO DE EXCLUSIÓN:**

Empresarios del distrito de Huanta y Ayacucho que NO utilizaron mecanismos de contratación mercantil a distancia durante el año 2010.

### **3.7 TÉCNICA:**

<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Recolección de datos.	Ficha de Recolección de datos.

### **3.8.- PROCEDIMIENTO.-**

Se seleccionaron a los Empresarios del distrito de Huanta y Ayacucho que utilizaron mecanismos de contratación mercantil a distancia durante el año 2010 previa sensibilización y consentimiento informado, para luego realizar la aplicación de la entrevista encuesta.

### **3.9.- PROCESAMIENTO DE DATOS.-**

Después de obtenido los datos se procedió a crear una base de datos con las cuales se construyeron los cuadros estadísticas los cuales se presentaron en los resultados.



## **CAPÍTULO IV**

# **4.1.- RESULTADOS.**

**CUADRO N° 01.**

**Huamanga: Mype por segmento empresarial 2010**

	Segmento Empresarial		TOTAL	
	Micro empresa	Pequeña Empresa	N°	%
Ayacucho	11 204	337	11 541	100.00%
Huamanga	8 195	273	8 468	73.40%

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE –DGMYPE-C/Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 02.

### AYACUCHO MYPE SEGÚN VENTA ANUAL, 2010

VENTA ANUAL	EMPRESAS	
	Nº	%
Micro empresa	12 271	97.0%
Hasta 13UIT	10 090	79.7%
de 13 a 75 UIT	1 843	14.6%
de 75 a 150 UIT	338	2.7%
Pequeña Empresa	351	2.8%
<b>TOTAL MYPE</b>	<b>12 622</b>	<b>99.7%</b>
Mediana y Gran Empresa	33	0.3%
<b>TOTAL Empresas</b>	<b>12 655</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - OGMYPE-C./Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 03

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN TIPO DE CONTRIBUYENTE, 2010

TIPO DE CONTRIBUYENTE	Microempresa			TOTAL	TOTAL	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
	Hasta 13UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT	Micro empresa	Pequeña empresa			
<b>EMPRESAS INDIVIDUALES</b>	9 049	1 516	226	10 791	209	11 000	19	11 019
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	8 522	1 298	140	9 960	96	10 056	7	10 063
EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA	527	218	86	831	113	944	12	956
	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>EMPRESAS CON FORMAS SOCIETARIAS</b>	1 041	327	112	1 480	142	1 622	14	1 636
SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	508	159	64	731	54	785	3	788
SOC.COM.RESPONS. LTDA	415	138	42	595	73	668	5	673
SOCIEDAD ANONIMA	43	8	3	54	7	61	3	64
SOCIEDAD IRREGULAR	10	4	1	15	2	17	-	17
SOCIEDAD CIVIL	6	-	-	6	1	7	-	7
UNIVERS. CENTROS EDUCAT. Y CULT.	18	7	-	25	1	26	-	26
SUCESION INDIVISA CON NEGOCIO	3	-	-	3	-	3	-	3
COOPERATIVAS, SAIS, CAPS	8	3	-	11	3	14	3	17
COMUNIDAD CAMPESINA, NATIVA, COMUNAL	22	5	1	28	1	29	-	29
OTROS	8	3	1	12	-	12	-	12
<b>Total general</b>	<b>10 090</b>	<b>1 843</b>	<b>338</b>	<b>12 271</b>	<b>351</b>	<b>12 622</b>	<b>33</b>	<b>12 655</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 04

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN PROVINCIA, 2010

PROVINCIA	Microempresa			TOTAL Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
	Hasta 13 UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
CANGALLO	157	14	-	171	1	172	1	173
HUAMANGA	7 281	1 378	279	8 938	283	9 221	27	9 248
HUANCA SANCOS	87	6	-	93	1	94	-	94
HUANTA	911	170	24	1 105	26	1 131	4	1 135
LA MAR	555	118	11	684	18	702	1	703
LUCANAS	524	93	16	633	14	647	-	647
PARINACOCNAS	230	31	1	262	4	266	-	266
PAUCAR DEL SARA SARA	94	16	1	111	2	113	-	113
SUCRE	79	5	-	84	1	85	-	85
VICTOR FAJARDO	92	5	4	101	1	102	-	102
VILCAS HUAMAN	80	7	2	89	-	89	-	89
<b>TOTAL AYACUCHO</b>	<b>10 090</b>	<b>1 843</b>	<b>338</b>	<b>12 271</b>	<b>351</b>	<b>12 622</b>	<b>33</b>	<b>12 655</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

181190

## CUADRO N° 05

## AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN SECTOR ECONÓMICO, 2010

SECTOR ECONÓMICO	DIVISION CIU	Microempresa			Total Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13 UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
Agropecuaria	200	186	21	3	210	5	215	-	215
Pesca	05-500	9	1	-	10	-	10	-	10
Minería	10-1429	20	5	5	30	1	31	-	31
Manufactura	15-3720	653	133	19	805	10	815	-	815
Construcción	40-4550	268	42	28	338	32	370	3	373
Comercio	50-5260	3 969	854	166	4 989	192	5 181	24	5 205
Servicios	55-9900	4 985	787	117	5 889	111	6 000	6	6 006
<b>Total Empresas</b>		<b>10 090</b>	<b>1 843</b>	<b>338</b>	<b>12 271</b>	<b>351</b>	<b>12 622</b>	<b>33</b>	<b>12 655</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 06

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN SECTOR COMERCIO 2010

DESCRIPCION	DIVISION CIU	Microempresa			Total Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
Venta al Por Menor	52-5260	2 930	526	69	3 525	40	3 565	4	3 569
Venta al Por Mayor	51-5190	731	227	81	1 039	122	1 161	16	1 177
Mantenimiento y Reparación de vehículos	50-5050	308	101	16	425	30	455	4	459
<b>TOTAL EMPRESAS DE COMERCIO</b>		<b>3 969</b>	<b>854</b>	<b>166</b>	<b>4 989</b>	<b>192</b>	<b>5 181</b>	<b>24</b>	<b>5 205</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 07

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN SECTOR SERVICIOS, 2010

DESCRIPCION	DIVISION CIU	Microempresa			Total Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13 UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
Hoteles Y Restaurantes	55-5520	827	134	14	975	5	980	-	980
Transporte Almacenamiento Y Comunicación	60-6420	806	240	50	1 096	52	1 148	4	1 152
Servicios Financieros	65-6720	6	5	1	12	2	14	2	16
Inmobiliaria Y Alquileres	70-7499	870	167	30	1 067	29	1 096	-	1 096
Enseñanza	80-8090	94	23	1	118	5	123	-	123
Servicios Sociales Y De Salud	85-8532	114	15	1	130	1	131	-	131
Otros Servicios	90-9900	2 268	203	20	2 491	17	2 508	-	2 508
<b>TOTAL EMPRESAS DE SERVICIOS</b>		<b>4 985</b>	<b>787</b>	<b>117</b>	<b>5 889</b>	<b>111</b>	<b>6 000</b>	<b>6</b>	<b>6 006</b>

Fuentes: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial



## CUADRO N° 08

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN SECTOR DE LAS TIC, 2010

DESCRIPCION	DIVISION CIU	Microempresa			Total Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
Telecomunicaciones	64	71	10	4	85	3	88	1	89
Informatica y Act Conexas	72	57	15	1	73	6	79	-	79
<b>TOTAL EMPRESAS DE SERVICIOS TIC</b>		<b>128</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>158</b>	<b>9</b>	<b>167</b>	<b>1</b>	<b>168</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPEC / Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 09

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN DIVISION CIU, SECTOR MANUFACTURA, 2010

DESCRIPCION	DIVISION CIU	Microempresa			Total Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
Elab. de prod. alimenticios y bebidas	15	128	38	8	174	5	179	-	179
Elab.de productos de tabaco	16	-	-	-	-	-	-	-	-
Fabricación de productos textiles	17	65	6	1	72	-	72	-	72
Fab. prendas de vestir; adobo y teñido de piel	18	21	6	1	28	1	29	-	29
Curtido y adobo de cueros; fab.de maletas, br	19	7	1	-	8	-	8	-	8
Producción de madera y fabricación de produ	20	109	15	1	125	1	126	-	126
Fab. papel y de productos de papel	21	1	-	-	1	-	1	-	1
Act.edición e impresión y de reproducción de	22	74	27	4	105	1	106	-	106
Fab. coque, productos de la refinación del pel	23	-	-	-	-	-	-	-	-
Fab. sustancias y productos químicos	24	3	1	1	5	-	5	-	5
Fab. de productos de caucho y plástico	25	-	2	-	2	-	2	-	2
Fab.de otros prod. Min. no metálicos	26	35	3	-	38	-	38	-	38
Fabricación de metales comunes	27	4	1	-	5	-	5	-	5
Fab. productos elab.de metal, excepto maqui	28	99	12	-	111	-	111	-	111
Fab. de maquinaria y equipo n.c.p.	29	2	-	-	2	-	2	-	2
Fab.maq. oficina, contabilidad e informática	30	-	-	-	-	-	-	-	-
Fab. maquinaria y aparatos eléctricos n.c.p.	31	-	1	1	2	-	2	-	2
Fab. equipo y aparatos de radio, televisión y c	32	-	-	-	-	-	-	-	-
Fab. instrumentos médicos, ópticos y de preci	33	-	1	-	1	-	1	-	1
Fab. vehículos automotores, remolques y serr	34	2	-	-	2	-	2	-	2
Fab. otros tipos de equipo de transporte	35	-	-	-	-	-	-	-	-
Fab. muebles; industrias manufactureras n.c.}	36	97	19	2	118	2	120	-	120
Reciclamiento	37	6	-	-	6	-	6	-	6
<b>TOTAL EMPRESAS DE MANUFACTURA</b>		<b>653</b>	<b>133</b>	<b>19</b>	<b>805</b>	<b>10</b>	<b>815</b>	<b>-</b>	<b>815</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 10

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN SECCION ECONOMICA, 2010

SECCIÓN ECONÓMICA	SECCION	Microempresa			TOTAL Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
AGRICULTURA GANADERÍA CAZA Y SELVICULT	A	186	21	3	210	5	215	-	215
PESCA	B	9	1	-	10	-	10	-	10
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	C	20	5	5	30	1	31	-	31
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	D	653	133	19	805	10	815	-	815
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	E	1	-	-	1	-	1	-	1
CONSTRUCCIÓN	F	267	42	28	337	32	369	3	372
COM. AL POR MAYOR Y MENOR, REPARACIÓN	G	3 969	854	166	4 989	192	5 181	24	5 205
HOTELES Y RESTAURANTES	H	827	134	14	975	5	980	-	980
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNI	I	806	240	50	1 096	52	1 148	4	1 152
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	J	6	5	1	12	2	14	2	16
ACT. INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE AI	K	870	167	30	1 067	29	1 096	-	1 096
ENSEÑANZA(PRIVADA)	M	94	23	1	118	5	123	-	123
ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SA	N	114	15	1	130	1	131	-	131
OTRAS ACTIV. DE SERVICIOS COMUNITARIAS,	O	2 268	203	20	2 491	17	2 508	-	2 508
<b>TOTAL EMPRESAS</b>		<b>10 090</b>	<b>1 843</b>	<b>338</b>	<b>12 271</b>	<b>351</b>	<b>12 622</b>	<b>33</b>	<b>12 655</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPE-C / Dirección de Desarrollo Empresarial

## CUADRO N° 11

### AYACUCHO MYPE POR VENTAS ANUALES, SEGÚN CLASE MANUFACTURA, 2010

DESCRIPCION	CIU	Microempresa			TOTAL Micro empresa	Pequeña Empresa	TOTAL MYPE	Mediana y Gran Empresa	Total Empresas
		Hasta 13UIT	de 13 a 75 UIT	de 75 a 150 UIT					
Fabricación de prendas de vestir.	1 810	20	6	1	27	1	28	-	28
Actividades de impresión.	2 221	60	23	3	86	1	87	-	87
Elaboración de productos de panadería.	1 541	71	22	4	97	1	98	-	98
Fabricación de muebles.	3 610	85	16	1	102	2	104	-	104
Fabricación productos metálicos de uso estru	2 811	55	7	-	62	-	62	-	62
Fabricación de calzado.	1 920	2	1	-	3	-	3	-	3
Elaboración de otros productos alimenticios.	1 549	15	5	2	22	1	23	-	23
Fab otros prod textil	1 729	21	4	-	25	-	25	-	25
Fab otros prod metal	2 899	40	5	-	45	-	45	-	45
Fab partes y piezas de carpintería para edificic	2 022	35	-	-	35	-	35	-	35
Fab otros prod de madera	2 029	38	6	1	45	-	45	-	45
Act ser para la impresión	2 222	7	2	-	9	-	9	-	9
Aserrado y acepillado madera	2 010	29	6	-	35	-	35	-	35
Otras activid Manuf		175	30	7	212	4	216	-	216
<b>TOTAL EMPRESAS DE MANUFACTURA</b>		<b>653</b>	<b>133</b>	<b>19</b>	<b>805</b>	<b>10</b>	<b>815</b>	<b>-</b>	<b>815</b>

Fuente: SUNAT, Registro Único de Contribuyentes 2010

Elaboración: PRODUCE - DGMYPEZ / Dirección de Desarrollo Empresarial

## FACTOR ECONÓMICO

### CUADRO N° 12

EMPRESARIOS QUE USARON CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA. SEGÚN TIPO DE EMPRESA. DE LOS DISTRITOS DE HUANTA Y AYACUCHO DURANTE EL AÑO 2010.

Tipo de Empresa	Dist. Huanta		Dist. Ayacucho		Total	
	N	%	N	%	N	%
<i>Microempresa</i>	147	98	145	96.6	292	97.3
<i>pequeña</i>	2	1.3	3	2	5	1.7
<i>Mediana y gran Empresa</i>	1	0.6	2	1.3	3	1
<i>Total</i>	150	100	150	100	300	100

**Fuente:** Ficha de encuesta.

Los empresarios que usaron contratación mercantil a distancia en mayor porcentaje tienen como tipo de empresa la microempresa, la cual representa el 98% del Distrito de Huanta, respecto al Distrito de Ayacucho con un 96.6 %.

### CUADRO N° 13

SEGÚN TIPO DE CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA MÁS USADO POR  
LOS EMPRESARIOS DE LOS DISTRITOS DE HUANTA Y AYACUCHO DURANTE  
EL AÑO 2010.

Tipo de contratación mercantil a distancia.	Dist. Huanta		Dist. Ayacucho		Total	
	N	%	N	%	N	%
Los contratos a distancia de formación sucesiva	22	14.6	23	15.3	45	15
Los contratos a distancia de formación instantánea	105	70	107	71.3	212	70.7
Los contratos a distancia de aprobación automática	15	10	11	7.3	26	8.7
La contratación a través de los cajeros automáticos	8	5.3	9	6	17	5.6
<i>Total</i>	150	100	150	100	300	100

**Fuente: Ficha de encuesta.**

Los Empresarios del Distrito de Huanta en mayor porcentaje con un 70% usaron el mecanismo de contratación a distancia de formación instantánea. Al respecto los Empresarios del Distrito de Ayacucho también usaron en mayor porcentaje mecanismo de contratación a distancia de formación instantánea con un 71.3% con respecto a otros tipos de contratación.

## FACTOR SOCIAL

### CUADRO N° 14

EMPRESARIOS QUE USARON CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA SEGÚN EDAD, DE LOS DISTRITOS DE HUANTA Y AYACUCHO DURANTE EL AÑO 2010.

EDAD	Dist. Huanta		Dist. Ayacucho		Total	
	N	%	N	%	N	%
23 a 34 años	21	14	20	13.3	41	27.3
35 a 44 años	66	44	68	45.3	134	89.3
45 a 54 años	39	26	36	24	75	50
55 a 65 años	21	14	22	14.7	43	28.7
>66 años	3	2	4	2.7	7	4.7
<i>Total</i>	150	100	150	100	300	100

**Fuente: Ficha de encuesta.**

El cuadro nos muestra los Empresarios que usaron contratación mercantil a distancia del Distrito de Huanta en mayor porcentaje pertenecen a los grupos etáreos de 35 a 44 años en un 44%, al respecto los Empresarios del Distrito de Ayacucho con 45.3 % tiene edades que fluctúan entre los 35 a 44 años.

## CUADRO N° 15

EMPRESARIOS QUE USARON CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA SEGÚN SEXO DE LOS DISTRITOS DE HUANTA Y AYACUCHO DURANTE EL AÑO 2010.

SEXO	Dist. Huanta		Dist. Ayacucho		Total	
	N	%	N	%	N	%
Masculino	114	76	111	74	225	75
Femenino	36	24	39	26	75	25
Total	150	100	150	100	300	100

Fuente: Ficha de encuesta.

En mayor porcentaje con el 76% de los Empresarios que usaron contratación mercantil a distancia del Distrito de Huanta son del sexo masculino, al respecto los Empresarios del Distrito de Ayacucho con 74 % también en mayor porcentaje son de sexo masculino.



## CUADRO N° 16

EMPRESARIOS QUE USARON CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS DISTRITOS DE HUANTA Y AYACUCHO DURANTE EL AÑO 2010.

GRADO DE INSTRUCCIÓN	Dist. Huanta		Dist. Ayacucho		Total	
	N	%	N	%	N	%
Maestría y post grado	12	8	18	12	30	10
Superior Universitario	57	38	60	40	117	39
Superior no universitario	42	28	39	26	81	27
Secundaria	30	20	27	18	57	19
Primaria	9	6	6	4	15	5
<i>Total</i>	150	100	150	100	300	100

**Fuente:** Ficha de encuesta.

El cuadro nos muestra los Empresarios que usaron contratación mercantil a distancia del Distrito de Huanta en mayor porcentaje, tienen como grado de instrucción superior universitario con un 38%, mientras que los Empresarios del Distrito de Ayacucho con 40 % tienen grado de instrucción superior universitario.

## CUADRO N° 17

EMPRESARIOS QUE USARON CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA SEGÚN CUMPLIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE LOS DISTRITOS DE HUANTA Y AYACUCHO DURANTE EL AÑO 2010.

CUMPLIMIENTO DE CONTRATACIÓN MERCANTIL A DISTANCIA	Dist. Huanta		Dist. Ayacucho		Total	
	N	%	N	%	N	%
<i>SI</i>	142	96	141	94	283	94.3
<i>NO</i>	8	4	9	6	17	5.7
<i>Total</i>	150	100	150	100	300	100

El cuadro muestra el cumplimiento de contratación mercantil a distancia, donde se observa que del 100% (150) empresarios del distrito de Huanta que efectuaron contratación mercantil a distancia, el 96% (142) refieren que se cumplieron con el contratación, de las cuales el 4% (8) mencionaron que **no** se cumplió con la contratación mercantil a distancia.

Mientras que del 100% (150) empresarios del distrito de Ayacucho que realizaron contratación mercantil a distancia, el 94% (141) refieren que se cumplieron la contratación, de las cuales el 6% (9) mencionaron que **no** se cumplió con la contratación mercantil a distancia.

## **4.2.- DISCUSIONES.**

### **FACTORES DE RIESGO SOCIOECONÓMICO.**

Los Factores económicos como: tipo de contrato mercantil a distancia más usado, tipo de empresa son factores que influyen de manera significativo para el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios.

Los Factores sociales como: nivel de instrucción, profesión, edad, sexo del empresario influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia.

Se encontró como factores importantes tales como: la edad, ocupación, grado de instrucción, sexo que influyen en el uso de Mecanismo de contratación mercantil a distancia, en los empresarios del distrito de Huanta y Ayacucho.

Los Empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho en mayor porcentaje usaron el mecanismo de contratación a distancia de formación instantánea con respecto a otros tipos de contratación porque no genera mayores problemas al usuario, sin embargo se hace necesario mayor respaldo legal, porque, la legislación que existe basado en el principio de la libertad contractual, si bien le permite toda la amplitud, no garantiza en caso de que surgiera problemas por incumplimiento del contrato de carácter verbal que se ha pactado.

Los mecanismos de contratación mercantil a distancia, son las formas contractuales de menor costo económico y de brevedad en el tiempo, en comparación de los contratos que necesitan una formalidad establecida en la ley positiva.

Los mecanismos de contratación mercantil a distancia influye positivamente en el desarrollo dinámico porque esta estrechamente ligado con la contribución de la tecnología<sup>20</sup>, la masificación del uso de los equipos celulares, del internet, hace que toda persona esté conectado al mundo en tiempo real, situación que hace que el desarrollo económico progrese a una velocidad exponencial<sup>21</sup>, este crecimiento sin duda genera que un sector de sociedad, se convierta en una sociedad de ricos<sup>22</sup>, y la otra una sociedad de pobres<sup>23</sup>.

Al respecto Rolando **Arellano**. En cuyo estudio de Marketing sobre perfil de Empresario que aplicó ficha técnica a 450 casos de empresarios encuestados en Lima, Arequipa, Piura y Huancayo de los resultados encontrados en mayor porcentaje con 42% tienen edades que fluctúan de 35-44 años ,mientras que el 65%de los empresarios encuestados tienen estudio superiores completos universitarios, técnico. Dichos resultados coinciden con los resultados obtenidos por el presente estudio.

Los mecanismos de contratación mercantil a distancia necesitan un respaldo de la ley positiva, es decir, las pruebas indiciarias que son los breves textos de mensaje

---

<sup>20</sup> <sup>1</sup> STANDAGE, Tom, *El futuro de la tecnología; The Economist*, Buenos Aires 2008 p. 13 manifiesta que la tecnología informática crece, debiendo hacerse lo más fácil de aprendizaje para los clientes, es decir, cada vez, cada tecnología de la informática se convierte sencillo de manejar, inclusive existen hogares digitales, que muy fácil entienden de esta modernidad tecnológica son los niños, a comparación de los adultos.

<sup>21</sup> Las velocidades de progresiones aritméticas y geométricas que explicaba la teoría maltusiana sobre la explosión demográfica frente a la producción de alimentos, sin duda, no tuvo consideración al desarrollo tecnológico, estas son largamente superados, de manera constante e incalculable.

<sup>22</sup> Como hemos comentado, que las sociedades ricas, son aquellos que tienen mayor grado de educación, por lo mismo tienen acceso al uso de la tecnología cada vez más avanzada.

<sup>23</sup> Las sociedad de pobres, son segmentos de la colectividad con poco grado de educación y menor acceso a la tecnología, para disminuir esta brecha, el actual gobierno ha creado un ministerio exclusivo que se denomina Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social MIDIS, repartición estatal que administra los programas sociales como: pensión 65, cuna más, juntos y, Qaly warma de reciente creación en reemplazo de Programa Nacional de Asistencia Alimentaria PRONAA.

por celular o internet y los Boucher de depósitos bancarios en la cuenta del proveedor deben tener la calidad de mérito ejecutivo para hacer el reclamo pertinente.

En pleno siglo XXI, donde el mundo es globalizado, el Perú, si bien geográficamente no es tan grande, todos sus pueblos no son globalizados, por cuanto existen todavía distritos y caseríos a donde no llegan los medios de comunicación básica como son las carreteras de interconexión, peor aún los medios de comunicación tecnológicos. En ese contexto el Estado tiene que invertir en infraestructura de comunicación de toda índole a lo largo y ancho del país.

## **SISTEMAS COMPARADOS.**

### **ASPECTO LEGISLATIVO**

El Código Civil peruano de 1984 se ha orientado por la teoría del conocimiento, pero el legislador también ha considerado apropiado matizar la teoría del conocimiento con la de recepción regulada en el artículo 1374° señalando que la oferta, su revocación, la aceptación, o cualquier otra declaración contractual se considerarán conocidas cuando llegan al ámbito jurídico del destinatario, por lo tanto se considerará formado el contrato cuando la aceptación llegue al domicilio del oferente.

El Código de Comercio de Perú de 1902, art. 54° Los contratos que se celebren por correspondencia, quedarán perfeccionados desde que se conteste aceptando la propuesta o las condiciones con que este fuera modificada.

En Argentina el Código de Dalmacio Vélez Sarfield, vigente a la fecha, en el Art. 1144 regula el contrato entre ausentes.

En Chile, La contratación a distancia regula la Ley de Protección de consumidores (LPC) en su art. 3°.

En Código Civil de Brasil, elaborado por Texeira De Freitas, que también se encuentra vigente. Regula en legislación aparte, denominada Ley de Defensa de los Consumidores, exige la ratificación posterior de un contrato a distancia mediante diversos medios telemáticos como e-mail; SMS; fax o cualquier otro medio escrito.

**En la legislación de la Unión Europea: Directiva 2011/83/UE.-** Los contratos a distancia en la Unión Europea, se legisla mediante la Directiva 2011/83/UE. En los contratos a distancia (definidos en el art. 2.7), el comerciante facilitará la información o la pondrá a disposición del consumidor “de forma acorde con las técnicas de comunicación a distancia utilizadas, en términos claros y comprensibles” como corresponde a esta forma de contratación el soporte papel no se configura como un medio preferente para facilitar la información precontractual o la confirmación del contrato. La prioridad de un soporte u otro depende de su adecuación a la técnica de comunicación a distancia utilizada, si bien siempre que dicha información se facilite en un soporte duradero, tendrá que ser legible.

## CONCLUSIONES.

De los resultados obtenidos en la presente investigación se arribó a las siguientes conclusiones:

1. Los empresarios que usan mecanismo de contratación mercantil a distancia tienen microempresa, representando el 98% son del Distrito de Huanta, respecto al Distrito de Ayacucho 96.6 %.
2. Los Empresarios del Distrito de Huanta en mayor porcentaje con un 70% usaron el mecanismo de contratación a distancia de formación instantánea.  
Los Empresarios del Distrito de Ayacucho también usaron en mayor porcentaje mecanismo de contratación a distancia de formación instantánea en 71.3% con respecto a otras tipos de contratación.
3. Con respecto al cumplimiento de contratación mercantil a distancia, donde se observa que del 100% (150) empresarios del distrito de Huanta que efectuaron contratación mercantil a distancia, el 96% (142) refieren que se cumplieron con el contratación, de las cuales el 4% (8) mencionaron que **no** se cumplió con la contratación mercantil a distancia.  
Los empresarios del distrito de Ayacucho que realizaron contratación mercantil a distancia, el 94% (141) refieren que se cumplieron la contratación, de las cuales el 6% (9) mencionaron que **no** se cumplió con la contratación mercantil a distancia.

## **RECOMENDACIONES:**

- 1        Está comprobado indiscutiblemente, que los mecanismos de contratación mercantil a distancia, son los que más se usan en el tráfico económico del distrito de Huanta y Ayacucho , por consiguiente este mecanismo, es el contrato que más contribuye a la prosperidad económica, por ello el Estado debe de prestar mayor atención, brindando protección legal preventiva, en el siguiente sentido :El documento denominado Boucher de depósito bancario debe declararse con la calidad de mérito ejecutivo, este documento con tal carácter debe procederse en la vía del proceso de ejecución como materia de obligación de dar suma de dinero en cuanto se refiere a la competencia jurisdiccional debe ser a elección del demandante, similar a los procesos de prestación de alimentos
  
- 2        Los mecanismos de contratación mercantil a distancia son los más usados por los empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho, estos tipos de contratos necesitan un respaldo de la ley positiva, es decir, las pruebas indiciarias que son los breves textos de mensaje por celular o internet y los Boucher de depósitos bancarios en la cuenta del proveedor por lo tanto deben tener documentos con la calidad de mérito ejecutivo para hacer el reclamo en caso de producirse el incumplimiento del contrato.



## **APORTE CIENTÍFICO DEL INVESTIGADOR**

Los mecanismos de contratación mercantil a distancia son los más usados por los empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho, y este mecanismo se practica a nivel del país, de consiguiente estos tipos de contratos necesitan un respaldo de la ley positiva, es decir, las pruebas de pago, que es un comprobante de depósito bancario o los denominados Boucher bancario en la cuenta del proveedor deben ser documentos con el carácter de mérito ejecutivo para hacer el reclamo en caso de producirse el incumplimiento del contrato.

La innovación legal sería en la ley de títulos valores, ley N° 27287 y se propone añadir un tercer inciso al artículo 276 del siguiente modo:

**Art. 276. TÍTULOS Y VALORES ESPECIALES.**

**276.3** Los comprobantes de depósito emitidos por las empresas bancarias y financieras adquieren la calidad de título valor, sin la necesidad de protesto.

## VIII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.

1. ALZAMORA VALDEZ, Mario, *Introducción a la ciencia del Derecho*, San Marcos, Lima, 1982
2. DE EIZAGUIRRE, José María, *Derecho Mercantil*, 4ta Ed., Thomsom, Navarra 2005.
3. SÁNCHEZ CALERO, Fernando, *Principios de Derecho Mercantil*, 6ta Ed., MacGraw-Hill, España 2001.
4. GALGANO, Francesco, *Derecho Comercial*, Vol. 1 El Empresario, Temis, Colombia 1999.
5. SCHMITDT, Karsten, *Derecho Comercial*, Astrea, Buenos Aires 1997.
6. JIMÉNEZ-SÁNCHEZ, Guillermo, *Lecciones de Derecho Mercantil*, Label, Madrid 2001.
7. OYARCE-YUZZELLI, Aarón, *Manual de Derecho Empresarial*, UIGV, Lima 2005.
8. OYARCE-YUZZELLI, Aarón, *La seguridad jurídica de la inversión extranjera en la economía del Perú*, tesis para optar el grado de doctor, Lima 2009.
9. MAC LEAN UGARTECHE, Roberto, *Derecho de Comercio Internacional*, Centro de Investigación y Capacitación, Lima 1980.
10. POSNER, Richard, *El Análisis Económico del Derecho*, Fondo de Cultura de México, Mexico 1998.
11. ARIÑO-ORTIZ, Gaspar, *Principio de Derecho Público Económico*, Ara Editores, Lima 2004,

12. BOBBIO, NORBERTO, Teoría General del Derecho, Debate, España 1995.
13. VILLAVICENCIO TERREROS, Felipe, Derecho Penal Parte General, Grijley, Lima 2007.
14. RUBIO CORREA, Marcial, El sistema jurídico. Introducción al derecho, Fondo Editorial de la Universidad Católica del Perú, Lima 1988.
15. MONTOYA MANFREDI, Ulises, Derecho Comercial, Tomo I y II, San Marcos, Lima 1998.
16. OSTERLING PARODI, Felipe, Las Obligaciones, Biblioteca Para Leer el Código Civil, V.VI, Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima 1988.
17. KAUFFMAN DOIG, Federico, Historia de los Peruanos T.I El Perú Antiguo; Peisa, Lima 1988.
18. PALACIOS GARCIA, Raúl, Curso de Derecho de Obligaciones, Fecat, Lima 2002.
19. DE LUCCA, Newtn, *NUEVAS FRONTERAS DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS EN LOS BANCOS*, en Responsabilidad Civil, III a cura de Juan Espinoza, Rodhas, Lima 2007.
20. BEAUMONT CALLIRGOS, Ricardo, CASTELLARES AGUILAR, Rolando, *Comentarios a la nueva Ley de Títulos Valores*, Rhodas, Lima, 2000.
21. ARIAS SCHEREBER PEZET, Max, *Exégesis del Código Civil de 1984*, T. II,IV, grijley, Lima 1988
22. ASTUDILLO URSUA, Pedro, *Los Títulos de Crédito. Parte General*, Tercera edición, Porrúa S.A, México 1992.
23. BACCARO CASTAÑEDA, Jorge E., *Los Títulos de Crédito. Letra de cambio-Pagare –Factura conformada*, Mera, Tucumán Argentina 1980.

24. HERNANDEZ GIL, Antonio, *Derecho de Obligaciones*, T.III. Espasa Calpe, Madrid 1988.
25. COLMO, Alfredo., *De las obligaciones en general*, Tercera edición, Guillermo Kraft, Buenos Aires, 1994.
26. PEREZ VIVES, Álvaro, *Garantías Civiles (Hipoteca, Prenda, Fianza)*, Temis, Bogotá 1984
27. POSSE ARBOLETA, León, *Notas sobre títulos valores en el nuevo Código de Comercio*, Tercera edición, Temis, Bogotá, 1980.
28. PATRON FAURA, Pedro, PATRÓN FAURA, Pedro, *Derecho Administrativo y Administración Pública en el Perú*, Sexta, Grijley, Lima,1997.
29. ROMERO GALVEZ, Salvador Salvador Antonio, AHOMED CHAVEZ, Omar Abraham, *Negociación Directa y Asistida-Tratado de Gestión de Conflictos*, ASOPDES, Lima, 2003.
30. RODRIGUEZ VELARDE, Javier, *Contratación empresarial*, Rodhas, 1998.
31. GONZALO SOSA, Ramón, *Manual Práctico de sociedades*, ediciones jurídicas, Lima 1998.
32. COX, Simón, *Economía Moderna, The Economist*, Buenos Aires 2008
33. STANDAGE, Tom, *El futuro de la tecnología; The Economist*, Buenos Aires 2008
34. TOFLER, Alvin y Heidi, *La revolución de la riqueza*, debate, Colombia 2006
35. PETIT, Eugeni, *Tratado de elemental de Derecho Romano*, albatros, Argentina 1983.
36. TARUFFO, Michele, *El vértice ambiguo*; palestra Lima 2006
37. SAGÁSTEGUI URTEAGA, Pedro, *Derecho Procesal Civil Tomo I*, San Marcos 1986

38. SAGÁSTEGUI URTEAGA, Pedro, *Derecho Procesal Civil Tomo IV*, San Marcos 1986
39. CARNELUTTI, Francesco, *La prueba civil*, Arayú, Buenos Aires, 1955.
40. BULLARD GONZÁLEZ, Alfredo, *Derecho y Economía El análisis económico de las instituciones legales*, Palestra, Lima 2010.
41. BRAVO MELGAR, Sidney Alex, *Contratos Modernos Empresariales*, Ediciones legales, Lima 2012.
42. CALDERON QUISPE, Jacob Erwin, *Huanta mi bella Esmeralda*, RBU editores SAC. Lima 2006.
43. FISCHMAN, David, *El líder transformador I*, UPC el Comercio, Lima 2005.
44. *CODICE CIVILE*, italiano de 1942.
45. CODIGO DE COMERCIO, Peruano de 1902
46. CÓDIGO CIVIL, Peruano de 1984

# **V. ANEXOS.**



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

### ENCUESTA

Fecha.....

Código N°.....

El presente estudio tiene por finalidad determinar los Factores económicos y sociales que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil a distancia en los empresarios de los Distrito de Huanta y Ayacucho en el año 2010.

Para lo cual es importante que Ud. Responda con toda sinceridad. Recuerde esta encuesta es anónimo, sé sincero(a).

A continuación le presentamos las preguntas respectivas.

Gracias por tu valiosa colaboración.

#### **FACTOR SOCIAL**

##### **I.- Perfil del empresario.**

1. Edad de empresario.....
2. Sexo femenino ( ) masculino ( )
3. Procedencia
  - a. Urbano marginal
  - b. Urbano
  - c.- Rural
4. Grado de instrucción
  - a.-. Maestría y post grado
  - b.- Superior Universitario.
  - c.- Superior Técnico
  - d.- Secundaria
  - e.- Primaria.

## FACTOR ECONÓMICO

5. ¿Qué tipo de contratación mercantil a distancia más usa?

- a) Contratación por carta.
- b) Contratación por telégrafo.
- c) La contratación por teléfono
- d) La contratación por medio de télex
- e) La contratación a distancia por fax
- f) Los contratos a distancia por internet e-mail
- g) Los contratos a distancia por internet video cámaras
- h) Los contratos a distancia por internet el scanner
- i) contratación a distancia por internet las redes sociales
- j) La contratación por tarjetas plásticas
- k) Contratación a través de cajero automático

6. El costo del tipo de contratación mercantil a distancia que usa es:

- a. Bajo o ínfimo ( )
- b. Regular ( )
- c. Alta ( )

7. El tipo de contratación mercantil a distancia usa por la rapidez.

- a. Sí
- b. No

8. El tipo de empresa que tiene es:

- a. Micro empresa,
- b. pequeña empresa,
- c. mediana y gran empresa

9. Nivel Socio económico.

- a. Categoría A ( )
- b. Categoría B ( )
- c. Categoría C ( )

10. ¿Cumplieron con el contrato mercantil a distancia ?

- a. Si ( )
- b. No ( )

11. ¿Cuándo no cumplieron con el contrato mercantil a distancia se judicializó?

- a. Si ( )
- b. No ( )



**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

TÍTULO: MECASNISMOS DE CONTRATACIÓN MERCANTIL  
 RESPONSABLE: SIMÓN MÉNDEZ FARFÁN

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>PROBLEMA PRINCIPAL</b>                      ¿Cuáles son los Factores que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios de los Distrito de Huanta y Ayacucho en el año 2010?</p> <p><b>PROBLEMAS SECUNDARIOS</b></p> <p>1- ¿Cuáles son los Factores económicos que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios?</p> <p>2- ¿Cuáles son los Factores sociales que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b>                      Determinar los Factores económicos y sociales que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios de los Distritos de Huanta y Ayacucho en el año 2010.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>1.- Conocer los Factores económicos como: tipo de contrato mercantil más usado, tipo de empresa, rapidez, costo que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios.</p> <p>2- Identificar los Factores sociales como: nivel de instrucción, profesión, edad, sexo del empresario que influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil.</p>	<p><b>HIPÓTESIS PRINCIPAL</b>                      Los Factores económicos y sociales influyen en el uso más frecuente del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios de los Distrito de Huanta y Ayacucho en el año 2010.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>1. Los Factores económicos como: tipo de contrato mercantil más usado, tipo de empresa, rapidez, costo influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil en los empresarios.</p> <p>2. Los Factores sociales como: nivel de instrucción, edad, sexo del empresario influyen en el uso del mecanismo de contratación mercantil.</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>                      Factores económicos y sociales.</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>                      Uso de mecanismo de contratación mercantil que usaron los empresarios.</p>	<p>- Tipo de Investigación Básica  <b>Método de Investigación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicativo</li> <li>- Retrospectivo</li> <li>- Transversal</li> </ul> <p><b>POBLACIÓN</b></p> <p>Empresarios del Distrito de Huanta y Ayacucho que usaron el mecanismo de contratación mercantil durante el año 2010.</p> <p><b>MUESTRA</b> lo conformaron 150 empresarios del distrito de Huanta y 150 empresarios del distrito de Ayacucho que utilizaron mecanismos de contratación mercantil durante el año 2010.</p> <p><b>Técnica e instrumentos de recolección de información</b>                      Cuestionario                      Entrevista.</p>

