



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

La regulación jurídica del comercio electrónico en el Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogado

AUTOR:

Salazar Navarro, Samuel Alejandro (orcid.org/0000-0002-0075-7666)

ASESOR:

Dra. Aliaga Guevara, Frisa María Antonieta (orcid.org/0000-0003-3655-6740)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derecho de Familia, Derechos Reales, Contratos y Responsabilidad Civil Contractual
y Extracontractual y Resolución de Conflicto

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

Dedicatoria

A ti, Isabel mi niña bonita, por ese empujoncito que dio inicio a toda esta aventura que hoy culmina con éxito, por creer en mí desde el primer día.

A mis padres, por inculcar en mi la perseverancia y valentía ante las adversidades.

Y a todos aquellos que han sido una parte integral de mi camino académico y personal

Agradecimiento

A Dios que me dio la fortaleza y convicción, día a día de no desistir en el largo camino del aprendizaje llamado vida y que siempre me ha cuidado en los momentos difíciles.

A mis profesores y mentores, por su dedicación y pasión por la enseñanza y por guiarme en mi camino.

A mis compañeros, por las risas y el estudio. Por las conversaciones estimulantes y los momentos que compartimos juntos.

A mi querida Alma Mater, les agradezco de todo corazón. No podría haber llegado hasta aquí sin su apoyo

Declaratoria de autenticidad del asesor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALIAGA GUEVARA FRISA MARIA ANTONIETA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRONICO EN EL PERÚ", cuyo autor es SALAZAR NAVARRO SAMUEL ALEJANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 9.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 28 de Diciembre del 2023

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|--|--|
| FRISA MARIA ANTONIETA ALIAGA GUEVARA DE RAMOS DNI: 02819000 ORCID: 0000-0003-3655-6740 | Firmado electrónicamente por: FALIAGAG el 28-12- 2023 19:41:56 |

Código documento Trilce: TRI - 0711012

Declaratoria de originalidad del autor(es)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, SALAZAR NAVARRO SAMUEL ALEJANDRO estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRONICO EN EL PERÚ", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

| Nombres y Apellidos | Firma |
|---|---|
| SALAZAR NAVARRO SAMUEL ALEJANDRO DNI: 80419514 ORCID: 0000-0002-0075-7666 | Firmado electrónicamente por: SANAVARROSA el 23- 12-2023 16:34:22 |

Código documento Trilce: INV - 1516335

Índice de contenidos

| | |
|--|----------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Declaratoria de autenticidad del asesor..... | iii |
| Declaratoria de originalidad del autor(es) | v |
| Índice de contenidos..... | vi |
| Índice de tablas..... | vii |
| Resumen | viii |
| Abstract..... | ix |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 6 |
| III. METODOLOGÍA..... | 12 |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación..... | 13 |
| 3.1.1 Tipo de investigación..... | 13 |
| 3.1.2 Diseño de Investigación | 13 |
| 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización..... | 13 |
| 3.3 Escenario de Estudio..... | 14 |
| 3.4 Participantes | 14 |
| 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 14 |
| 3.6 Procedimiento..... | 15 |
| 3.7 Rigor científico | 15 |
| 3.8 Método de análisis de datos | 15 |
| 3.9 Aspectos éticos..... | 16 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 16 |
| V. CONCLUSIONES | 29 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 32 |
| REFERENCIAS..... | |
| ANEXOS | |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Resultado vinculado con el Objetivo Específico 1 | 18 |
| Tabla 2: Resultado vinculado con el Objetivo Específico 2 | 19 |
| Tabla 3: Resultado vinculado con el Objetivo General | 20 |
| Tabla 4; Resultado vinculado con el Objetivo Específico 3 | 21 |
| Tabla 5; Resultado vinculado con el Objetivo General | 22 |
| Tabla 6 Resultado vinculado con el Objetivo Específico 1 | 23 |
| Tabla 7 Resultado vinculado con el Objetivo Específico 1 | 24 |

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal realizar un análisis a la regulación ya existente en nuestro país acerca del comercio electrónico, buscando establecer la efectividad de la misma, así como proporcionar propuestas que permitan una mejora en la misma. Para ello se desarrolló un estudio de tipo cualitativo de diseño no experimental. El análisis cualitativo permitió conocer que existen factores difíciles de cuantificar pero que son la base del inicio del negocio. Estos factores son: Por el lado del ofertante o vendedor, percibirlo como un nuevo canal de ventas que trae consigo nuevas y rentables oportunidades de negocio, así como poder tener acceso al mercado global, el que reúne una demanda potencial. Por el lado del comprador, los factores más importantes que lo conllevan a comprar por internet son: la comodidad y la flexibilidad de horarios al poder hacer compras a cualquier momento del día desde cualquier lugar en donde uno se encuentre a través del internet. El comercio electrónico, también conocido como e-commerce, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas. Aprovechando la gran variabilidad de productos novedosos a elegir, la existencia de Plataformas de Venta Online para simplificar los procesos, entre otros. El comercio electrónico también presenta algunas desventajas, que tienen que ver por sobre todo con las costumbres y falta de conocimiento de la población, lo que genera desconfianza. Es por ello se recomienda mayor nivel de difusión sobre transacciones por internet, tocando temas como pago electrónico, sistemas de seguridad electrónica, Programas de Protección al Consumidor, entre otros.

Palabras Clave: Legislación. Mercado, digital.

Abstract

The main objective of this research was to carry out an analysis of the regulation already existing in our country regarding electronic commerce, seeking to establish its effectiveness as well as provide proposals that allow its improvement. For this, a qualitative study was developed with a non-experimental design. A qualitative analysis allows us to know that there are factors that are difficult to quantify but that are the basis for a person and/or business to start in this topic. These factors are: On the side of the offeror or seller, perceiving it as a new sales channel that brings with it new and profitable business opportunities, as well as being able to have access to the global market, which gathers potential demand. On the buyer's side, the most important factors that lead him to buy online are: convenience and flexibility of schedules by being able to make purchases at any time of the day from wherever one is through the internet. Electronic commerce, also known as e-commerce, consists of the purchase and sale of products or services through electronic means, such as the Internet and other computer networks. Taking advantage of the great variability of innovative products to choose from, the existence of Online Sales Platforms to simplify processes, among others. Electronic commerce also has some disadvantages, which have to do above all with the population's customs and lack of knowledge, which generates distrust. That is why a greater level of dissemination on internet transactions is recommended, touching on topics such as electronic payment, electronic security systems, Consumer Protection Programs, among others.

Keywords: Legislation. Market, digital.

I. INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico en el Perú también conocido e-commerce, se encuentra en un proceso de crecimiento acelerado, especialmente cuando aplicamos los cambios que las tendencias y las mismas tecnologías que hoy vive el mundo nos exigen. Por lo tanto, esto no debe verse como algo raro, ya que luego que empezamos a adaptarnos a la nueva “normalidad” que la pandemia generó, las reglas del juego también cambiaron en muchos sentidos especialmente en el tema comercial para la gran mayoría de las empresas se generó una necesidad obligatoria buscar y adaptarse de forma rápida a la metamorfosis digital y no quedarse retrasados. Bajo ese nuevo contexto, nuestro país para nuestra fortuna fue uno de los que entendió de forma rápida la situación. De hecho, si nos basamos en el análisis que fue ejecutado por la Cámara Peruana de Comercio Electrónico en el año 2021, se logró determinar que se alcanzó, en ese año un sorprendente 86% de crecimiento y desarrollo en lo que respecta al e-commerce. (CAPECE, 2021)

Con el surgimiento del internet, el comercio creó una nueva forma de servicio y forjó muchos desasosiegos en el campo del derecho. La adquisición intensiva mediante los canales electrónicos presumió nuevos enfoques en el derecho contractual privado y nace la inseguridad del consumidor. Y permitió que el tiempo demuestre que pese a las nuevas formas de contratación estas no son suficientes para otorgar seguridad y convicción a los tratados constituidos por estos. Así mismo el tráfico comercial electrónico ha presentado problemas que el derecho aún no ha legislado totalmente, generando una incertidumbre sobre si es víctima de un fraude, estafa o robos del dinero y un sin fin de nuevos problemas, los cuales no han sido ajenos a la a nivel mundial y el Perú no es ajeno a eso; el uso de canales electrónicos relacionados al comercio electrónico viene en aumento; hoy en día los usuarios de internet satisfacen sus necesidades a través del llamado comercio electrónico. Entendido como la actividad mercantil celebrada sin la necesidad de que estén presentes físicamente y de forma simultánea ambas partes, mismas que prestaran su consentimiento en origen y en destino, haciendo uso de dispositivos electrónicos que tratan y almacenan datos, mismos que pueden estar conectados a través de cable, radio, medios digitales o electromagnéticos. (Barrera, 2021)

La ausencia normativa en nuestro ordenamiento jurídico sobre el comercio electrónico ha generado que hoy en día los usuarios del internet no tengan seguridad jurídica al momento de celebrar una transacción electrónica; generándose pérdidas en su patrimonio al no cumplirse las prestaciones o servicios que contrataron mediante la vía electrónica. Ante esta situación, proponemos la pronta regulación del comercio con la finalidad de resguardar el cumplimiento de las prestaciones o servicios que se brindan a través medios electrónicos. (Lazaro & Ramirez, 2019)

La necesidad del comercio electrónico da su origen en la necesidad que las empresas y su administración notaron y requirieron para hacer un mejor uso de la tecnología y con ello lograr la encontrar la mejor forma de aplicación de todas las nuevas tecnologías que vieron la luz a raíz de esta situación y así lograr la mejor interrelación entre los clientes y proveedores. De esta forma el comercio electrónico empieza a abrirse camino en el amplio universo de las negociaciones comerciales hace ya más de cuarenta años con la introito del Cambio Electrónico de Datos, mismo que se dio entre grandes empresas comerciales, quienes enviaban y recibían sus pedidos, intercambiaban información buscando mejorar sus acciones al momento de repartir y recibir sus pagos, el comercio electrónico que se encontraba orientado a los consumidores, es algo no tan reciente, puesto que desde hace un buen tiempo atrás lo venimos practicamos, mediante el uso de las operaciones que realizamos cada vez que hacemos uso de alguna tarjeta de crédito o algún cajero automático cada vez que utilizamos cualquiera de estas modalidades, estamos practicando y realizando de forma directa el concepto de lo que es el comercio electrónico. (Hernández & Hernandez, 2023)

En el ámbito internacional, este comercio también es muy significativo en la vida de los que interactúan en la red. El amplio y basto universo existente en la red ha generado la iniciación de muchas actividades comerciales a nivel mundial, las mismas que prestan sus servicios las durante todas las 24 horas del día, por lo que han crecido las expectativas de éxito de las operaciones mercantiles a través de canales digitales. Razón que la convierte en una anomalía dentro del marco jurídico y se traduce como el ofrecimiento y la adquisición de forma digital de

productos y servicios haciendo uso para este fin de uno o varios proveedores informáticos quienes se encuentran conectados a la internet. Esto representa una nueva tendencia que va abriéndose camino y consiguiendo expandimiento que le permite alcanzar una representativa cantidad en cuanto a conexiones, clientes y operaciones.

En nuestro país, es muy evidente que el crecimiento que ha logrado el comercio electrónico se ha visto relacionado con el incremento del acceso a Internet por parte de las personas, situación que inevitablemente va a permitir un mejoramiento en la rutina del beneficiario. Según los datos recopilados por la Cámara de Comercio de Lima, el incremento del comercio electrónico durante el 2022 en el Perú fue de 87%, cifra que es mayor a la alcanzada en Brasil (62%), Colombia (51%) y Chile (46%). En los dos últimos años, la crisis mundial por razones sanitarias del COVID 19 ha permitido el crecimiento de este tipo de comercio en el Perú; lo cual ha traído consigo desarrollo económico para las empresas del sector privado y también para los órganos estatales que ofrecen servicios haciendo uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación(TIC); en contraste a ello, se han presentado diversos aspectos negativos en el comercio electrónico a nivel nacional, siendo los problemas más recurrentes el fraude electrónico, suplantación de identidad, robo de información; generándose con ello desprotección jurídica a los usuarios de las relaciones mercantiles por medios electrónicos. (Lopez & Primera, 2022)

Por lo que, urge que nuestro ordenamiento jurídico contemple un marco legal específico que otorgue protección jurídica toda transacción realizada a través del internet, ello con el objeto de disminuir la estafa cibernética y proteger al comerciante y comprador otorgándole seguridad jurídica. En la actualidad todo este movimiento se basa solo en lo que enmarca la ley N.º 27291 que hace una modificación a lo contemplado en el código civil, lo que permitirá el uso de los medios electrónicos para la declaración en cuanto al manifiesto de la voluntad y el uso de la firma electrónica para lo cual se modificaron los artículos 141 y 1374 de este código. (Manzaneda, 2019)

Dentro de lo que encontramos enmarcado en derecho comparado podemos ver que países como España tienen entre su normativa más importante emitida

respecto a lo que concierne al Derecho Informático, está la Directiva 2000/31/CE, la cual hace referencia a aspectos atribuidos a los productos de la sociedad de la información, así como del comercio electrónico en el mercado doméstico. Por otro lado, permite la afiliación parcial de la directiva 98/27/ce de este mismo ente, mediante la cual se procura la regularización referente a la cesación en cuanto a materia de defensa de los beneficios de los compradores se trata. (De Marco, 2022)

Con el ánimo de aportar a la problemática del comercio electrónico en el Perú, esta investigación se enfocará a establecer los fundamentos teóricos, situación actual, problemática particular y posibles soluciones que permitan regular legalmente el comercio electrónico en nuestro país con el objeto de proteger a los sujetos de la relación de consumo por medios electrónicos.

La formulación del problema de investigación se plantea mediante la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano?

Este trabajo de investigación se justifica porque es urgente proponer que nuestros legisladores emitan disposiciones legales sobre el comercio electrónico en nuestro país, que aseguren el cumplimiento de las prestaciones y servicios que se contratan mediante medios electrónicos. Así también, otorgar certeza y seguridad jurídica en el tráfico mercantil electrónico con la finalidad de establecer responsabilidades jurídicas de carácter civil, administrativa y penal en el ámbito de las relaciones de consumo electrónicas.

El objetivo general de la investigación es determinar cuáles son los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano. y lo que respecta a los objetivos específicos:

1. Estudiar las bases doctrinarias del comercio electrónico;
2. Explicar las ventajas y desventajas de regular el comercio electrónico de forma específica en el marco legal y jurídico peruano y
3. Establecer las consecuencias jurídicas de regular específicamente el comercio

electrónico en el Perú.

La hipótesis general que se plantea en esta investigación será: los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano, la seguridad jurídica, pago de tributos y una adecuada protección de los derechos del consumidor.

Es por ello que el comercio electrónico en la actualidad se ha convertido en una gran herramienta de uso con la que esperan poder alcanzar el éxito en sus modelos de negocio de una manera más eficaz y eficiente, con lo cual se puede asegurar que este se está convirtiendo en una de las más importantes actividades enmarcadas en la economía mundial.

Actualmente se debe tener en cuenta que aún son muchos los retos como oportunidades las que pueden abordarse y que aún no están debidamente regulados, por ello en esta investigación trataremos de ver a profundidad qué implica llevar un e-commerce en Perú, haciendo partida desde su concepto más básico hasta tocar la parte legal donde trataremos de generar alternativas que generen nuevas legislaciones al respecto.

II. MARCO TEÓRICO

En esta investigación se obtuvieron aportes de diversos trabajos como el realizado por Gálvez & Pineda, (2019), quienes en su investigación propusieron como su objetivo principal la determinación del riesgo jurídico que se presenta al momento de la realización de un acto contractual en el cual se hace uso de métodos electrónicos en el Perú, utilizando una metodología de carácter deductiva, inductiva y descriptiva, concluyendo que durante las últimas décadas se produjo un crecimiento vertiginoso que afectó varios ámbitos de las personas y las sociedades, donde ningún círculo social ha podido huir a ella. Por lo tanto, el Derecho también se afecta con esta metamorfosis, ante lo cual debe responder realizando una actualización de su normativa y sus principios, haciendo uso de algún tipo de mecanismo de manera que estos sean afines al concepto de globalización.

Basándonos en el estudio que realizó la Cámara Peruana de Comercio Electrónico en el año 2021, donde se hace evidente el desarrollo sorprendente en un 86% en lo que respecta al comercio electrónico, este también nos permitió la posibilidad de apreciar la falta de una efectiva regulación jurídica que abarque todos los aspectos que se ven inmersos en el desarrollo del mismo y que no se encuentran legisladas por lo que urge una evaluación total de la misma que permita propuestas coherentes y aplicables en pro de una mejora total al respecto y que tomaremos como sustento para efectuar esta investigación. (CAPECE, 2021)

Según Vidal, K. (2020), en su investigación buscó la determinación de los riesgos jurídicos que se generaban durante la realización de un contrato haciendo uso de canales digitales o algún medio electrónico en el país (Perú), haciendo uso de una metodología de carácter deductivo, inductivo y descriptivo con lo que podemos llegar a la deducción que en las últimas décadas se ha podido evidenciar una presurosa evolución en varios aspectos de los seres humanos a lo que ningún tipo de sociedad ha podido escapar. Si hablamos del Derecho este no es distante a esta evolución, por cuanto se encuentra en la obligación de ir a la par con la misma y actualizarse constantemente hablando específicamente de

su normatividad y de sus principios, para lo cual usara mecanismos de forma tal que le permitan obtener resultados que se apeguen a lo que hoy significa la globalización, llevo a cabo una investigación donde pudo concluir que los Smart contracts, que forman parte de la diversidad de contratos de carácter electrónico, tiene la posibilidad de ser regulados a través de la normatividad que existe en cada país, bien sea por el derecho de contratos en su forma general o en función de las normas que se aplican en relación a lo que concierne al comercio electrónico. Por otro lado, no podemos dejar de tener en cuenta que de la forma como se presenta en el comercio electrónico general, seria pertinente lograr una legislación de carácter específico para este tipo de comercio.

Según Vidal, T(2022), en su investigación busco llegar a definir la correspondencia que existía entre la realización de un contrato usando canales digitales que hoy la tecnología nos brinda y las ventas realizadas haciendo uso de las famosas plataformas online. Durante la pandemia COVID- 19, se pudo apreciar la fragilidad en la que las personas nos encontramos, pero así mismo esta situación permitió, que salgan a relucir las falencias que se presentan cuando realizas algún tipo de operación comercial haciendo uso del comercio electrónico y haciendo visible que las mismas no presentan una debida protección, en la normatividad de carácter sustantiva como procesal.

Por otro lado debemos tomar en cuenta lo que Caya & Chávez, (2021) el planteamiento que realizaron en su trabajo y que tuvo como objeto fundamental y principal realizar una evaluación a la forma de adquirir un bien o servicio a traves del uso de la red por lo que realizaron la proposición de regular el contrato electrónico mediante el desarrollo de una metodología de carácter básica y de un diseño apegado a la línea jurídica-propositiva con la que pudieron llegar a la conclusión de que existe la necesidad de sumar al contrato electrónico dentro del Código Civil, dado que las normas que actualmente existen y que son de aplicación supletoria no logran brindar la suficiencia necesaria para salvaguardar la seguridad y garantía jurídica.

Dubuc, (2020) realizó una investigación que propuso como fin analizar el procedimiento legal del comercio electrónico en la legislación venezolana. Este

trabajo tuvo carácter analítico, exploratorio con un diseño documental, bibliográfico, buscando la comprensión de lo contemplado dentro del marco legal relacionado al uso de esta forma de comercio en este país. Lo cual permitiría que la información que se involucra en una negociación electrónica permitirá realizar acciones provisorias en el tema legal lo cual permitiría brindar orientación a los actores que intervienen de las divergencias legislativas que existen en lo relacionado a la seguridad jurídica del consumidor durante la ejecución de un contrato electrónico, determinando el grado de responsabilidad que asume la autoridad competente buscando que se cumpla en el entorno que indica el marco constitucional. Concluyendo que hay la existencia de una incoherencia entre las leyes que regularan este tipo de comercio con relación a la exigencia actual que este requiere debido a la no existencia de un marco legal coherente y específico que lo regule.

En vista de las inseguridades presentadas por investigaciones realizadas, el gobierno no fue indiferente, por ende, está aceptando propuestas para mejorar el Código de Protección y Defensa al Consumidor: Finalizando el año 2021, los congresistas Enrique Wong y José Luna Gálvez, propusieron dos proyectos de ley. Por un lado, el proyecto de Ley 415-2021-CR, el cual está orientado a dotar de transparencia y seguridad las operaciones en canales virtuales a fin de transmitir confianza a los consumidores las expectativas accesos a una ventanilla de atención para fraudes.

Por otro lado, la ley 398/2021-CR, está enfocada en proteger a los usuarios de servicios financieros para prevenir y sancionar el fraude informático. (Polanco, 2023)

Es necesario que se presente junto con el proyecto de ley 415/2021-CR los informes de SBS y de INDECOPI, a fin de que sean sustentados de manera correcta y su aplicación no perjudique al área correspondiente. (Comisión de Defensa del Consumidor y & Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, 2021) En torno a una mayor interpretación y valoración en la recolección de información, se consideró distintas definiciones específicas y conceptos jurídicos, tomando en cuenta las categorías: Regulación del comercio electrónico

e inseguridad jurídica del consumidor. Con respecto a la primera categoría Cabello (2021), señala que la acción de regular, hace referencia al marco jurídico, en torno a establecer una norma específica para hacer frente a una necesidad ciudadana por medio de normas y agentes que resguarden los trabajos que se realizaran en todos los ámbitos a tratar estableciendo deberes y derechos a los proveedores y consumidores.

La terminología de comercio electrónico está comprendida dentro de lo que se considera como una actividad recíproca de cambio de información que pudieran llevarse a cabo por conjuntos de diferentes naciones del orbe o de una misma localidad representando la comunicación entre ambos. Siendo parte de esto las organizaciones, los individuos o ambos. (Robayo, 2020)

De esta manera Ascencio (2021), define al comercio electrónico como la acción de negociar que se ejecuta en el mundo virtual por medio de las redes sociales, plataformas o directamente al proveedor del servicio, además indica que el campo donde esta acción se realiza es muy amplio y nuevo, lo que conlleva a una necesidad jurídica por parte de los consumidores a fin de establecer instituciones y parámetros normativos para salvaguardar los derechos del consumidor.

Con respecto a la segunda categoría la inseguridad jurídica, se define como aquella que tiene la necesidad de una norma y entes que garanticen los derechos, obligaciones y los efectos en caso de incumplimiento de las mismas. Todo lo anterior redondea la definición de seguridad jurídica, la cual se considera la esencia del derecho y realza el valor de la justicia. (Requena & Mejia, 2019)

jurídica se da a partir de un procedimiento nato de las fuentes formales del derecho, siendo de carácter obligatorio, este procedimiento es legítimo y se emplean herramientas de coacción por parte del estado, para la ejecución de dichas normas.

Se define a las instituciones jurídicas como el resultado de la necesidad social que acecha al Derecho con respecto a lo previsible de la conducta de las

personas y se conceptualizan como una representación intrincada de disposiciones tipificadas, vínculos de actuaciones y procesos. Por último, se evidencia que realizan en las instituciones un rol conducente para proyectos estimados. (Biagio, 2023)

Por otro lado, Rivera (2020), define a la protección al consumidor como una acumulación de normas establecidas en un marco destinadas a proteger y defender los derechos del consumidor, además de desarrollar el acceso a productos y servicios apropiados dentro del mercado en este caso el comercio electrónico, por medio de herramientas adecuadas en la solución de controversias que se dan en la contratación de un servicio y la compra de un producto.

Finalizando Pallares (2020), expresa que la seguridad del producto consiste en la calidad que deben garantizar los productos al estar expuestos en el mercado. La condición del producto debe contemplar el tiempo de duración, la información establecida por la presente ley, instalación, mantenimiento y no debe representar riesgo alguno contra la integridad y salud de quienes los consuman.

Hay que mencionar que a este tipo de comercio digital se le describe como “el cambio electrónico de datos e informaciones que corresponden a una operación de contenido o comprendida en el factor económico”. (Robayo, 2020)

A través de las plataformas digitales se pueden realizar una variedad extensa de operaciones de tipo comercial y financiera de una forma estacionada, sino también de imágenes en movimiento, sonido, etc. Con lo que se le considera al contrato electrónico como un régimen global que usa la red tecnológica del internet como su base logrando así la creación del ya célebre mercado virtual. Otorgando términos y condiciones que brindan supuestamente mayor garantía a todos los clientes que decidan usar esta modalidad para adquirir algún tipo de producto, según su necesidad. (Valencia, 2020)

El comercio electrónico tiene como propósito la agilización en el tema de distribuir eficientemente un bien o servicio ofrecido por alguna compañía o

empresa, con lo que se pretende lograr un mayor impulso a una buena contratación con el proveedor. Por lo que esta forma de comercio comprende al total de las negociaciones que pudiesen realizarse a través de una plataforma digital que utilizan tanto empresarios con empresarios o empresarios y clientelas. Enmarcados dentro de los lineamientos de los soportes electrónicos establecidos por la tecnología y con ayuda del internet (Gallardo, 2022)

En nuestra opinión, este tipo de comercio no es más que todas las operaciones que se efectúan a través de un canal digital que facilita a las empresas vender y a los clientes adquirir los productos que requieran según sus necesidades aportando al comprador gozar de un acceso más ágil y obteniendo menores costos al momento de realizar estas acciones mercantiles.

El comercio electrónico comprende la mercantilización de servicios y bienes (tanto productos de consumo como de capital) y servicios de tipo informativos, mercantiles y legales, hasta actividades habituales (que podrían ser de auxilio sanitario, enseñanza). La peculiaridad primordial en este comercio, es que se desarrolla por canales digitales o electrónicos, o sistema telemático, o a través del uso de un medio de comunicación, con menor costo para el que lo emplea dando inicio a un mercado innovador. (Olivera, 2022)

Es innegable que, a raíz del fenómeno de la globalización en los mercados, su veloz expansión en cuanto a las TIC, las cuales proporcionarán evidentes mejoras y ventajas en el comercio, por otro lado, no podemos dejar de mencionar que se presentarán algunos riesgos, pues se dará pase a desconocidos contextos comerciales con los que los usuarios no están plenamente socializados. Los comercios en la actualidad son muy dependientes con respecto de los sistemas informáticos, lo que los convierte de cierta forma en vulnerables, por algunas fallas que se presentan respecto a la garantía legal presente en las transacciones realizadas. (Cortés, 2021)

A través de este tipo de comercio electrónico se busca como uno de los fines principales dar facilidad a todos los individuos del orbe a lograr obtener de un producto, haciendo uso de una forma con mayor seguridad y que cuente con

muchas opciones de fácil uso al momento de realizar el pago lo cual resulta beneficioso para las partes que intervienen (Cabrejos & Guerrero, 2018).

El auge en cuanto al campo tecnológico, logro ocasionar un impacto mayor hacia el mercado comercial, porque permitió dar otra óptica al mundo de las comunicaciones, permitiendo el acceso a nuevas formas de acceso para adquirir productos o servicios. El avance tecnológico permitirá ventajas que logren ayudar a desarrollar al comercio, pero por encima lograra en los compradores, que el uso de esta modalidad les permita hacer una disminución en cuanto al tiempo y permitirá un ahorro en el tema económico, logrando que estas operaciones que se realizan a través de estos medios gocen de dinamismo y eficiencia. Los compradores serán quienes decidirán a través de estos medios hacer uso de las mejores oportunidades que se les ofrecerán y aprovechar la flexibilidad en cuanto a las formas de pago, logrando así aumentar que la variedad de los productos se vuelva más vasta (Luque & Lozano, 2022).

La aparición del internet revoluciono todas formas habituales que los comercios usaban para la realización en cuanto al cambio de sus productos, esto logro permitir que la publicidad que se realizaba a estos crezca, permitiendo una mayor relación al comunicarse con sus compradores, así como la reducción en los costos en las transacciones se convirtieron en varios de los beneficios de mayor significado que a través del internet se pudieron conseguir (Jimmy, Barzola, & Aviles, 2019)

Para finalizar, es de mencionar que el comercio electrónico no es más que la realización del canje de productos haciendo uso de medios tecnológicos, buscando como finalidad que el comprador consiga el mismo y a su vez el vendedor el pago por lo que se vendió (bien o servicio). La forma de adquisición de estos como se debe entender por su mismo nombre se da a través del uso de medios tecnológicos que tienen como primordial beneficio la rapidez al momento de realizar cualquier transacción comercial.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de enfoque cualitativa, Según Maxwell (2019), en su libro define a esta como aquella en la que su fundamento es la comprensión de ideas, por medio de la perspectiva de los demás, por otro lado, Galeano (2020) nos en su libro indica que esta puede ser utilizada para adaptarse a la situación, a los individuos y al entorno previo al desarrollo de instrumentos de medición.

En el presente trabajo se utilizará el tipo de investigación básica. Una investigación es básica, dado a que funciona de base a la investigación aplicada; siendo parte importante para la evolución de la ciencia. Además, está enfocada en obtener y aumentar conocimientos modernos de forma metódica y sistemática. (Alvarez, 2020)

3.1.2 Diseño de Investigación

La investigación se realizará por medio del método de diseño no experimental. El objetivo fundamental de este diseño se sustenta en la inspección de los fenómenos tal cuales como se den en su entorno connatural para luego analizarlos, en donde las variables de estudios no son controladas ni manipuladas. (Hernández & Mendoza, 2018)

El diseño de investigación que se aplicará, es el de teoría fundamentada.

Según un estudio realizado por Espriella y Restrepo (2020), donde manifestaron que el diseño de teoría fundamentada establece la elaboración de una teoría, empleando y examinando datos. Además, brinda directrices, favoreciendo el proceder, entendiendo la conducta y realidad en campos de interés.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

El ejercicio de categorización consigna nociones en un espacio inconcreto, siendo las categorías, nociones que emanan de datos referentes a fenómenos, dichos fenómenos son expresiones analíticas que nacen de los datos; además son capaces de compilar nociones o subcategorías. En dicha actividad de compilación el investigador relaciona las nociones derivadas del mismo fenómeno. (Galeano, 2020)

Con el propósito de definir las categorías y subcategorías, se plantearon tópicos para identificarlas y diferenciarlas unas de otras; siendo su surgimiento de la propia búsqueda que se efectúa en relación al desarrollo de la investigación.

3.3 Escenario de Estudio

Según lo expresado por Nizama V. y Nizama Ch. (2020), quines lo definen como aquel contexto social y físico donde se efectuará la investigación. Es importante que se explique minuciosamente este aspecto, dado a que las consecuencias de la investigación dependen de él en su mayor parte. En relación a lo explicado se definió como escenario para la investigación el país Perú, específicamente en el departamento y provincia de Piura.

3.4 Participantes

Serán aquellos a quienes se les solicite desarrollar la entrevista como instrumento, con el propósito de acceder a información elocuente y precisa. Se constatará que sean profesionales entendidos en la materia, como abogados especialidad a fin al tema materia de investigación.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente proyecto de investigación se hará uso de una entrevista semiestructurada y como instrumento para recoger datos utilizó una guía de entrevista, la cual se efectuará en profesionales en el ámbito comercial. Una entrevista semiestructurada consiste en determinar el tipo de información apta,

permitiendo al investigador un lapso considerable para indagar a los encuestados y así obtener mejor información, por medio de preguntas abiertas y concisas (Mendieta y Cuevas, 2019). El método que se empleará para recabar datos de la investigación es la guía de entrevista, siendo esta una lista de sectores generales que el participante debe abordar. El investigador está a cargo en una esta situación de entrevista y es quien se plantea pautas simples para establecer las preguntas las cuales conoce. Según Mendieta, et al. (2023) entienden a la guía de la entrevista como el listado de preguntas que gesta el investigador para interrogar al entrevistado

3.6 Procedimiento

La obtención de información se dará empleando la técnica de la entrevista semiestructurada hacia los participantes por medio presencial y zoom, resultando una comunicación clara y asertiva con los entrevistados y permitiendo saber cada postura, dicho archivo de la entrevista digitalizada será analizada de acuerdo a sus categorías y subcategorías, junto con un grupo de criterios para amparar a la pregunta de investigación y al proceso, concluyendo en su transcripción.

3.7 Rigor científico

indican que los investigadores cualitativos coinciden que en la investigación de enfoque cualitativa debe existir relación de fin, propósito y pilar filosófico entre los criterios y estándares en el análisis cualitativo.

3.8 Método de análisis de datos

Según el estudio realizado por Rojano y Contreras (2021), quines expresan que para el análisis de datos en estudios de enfoque cualitativo es necesario usar el instrumento computacional ATLAS.ti, la cual analiza el argumento de las fuentes de datos; entre ellas la entrevista, observación en el espacio de trabajo, data impresa y grabaciones de video, además el programa consta de 4 procesos: siendo el primero la codificación de data, seguido de la selección por categoría,

estructurar por medio de redes de relación entre categorías y por último los hallazgos estructurados.

La estructura de las encuestas en base a la información es grabación de entrevista digitalmente, transcripción, análisis en práctica, relacionar por categoría y subcategoría de la matriz y la discusión como acto final sobre la postura del trabajo.

Triangulación: Es un procedimiento que desarrolla la autenticidad del resultado en la investigación que la emplea; dado a que utiliza la rigurosidad y pluralidad de diseños, generando mayores aportes a los resultados (Blanco & Johan, 2022)

Categorización: Expresa que es un acto, el cual consiste en fijar categorías con especificaciones distintas, valiéndose de códigos para diferenciarlas (Vives & Sutton, 2021).

3.9 Aspectos éticos

El presente proyecto de investigación se encuentra encuadrado bajo las normas de código de ética en investigación de la Universidad César Vallejo y conforme a las Normas American Psychological Association 7ma edición, cumpliendo con indicaciones de citado idóneos de las mismas normas. El desarrollo de la investigación, presenta información confiable entre ellos artículo, libros, revistas científicas, entre otros, de modo tal que aporten con el contenido de la presente. Por último, para la obtención de estas fuentes fue necesario una indagación amplia con el fin de obtener referencias adecuadas y coherentes, teniendo en cuenta los filtros empleados por la universidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez después de haber realizado la ejecución de las guías de entrevista que se dirigió a abogados especialistas en derecho al consumidor y abogados que laboren en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, se lograron obtener los siguientes resultados:

Tabla 1: Resultado vinculado con el Objetivo Especifico 1

| CATEGORIA | CRITERIO | CONCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|--|--|---|
| <p>Regulación del comercio electrónico en el Perú</p> | <p>¿Conoce la existencia de los criterios para regulación del comercio electrónico en el Perú?</p> | <ul style="list-style-type: none"> a- Si, los criterios están basados en garantizar la protección de los datos personales, evitar la competencia desleal en todas sus manifestaciones y poner énfasis en la protección al consumidor. b- Conozco algunos como la seguridad de los productos, las sanciones, la información veraz, clara y completa c- No existe una norma especial que regule el comercio electrónico. En la práctica resulta aplicable el código civil (que habla escuetamente de la contratación entre ausentes), el código de consumo y la ley de protección de datos personales d- Si, por ejemplo, el derecho de arrepentimiento, es decir dejar sin efecto unilateralmente la compra dentro del plazo estipulado. Información veraz, clara y completa; en los términos de los contratos e- No, considero la necesidad de su regulación que aportara a su crecimiento |
| <p>Tendencias y Similitudes</p> | | <p>Los entrevistados coinciden en mayoría sí conocen la existencia de los criterios para regulación del comercio electrónico en el Perú. Por ende, se encuentran, de acuerdo en su mayoría con que se brinden criterios para regulación del comercio electrónico en el Perú.</p> |
| <p>Análisis Básico</p> | | <p>Consideramos enteramente factible y necesario existencia de criterios que estén fundamentados y garantizados para poder brindar protección a los datos personales, evitando de esa manera la competencia desleal en todas sus manifestaciones.</p> |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Tabla 2: Resultado vinculado con el Objetivo Específico 2

| CATEGORIA | CRITERIO | CONOCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|---|--|--|
| <p align="center">Regulación del comercio electrónico en el Perú</p> | <p>¿Considera usted que el comercio electrónico en el Perú tiene ventajas o desventajas?</p> | <p>A. Considero que tiene Ventajas porque permite a las empresas, sobre todo a las PYMES ampliar sus mercados, ofrecer productos o servicios en línea.</p> <p>B. En el Perú mayormente se ven desventajas puesto que actualmente se ven casos de estafa y en el peor de los casos el robo sistemático, ya que no hay protección de datos.</p> <p>C. Como toda realidad, presenta ventajas en la medida que reduce los costos de transacción (las personas invierten menos tiempo y recursos en contratar). Sin embargo, existen inconvenientes como la protección de datos personales, seguridad, etc.</p> <p>D. Por supuesto que sí. En forma personal he realizado compras vía comercio electrónico con muchas ventajas, muy excelentes</p> <p>E. Muchas ventajas ya que ayuda a extender la compra y venta de productos y genera ingresos</p> |
| <p align="center">Tendencias y Similitudes</p> | | <p>Los entrevistados coinciden en mayoría que el comercio electrónico en el Perú tiene más ventajas que desventajas a excepción que 1 entrevistado menciona que existen desventajas. Por ende, se encuentran, de acuerdo en su mayoría la existencia de ventajas en el comercio electrónico en el Perú.</p> |
| <p align="center">Análisis Básico</p> | | <p>Consideramos que si factible y ventajoso el comercio electrónico en el Perú sobre todo a las PYMES ampliar sus mercados, ofrecer productos o servicios en línea</p> |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Tabla 3: Resultado vinculado con el Objetivo General

| CATEGORIA | CRITERIO | CONOCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|---|--|---|
| Regulación del comercio electrónico en el Perú | ¿Considera usted que el comercio electrónico debe tener una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes en la relación de consumo por medios electrónicos? | <ul style="list-style-type: none"> A. Es necesario sobre todo en lo que respecta la protección de consumidores; sin embargo, se debe evitar la sobre-regulación que pudiera constituirse en una barrera o generar limitaciones B. Si, debe existir mayor protección a la hora de realizar una compra porque a veces es muy fácil que los hackers puedan intervenir y manipular dicha información C. El comercio electrónico debe tener una norma especial. Si bien el código civil desarrolla los contratos que se ejecutan en las transacciones de comercio electrónico (Compraventa, mutuo, arrendamiento, etc.) hay que tener en cuenta que el legislador recogió en las realidades que estaban vigentes en 1984 D. Ya existe legislación especial para el comercio electrónico, así mismo INDECOPI lo regula, lo que necesita es actualizar el código de comercio de Protección y Defensa del Consumidor E. Si, ya que tanto el consumidor como el comprador deben tener la seguridad al momento de realizar la compra y venta de los productos. |
| Tendencias y Similitudes | | Los entrevistados coinciden en mayoría concuerdan que el comercio electrónico debe tener una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes en la relación de consumo por medios electrónicos, Por ende, comparten el acuerdo en su mayoría que el comercio electrónico si debe tener su propia legislación, pero se debe evitar la sobre-regulación que pudiera constituirse en una barrera o generar limitaciones |
| Análisis Básico | | Consideramos que si viable y necesaria una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes en la relación de consumo por medios electrónicos. |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Tabla 4; Resultado vinculado con el Objetivo Específico 3

| CATEGORIA | CRITERIO | CONOCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|---|---|--|
| Regulación del comercio electrónico en el Perú | ¿Considera viable la implementación de una norma legal especial que regule el comercio electrónico? | <p>A. Es viable, sin caer en excesos de la sobreregulación para ello se necesita un análisis acerca de los aspectos a regular por ejemplo la ciberseguridad, la tributación, los smartcontract, la ciberdelincuencia, etc.</p> <p>B. Si, debido a que existen muchos casos sobre robo sistemático o estafa, entre esta situación la población se siente vulnerada y poco fiable de comprar por internet</p> <p>C. Es posible en la medida que haya voluntad política de nuestros legisladores quienes actualmente han demostrado poca pericia para elaborar normas técnicas</p> <p>D. En relación a la respuesta anterior es posible actualizar el código de comercio de protección y Defensa del Consumidor</p> <p>E. Si, para asegurar dicha actividad económica para las personas</p> |
| Tendencias y Similitudes | | Los entrevistados coinciden su totalidad que, si es viable la implementación de una norma legal especial que regule el comercio electrónico, Por ende, es unánime la postura de los entrevistados para que se brinde seguridad a actividad económica para las personas. |
| Análisis Básico | | Consideramos que si viable la implementación de una norma legal especial que regule el comercio electrónico, pues debe tener una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes. |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Tabla 5; Resultado vinculado con el Objetivo General

| CATEGORIA | CRITERIO | CONOCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|---|---|--|
| Regulación del comercio electrónico en el Perú | ¿Qué criterio implementaría para la regulación del comercio electrónico en el Perú? | <ul style="list-style-type: none"> A. Establecer una correcta diferenciación entre quienes son los intermediarios (plataformas digitales) y los verdaderos proveedores de los bienes y servicios, ya que cada uno tiene responsabilidades diferentes B. La protección al consumidor pues las personas deben recibir información adecuada y completa sobre los productos y servicios que desean adquirir. Por ello es fundamental implementar una sección que especifique las condiciones de uso C. Sería necesario mapear las diferentes plataformas a través de las cuales se realizan transacciones de comercio electrónico, identificar los desequilibrios contractuales y plantear medidas de tratamiento D. En relación a la pregunta uno, además, seguridad en los productos idóneos, la intervención de intermediarios y las sanciones de proveedores que incurran en infracción al Código de comercio de Protección y Defensa del Consumidor E. Analizar el entorno, crear tiendas online, regular los precios, Ventajas competitivas |
| Tendencias y Similitudes | | Los entrevistados coinciden su totalidad que deben implementarse criterios para la regulación del comercio electrónico en el Perú, siendo unánime la postura de los entrevistados con la finalidad de establecer responsabilidades. |
| Análisis Básico | | Consideramos que debe implantarse criterios para la regulación del comercio electrónico en el Perú, principalmente recibir información adecuada y completa sobre los productos y servicios que desean adquirir |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Tabla 6 Resultado vinculado con el Objetivo Específico 1

| CATEGORIA | CRITERIO | CONOCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|--|--|---|
| <p>Regulación del comercio electrónico en el Perú</p> | <p>¿Sufrió alguna vez de algún inconveniente realizando una transacción electrónica?, ¿Supo cómo proceder en ese caso?</p> | <p>A. No he tenido inconveniente. Los consumidores deben estar informados acerca de las plataformas y funcionamiento de estos sistemas electrónico.</p> <p>B. Si, pero lamentablemente no me daban una solución, solo me derivaban a una operadora y no supe que procedimiento seguir para que me den una respuesta</p> <p>C. En una oportunidad adquirí por el Marketplace de Ripley un amplificador, me confirmaron el pedido, pero nunca llego, luego me indicaron que había sido cancelado. Por temas de tiempo no acudí a INDECOPI</p> <p>D. No, más bien la compra por el comercio electrónico trae muchas ventajas, solo hay que tener seguridad de con quien se contrata este tipo de comercio</p> <p>E. No, sin embargo, es necesaria la regulación ante alguna eventualidad</p> |
| <p>Tendencias Y Similitudes</p> | | <p>Los entrevistados manifiestan que algunos que, si han presentado inconvenientes realizando una transacción electrónica, siendo una mayoría los que no la han tenido.</p> |
| <p>Análisis Básico</p> | | <p>Consideramos que deben establecerse medidas preventivas ante inconvenientes que pueden darse una transacción electrónica</p> |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Tabla 7 Resultado vinculado con el Objetivo Específico 1

| CATEGORIA | CRITERIO | CONOCEDORES DEL DERECHO COMERCIAL, ADMINISTRATIVO Y CIVIL |
|--|---|---|
| <p>Regulación del comercio electrónico en el Perú</p> | <p>¿Conoce usted la regulación del comercio electrónico?, ¿Cuál cree que es su punto más débil?</p> | <p>A. La falta de estándares para el cumplimiento por parte de los proveedores de las condiciones de los productos que ofrecen a través de sus plataformas, así como la vulnerabilidad que existe ya que se permite la comercialización de productos sin mayor control pudiendo ser de riesgos para los consumidores que los adquieran (riesgos de salud, de seguridad, etc.)</p> <p>B. No conozco del todo, pero considero que su punto más débil son las compras online, pues en campañas como navidad, día de la madre, muchas veces se satura la página y eso hace que las compras no se concreten o se roben datos como tarjetas o movimientos</p> <p>C. Norma especial no hay. El punto más débil de la normativa que se termina aplicando por defecto es el desfase temporal de los hechos regulados, considerando que el Código civil es del año 1984</p> <p>D. Si, lo conozco es el código de Protección y defensa del Consumidor el cual estaría falto de actualización</p> <p>E. No, sin embargo, la parte o punto débil puede ser la gran cantidad de comercio, así como la no regulación de los precios y protección de los derechos de los consumidores</p> |
| <p>Tendencias y Similitudes</p> | | <p>Los entrevistados en la mayoría desconoce en parte la regulación del comercio electrónico, siendo una postura mayoritaria pues mencionan que la normativa que se termina aplicando por defecto es el desfase temporal de los hechos regulados, considerando que el Código civil es del año 1984.</p> |
| <p>Análisis Básico</p> | | <p>Consideramos que debe brindarse las estrategias por parte de las entidades correspondientes para que brinden la información sobre la regulación del comercio electrónico.</p> |

Fuente: Información obtenida de la Guía de entrevista

Como discusión se estipula que por medio del objetivo general, determinamos cuáles son los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano a través de una guía de entrevista estipulada por (07) preguntas dirigidas a 5 abogados conocedores del Derecho Comercial, Administrativo y Civil, porque consideramos que es una población con relevancia jurídica para la investigación; frente a ello la mayoría de entrevistados afirman que se debe determinar plenitud los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano pues nuestro ordenamiento jurídico peruano no cuenta con normatividad jurídica específica que regule las transacciones electrónicas; esto coincide con el antecedente de Vidal (2019), quien en su investigación busco la determinación de los riesgos jurídicos que se generaban durante la realización de un contrato haciendo uso de canales digitales o algún medio electrónico en el país (Perú), fundamentándolo la teoría de la Seguridad Jurídica para el comprador ante la inexistente regulación específica a favor del Comercio Electrónico en el Perú. Por lo tanto, urge la implementación de una regulación específica que cubra todos los vacíos legales que dentro de una transacción comercial de tipo electrónica se presentan.

En la investigación se tuvo como fin en lo que respecta al primer objetivo específico, que estuvo orientado a explicar las ventajas y desventajas de regular el comercio electrónico en el marco legal y jurídico peruano, las opiniones vertidas de los profesionales de derecho dirimen que una ventaja sería la ciberseguridad con smartcontract, la generación de un amplio comercio donde se efectiviza el costo beneficio por la demanda y oferta acrecentando la actividad económica, pero las desventajas estarían en la ciberdelincuencia, los incumplimiento por parte de los proveedores, las condiciones de los productos ofrecidos a través de plataformas, pueden ser de riesgos para los consumidores que los adquieran (riesgos de salud, de seguridad, generando vulnerabilidad en la comercialización de productos por falta de control. Tenemos así que Vidal (2022), en su investigación buscó llegar a definir la correspondencia que existía entre la realización de un contrato usando canales digitales que hoy la tecnología nos brinda y las ventas realizadas haciendo uso de las famosas plataformas online, que surgió durante la pandemia COVID- 19, donde se

pudo apreciar la fragilidad en la que las personas nos encontramos, pero así mismo esta situación permitió, que salgan a relucir las falencias que se presentan cuando realizas algún tipo de operación comercial haciendo uso del comercio electrónico y haciendo visible que las mismas no presentan una debida protección, en la normatividad de carácter sustantiva como procesal, respaldado con la teoría del riesgo que establece un desarrollo de la teoría de la objetividad, ya que implica la facultad de generar una mala representación. Sin embargo, su discrepancia de la responsabilidad sin culpa en que esta presunción no surge en todos los casos, sino en los casos de riesgos o actividades arriesgadas.

Tenemos como segundo objetivo específico establecer las consecuencias jurídicas de regular específicamente el comercio electrónico en el Perú, se arribó que la principal consecuencia jurídica sería positiva ya se otorgaría seguridad jurídica y la protección de la propiedad intelectual y propiedad digital. En expresiones de Vidal, K (2020) quien en su investigación buscó la determinación de los riesgos jurídicos que se generaban durante la realización de un contrato haciendo uso de canales digitales o algún medio electrónico en el país (Perú), llega a la deducción que en las últimas décadas se ha podido evidenciar una presurosa evolución en varios ámbitos de la vida de las personas a lo que ningún tipo de sociedad ha podido escapar; respaldado con la teoría del voluntarismo, pues es muy importante en cuanto a la toma de decisiones, se encuentra plasmado en la voluntad del administrador público, ya que el titular tiene derecho a tomar una decisión acertada o equivocada dentro de un ámbito jurídico protegido, corresponde al funcionario público decidir si cumple con el deber de misión, y la legislación le dará facilidades para que pueda hacer efectiva su voluntad.

Como tercer objetivo específico: Establecer las consecuencias jurídicas de regular específicamente el comercio electrónico en el Perú, se plantea que si es viable la implementación de una norma legal especial que regule el comercio electrónico, pues debe tener una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes, ello concuerda con el trabajo de (Dubuc, 2020) realizó una investigación que propuso como fin analizar el procedimiento legal del comercio electrónico en la legislación venezolana. Este trabajo tuvo carácter analítico, exploratorio con un diseño documental, bibliográfico, buscando la comprensión de lo

contemplado dentro del marco legal relacionado al uso de esta forma de comercio en este país, respaldado con la teoría de Por otro lado, Veiga (2023), define a la protección al consumidor como una acumulación de normas establecidas en un marco destinadas a proteger y defender los derechos del consumidor, además de desarrollar el acceso a productos y servicios apropiados dentro del mercado en este caso el comercio electrónico, por medio de herramientas adecuadas en la solución de controversias que se dan en la contratación de un servicio y la compra de un producto. Al seguir con el desarrollo de este trabajo de investigación en el campo metodológico se utilizó el enfoque cualitativo, puesto que se realizó la descripción del problema haciendo una recopilación y recabando la información suficiente para la investigación, con situaciones actuales. De la misma manera se usó un diseño no experimental de manera transversal para poder dar cumplimiento a los objetivos establecidos y aplico el muestreo no probabilístico por conveniencia a 5 abogados conocedores del Derecho Comercial, Administrativo y Civil. Este escenario fue de fácil acceso. Y se tuvo como Criterio de selección e intervención de 5 participantes lo cual nos permitió cumplir los objetivos planteados, y poder dar respuesta a las interrogantes planteadas dentro de las respuestas brindadas a la subcategoría relacionada a la investigación.

V. CONCLUSIONES

1. Debemos tener siempre presente que la inseguridad jurídica en el comercio electrónico se dará ante la presencia de tres elementos: la información asimétrica, el no cumplimiento del deber de idoneidad y lo que concierne a brindar publicidad de tipo engañosa; siendo los compradores quienes sufren mayor afectación ante este panorama. Estos elementos se presentan también en el mercado comercial tradicional, pero que al desarrollarse en este tipo de comercio (electrónico) se agravan con lo cual se queda expuesto a sufrir algún tipo de engaño o perjuicio con más facilidad.
2. De lo analizado sobre la determinación de los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano, se concluye que debe establecerse una política de comercio electrónico taxativo de costo beneficio para ambas partes con una normatividad jurídica específica en la cual se prevean todas las eventualidades conflictivas de esta nueva modalidad de actividad comercial.
3. Del análisis del Estudio sobre las bases doctrinarias del comercio, pues ante el desconocimiento sobre la regulación del comercio electrónico, siendo una postura mayoritaria pues mencionan que la normativa que se termina aplicando por defecto y de forma temporal por el Código civil es del año 1984 debe brindarse las estrategias por parte de las entidades correspondientes para que brinden la información sobre la regulación del comercio electrónico. Y este desfase que presenta nuestra legislación permite que se desarrollen panoramas adversos para quienes realizamos este tipo de comercio, ya que las interpretaciones que demos a la normatividad vigente no nos permitirán una cobertura total de todos los aspectos, por ejemplo el artículo 24 del Código de Protección y Defensa del consumidor indica que el proveedor que haga uso para brindar información complementaria a través del internet debe procurar que la misma sea clara, concreta y de fácil acceso, pero en cuanto a lo referente

al proveedor en línea no especifica absolutamente nada respecto al tipo de información que este debe proporcionar.

4. Del estudio sobre las ventajas y desventajas de regular el comercio electrónico de forma específica en el marco legal y jurídico peruano, se concluye que existen más ventajas que desventajas sobre el tema pues permiten en estos tiempos instaurar todo tipo de relación Jurídica, logrando una reducción en la inversión del tiempo y logrando una mayor efectividad del costo beneficio, siendo estas la gran ventaja del comercio electrónico, por lo que sería conveniente especificar y de forma taxativa normativa para evitar la ciberdelincuencia que es la desventaja a este sistema de la actividad comercial moderna y globalizada.
5. De la investigación sobre las consecuencias jurídicas de regular específicamente el comercio electrónico en el Perú, se ha podido evidenciar en los últimos tiempos una acelerada evolución en muchas aristas de la vida de las personas. El derecho como ciencia no es de carácter cerrado y rígido por lo que no podría ser ajeno a todos estos devenires de la sociedad, por lo que es de importancia dar seguridad jurídica a sus conexiones comerciales con las formas virtuales diversas que garantice un producto idóneo como un contrato perfecto a la actividad comercial cibernética globalizada.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Poder Legislativo buscar la implementación de una normatividad de carácter específico donde se contemple que regulación de los contratos que se realizan vía electrónica, buscando reducir en la medida de lo posible los riesgos que esto conlleva y que se involucran. Buscando así otorgar seguridad Jurídica, no solo a quienes intervienen, sino también al estado y a la sociedad en conjunto.
2. Se hace la recomendación a los consumidores que deben actuar de forma rápida de a buscando reducir todo tipo de riesgo, certificándose en torno al grado de confianza que poseen todas las empresas que ofrezca productos o servicios de manera electrónica
3. A INDECOPI, como institución que vela por el derecho al consumidor, se recomienda que establezca estrategias para que brinde medidas de implementación de una normativa y reglamentación del derecho internacional, con lo cual se lograría absolver y dar solución eficaz a todos los conflictos jurídicos resultantes del Derecho en lo que respecta al comercio electrónico.

REFERENCIAS

- (s.f.).
- Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad de Lima.
- Ascencio, J. J. (2021). *“Diseño de un chatbot para mejorar la calidad de servicio al cliente en la empresa fans Store SAC-Lima 201”*. Lima: Repositorio Universidad Científica del Sur.
- Barrera, J. (2021). *Protección del Consumidor*. Lima: Pontificia Universidad Católica Fondo Editorial.
- Biagio, B. (2023). *nstituciones de derecho civil*. argentina: Canpus Editorial Digital SA.
- Blanco, N., & Johan, P. (2022). *La complementariedad metodológica: Estrategia de integración de enfoques en la investigación social*. Zulia: Espacios Públicos.
- Cabello, M. D. (2021). *La seguridad Jurídica*. Pamplona, España: Aranzadi, S.A.U.
- Cabrejos, G. B., & Guerrero, T. Y. (2018). *Perfeccionamiento del contrato electrónico en el Perú como medida de protección jurídica del consumidor*. Pimentel-Perú: Repositorio Universidad Señor de Sipan.
- CAPECE. (2021). *Reporte Oficial de la Indudtria Ecommerce en Perú, impacto del Covid-19 en el Comercio Electronico* . Lima : Portal Institucional CAPECE.
- Caya, G. L., & Chávez, N. E. (2021). *Análisis de la adquisición de bienes y servicios a través*. Lima Perú: Repositoryo Universidad Cesar Vallejo.
- Cortés, R. (2021). *Protección al consumidor electronico en colombia*. Bogota, Colombia: USTA.
- De Marco, S. (2022). EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA (2019): UN EJEMPLO DE TERCERA BRECHA DIGITAL. *Revista Internacional de Sociología*, 1-15.
- Dubuc, A. (2020). *Tratamiento legal del comercio electrónico en Venezuela: Un llamado hacia la actualización*. Maracaibo Venezuela: CienciaMatria.
- Espriella, R., & Restrepo, C. (2020). *Teoría Fundamentada*. Bogota-Colombia: Revista Colombiana de Psiquiatria.
- Fernandez, C. (2019). *NORMAS SOCIALES Y PROBLEMAS DE EFICACIA Y EFECTIVIDAD DE LAS NORMAS JURIDICAS*. Girona: Repositirio Universidad de Girona.
- Galeano, M. E. (2020). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellin: Universidad Eafit.
- Gallardo, A. (2022). *Plataformas digitales y contratación electrónica: conflictos derivados y métodos de resolución*. España: Actualidad jurídica iberoamericana.
- Gálvez, I. A., & Pineda, A. S. (2019). *La Afectación del Principio de Seguridad Jurídica en el Consumidor frente a la Inexistentente Regulación del Comercio Electronico en el Perú*. Cuzco, Perú: Repositorio Digital Universidad Andina del Cuzco.
- Guillen, C., & Sanz, F. (2021). El rigor científico en investigación. Consideraciones desde el área de Didáctica de la Lengua y la Literatura. *El Guiniguada(Revista de investigaciones y experiencias en Ciencias de la Educación*, 40-51.

- Hernández, L. C., & Hernandez, E. M. (2023). *Manual del comercio electrónico*. Barcelona: ECOE Ediciones.
- Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de Mexico: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Jimmy, J., Barzola, L., & Aviles, P. (2019). Importancia del Marketing Digital en el Comercio. *JOURNAL OF BUSINESS SCIENCES* , 24-33.
- Lazaro, D., & Ramirez, S. (2019). *Causas de la Inseguridad Jurídica en el Comercio Electrónico: Información Asimétrica, Incumplimiento del Deber de Idoneidad y Publicidad Engañosa*. Trujillo: Repositorio Universidad Nacional de Tujillo.
- Lopez, J., & Primera, J. (2022). *Estudio de Caso del Comercio Electrónico en Latinoamérica*. Cordova-Monteria, Colombia: Repositorio Institucional Universidad de Cordova.
- Luque, C., & Lozano, A. (2022). *El comercio electrónico y la Covid-19*. España: Revista de Administración y Dirección de Empresas.
- Manzaneda, P. (2019). *REGULACIÓN EN EL ORDENAMIENTO CIVIL PERUANO DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS*. Puno: Revista de Derecho de la Universidad del Altiplano de Puno.
- Mateu, R., & Cendoya, J. (2000). *La Contratación Electrónica y Firma Digital*. España: Thomson Reuters Aranzadi.
- Maxwell, J. (2019). *Diseño de Investigación Cualitativa*. Barcelona: GEDISA.
- Nizama V, M., & Nizama Ch, L. M. (2020). *El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis*. Rioja: Dialnet.
- Olivera, P. (2022). *El comercio y el consumo en la ciudad. Tlalli*. Revista De Investigación En Geografía. Ciudad de Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pallares, N. (2020). *Responsabilidad legislativa: Una mirada desde el principio de seguridad de los productos y la aplicación territorial del estatuto del consumidor*. Barranquilla, Colombia: Corporación Universitaria Americana.
- Polanco, S. (06 de Enero de 2023). *El Gobierno*. Obtenido de <https://diarioelgobierno.pe/politica-peruana-castillo-peru-2022-%20congreso/proyecto-de-ley-que-regula-el-comercio-electronico-entra-en-debate>
- Requena, T., & Mejia, M. (2019). *REGULACIÓN JURIDICA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN FACEBOOK Y*. Huacho: Repositorio Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Rivera, A. (2020). *El Ecommerce en America Latina y en el Perú*. LUMEN, Revista de la Universidad Femenina del Sagrado Corazon.
- Robayo, D. M. (2020). *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones*. Bucaramanga. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Administración de Empresas, Villavicencio.
- ROJANO, Y. N., & CONTRERAS, M. M. (2021). *Uso del aplicativo Atlas. ti. para la gestión estratégica de datos en la aplicación del método de la Teoría Fundamentada*. La Guajira: Revista Saber, ciencia y Libertad.

- (s.f.). *Uso del aplicativo Atlas. ti. para la gestión estratégica de datos en la*. Valencia, u. P. (2020). *Contratos inteligentes*. Antioquia, Colombia: Revista Investigación en Tecnologías de la Información.
- Veiga, A. B. (2023). *Tutela Constitucional del Derecho de Consumo: Lenguaje y Mercado*. Navarra, España: Civitas.
- Vidal, K. (2020). *Riesgo jurídico del comercio electrónico en el sistema de contratación vía internet en el Perú*. Huaraz, Ancash: Repositorio Institucional UNASAM.
- Vidal, M. (2019). *Análisis de la responsabilidad de los servicios de delivery de comida por aplicativos móviles, en la ciudad de Lima Metropolitana, en el año 2019*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Vidal, T. (2022). *Celebración de Contratos mediante Sistemas Tecnológicos y las Ventas a través de las Plataformas Virtuales (Huaura, 2021)*. Huacho, Perú: Repositorio Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Vives, T., & Sutton, L. (2021). *La codificación y categorización en la teoría fundamentada, un método para el análisis de los datos cualitativos*. Ciudad de Mexico: Investigación en Educación Médica.

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de Categorización

“REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL PERÚ

| PROBLEMA | CATEGORÍA | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | EJES TEMÁTICOS | INSTRUMENTOS |
|--|---|---|---|---|---------------------|
| <p>¿Cuáles son los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano?</p> <p>Objetivo General</p> <p>Determinar cuáles son los fundamentos jurídicos que permiten crear una legislación especial para el comercio electrónico en el ordenamiento jurídico peruano</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>1. Estudiar las bases doctrinarias del comercio electrónico; 2. Explicar las ventajas y desventajas de regular el comercio electrónico de forma específica en el marco legal y jurídico peruano y 3. Establecer las consecuencias jurídicas de regular específicamente el comercio electrónico en el Perú.</p> | Regulación del comercio electrónico en el Perú. | La Regulación del comercio electrónico en el Perú, es el conjunto de disposiciones jurídicas que regula los derechos y obligaciones que se generan en las transacciones mercantiles. Cuya finalidad es otorgar seguridad jurídica a los sujetos de la relación de consumo que se gesta por medios electrónicos. | La normativa legal y los mecanismos establecidos para regular los derechos y obligaciones de la relación de consumo por medios electrónicos. Esta categoría se medirá mediante una guía de entrevista, que es un instrumento utilizado para recolectar datos a través de preguntas estructuradas que abordan aspectos relevantes de la regulación del comercio electrónico. | <ul style="list-style-type: none"> Definiciones del comercio electrónico Características del Comercio Electrónico Los sujetos intervinientes en el comercio electrónico Clasificación del comercio electrónico. Importancia del comercio electrónico. Beneficios del Comercio Electrónico | GUÍA DE ENTREVISTAS |

ANEXO 02: Instrumento de Recolección de Datos

GUIA DE ENTREVISTA:

PREGUNTA 1: ¿Conoce la existencia de los criterios para regulación del comercio electrónico en el Perú?

PREGUNTA 2: ¿Considera usted que el comercio electrónico en el Perú tiene ventajas o desventajas?

PREGUNTA 3: ¿Considera usted que el comercio electrónico debe tener una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes en la relación de consumo por medios electrónicos?

PREGUNTA 4: ¿Considera viable la implementación de una norma legal especial que regule el comercio electrónico?

PREGUNTA 5: ¿Qué criterio implementaría para la regulación del comercio electrónico en el Perú?

PREGUNTA 6: ¿Sufrió alguna vez de algún inconveniente realizando una transacción electrónica?, ¿Supo cómo proceder en este caso?

PREGUNTA 7: ¿Conoce usted la regulación del comercio electrónico?, ¿Cuál cree que es su punto más débil?

Anexo 4. Matriz de evaluación por juicio de expertos

Solo para estudiantes que diseñaron sus propios instrumentos.

ANEXO 03: TÍTULO: “Regulación del comercio electrónico en el Perú.”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista.

| Indicadores | Criterios | Deficiente 0 – 20 | | | | Regular 21 – 40 | | | | Buena 41 - 60 | | | | Muy Buena 61 - 80 | | | | Excelente 81 – 100 | | | | OBSERVACIONES |
|-------------------------------|--|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| ASPECTOS DE VALIDACION | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 1. Claridad | Esta formulado con un lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 2. Objetividad | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| 3. Actualidad | Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 4. Organización | Existe una organización lógica entre sus ítems | | | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | |
| 5. Suficiencia | Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad. | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |

| Indicadores | Criterios | Deficiente 0 – 20 | | | | Regular 21 – 40 | | | | Buena 41 - 60 | | | | Muy Buena 61 - 80 | | | | Excelente 81 – 100 | | | | OBSERVACIONES |
|-------------------------------|--|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| ASPECTOS DE VALIDACION | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 6.Intencionaldiad | Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| 7.Consistencia | Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 8.Coherencia | Tiene relación entre las variables e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 9.Metodología | La estrategia responde a la elaboración de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Doctor(a) : **MG. JESUS MANUEL CHANTA MONCADA**

DNI : **46756587**

Correo Electronico: jemacham@gmail.com



ANEXO N° 03: Constancias y fichas de validación

Yo, Jesús Manuel Chanta Moncada con **DNI N° 46756587** de profesión Abogado, desempeñándome actualmente como docente tiempo completo en la Universidad Cesar Vallejo, en la ciudad de Piura. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Guía de entrevista del proyecto de investigación **“Regulación del comercio electrónico en el Perú.”**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

| INSTRUMENTOS | DEFICIE NTE | ACEPT ABLE | BUENO | MUY BUENO | EXCEL ENTE |
|--------------------|----------------|---------------|-------|--------------|---------------|
| 1. Claridad | | | | | X |
| 2. Objetividad | | | | | X |
| 3. Actualidad | | | | | X |
| 4. Organización | | | | X | |
| 5. Suficiencia | | | | | X |
| 6. Intencionalidad | | | | | X |
| 7. Consistencia | | | | | X |
| 8. Coherencia | | | | | X |
| 9. Metodología | | | | | X |

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de noviembre del dos mil veintidós.

Doctor (a) : Jesús Manuel Chanta Moncada

DNI : 46756587


Firma

ANEXO 02: TÍTULO: “Regulación del comercio electrónico en el Perú.”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista.

| Indicadores | Criterios | Deficiente 0 – 20 | | | | Regular 21 – 40 | | | | Buena 41 - 60 | | | | Muy Buena 61 - 80 | | | | Excelente 81 – 100 | | | | OBSERVACIONES |
|------------------------|--|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| ASPECTOS DE VALIDACION | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 1. Claridad | Esta formulado con un lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 2. Objetividad | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 3. Actualidad | Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 4. Organización | Existe una organización lógica entre sus ítems | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 5. Suficiencia | Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 6. Intencionalidad | Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |

| Indicadores | Criterios | Deficiente 0 – 20 | | | | Regular 21 – 40 | | | | Buena 41 - 60 | | | | Muy Buena 61 - 80 | | | | Excelente 81 – 100 | | | | OBSERVACIONES |
|------------------------|---|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| ASPECTOS DE VALIDACION | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 7.Consistencia | Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 8.Coherencia | Tiene relación entre las variables e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 9.Metodología | La estrategia responde a la elaboración de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | |

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Doctor(a) : MG. OMAR GABRIEL VELASCO PALACIOS

DNI : 05641721

Correo Electrónico: Ovelasco@ucv.edu.pe



Firma y Sello

ANEXO N° 03: Constancias y fichas de validación

Yo, MG. OMAR GABRIEL VELASCO PALACIOS con **DNI N° 05641721** de profesión Abogado, desempeñándome actualmente como Coordinador Académico de la Escuela Profesional de Derecho de la Universidad Cesar Vallejo, en la ciudad de Piura. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Guía de entrevista del proyecto de investigación “**Regulación del comercio electrónico en el Perú.**”

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

| INSTRUMENTOS | DEFICIE NTE | ACEPT ABLE | BUENO | MUY BUENO | EXCEL ENTE |
|--------------------|----------------|---------------|-------|--------------|---------------|
| 1. Claridad | | | | X | |
| 2. Objetividad | | | | X | |
| 3. Actualidad | | | | X | |
| 4. Organización | | | | X | |
| 5. Suficiencia | | | | X | |
| 6. Intencionalidad | | | | X | |
| 7. Consistencia | | | | | X |
| 8. Coherencia | | | | | X |
| 9. Metodología | | | | | X |

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de noviembre del dos mil veintidós.

Doctor (a) : MG. OMAR GABRIEL VELASCO PALACIOS

DNI : 05641721



Firma

ANEXO 03: TÍTULO: “Regulación del comercio electrónico en el Perú.”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista.

| Indicadores | Criterios | Deficiente 0 – 20 | | | | Regular 21 – 40 | | | | Buena 41 - 60 | | | | Muy Buena 61 - 80 | | | | Excelente 81 – 100 | | | | OBSERVACIONES |
|------------------------|--|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| ASPECTOS DE VALIDACION | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 1.Claridad | Esta formulado con un lenguaje apropiado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 2.Objetividad | Esta expresado en conductas observables | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 3.Actualidad | Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 4.Organización | Existe una organización lógica entre sus ítems | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 5.Suficiencia | Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| 6.Intencionaldiad | Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |

| Indicadores | Criterios | Deficiente 0 – 20 | | | | Regular 21 – 40 | | | | Buena 41 - 60 | | | | Muy Buena 61 - 80 | | | | Excelente 81 – 100 | | | | OBSERVACIONES |
|------------------------|---|----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|---------------|
| | | 0 | 6 | 11 | 16 | 21 | 26 | 31 | 36 | 41 | 46 | 51 | 56 | 61 | 66 | 71 | 76 | 81 | 86 | 91 | 96 | |
| ASPECTOS DE VALIDACION | | 5 | 10 | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | |
| 7.Consistencia | Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| 8.Coherencia | Tiene relación entre las variables e indicadores | | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| 9.Metodología | La estrategia responde a la elaboración de la investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | X | | | | |

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Doctor (a) : Mg. CARLOS ALBERTO LOPEZ MEZA
DNI : 42605857
E-mail : LEOCARPERU1984@gmail.com



Firma y Sello

ANEXO N° 03: Constancias y fichas de validación

Yo, **Mg. CARLOS ALBERTO LOPEZ MEZA** con **DNI N° 42605857** de profesión Abogado, desempeñándome actualmente como Docente Tiempo Parcial de la Escuela Académico Profesional de Derecho de la Universidad Cesar Vallejo Filial Piura. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Guía de entrevista del proyecto de investigación **“Regulación del comercio electrónico en el Perú.”**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

| INSTRUMENTOS | DEFICIE NTE | ACEPT ABLE | BUENO | MUY BUENO | EXCEL ENTE |
|---------------------|------------------------|-----------------------|--------------|----------------------|-----------------------|
| 1. Claridad | | | | | X |
| 2. Objetividad | | | | | X |
| 3. Actualidad | | | | | X |
| 4. Organización | | | | X | |
| 5. Suficiencia | | | | | X |
| 6. Intencionalidad | | | | | X |
| 7. Consistencia | | | | | X |
| 8. Coherencia | | | | | X |
| 9. Metodología | | | | | X |

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de noviembre del dos mil veintidós.

Doctor (a) : Mg. CARLOS ALBERTO LOPEZ MEZA

DNI : 42605857



FIRMA

Anexo 4.

| Objetivo General: Analizar la regulación del comercio electrónico en el marco legal y jurídico peruano | |
|--|--|
| Pregunta N° 1.- ¿Conoce la existencia de los criterios para regulación del comercio electrónico en el Perú? | |
| EXPERTO | RESPUESTAS |
| Dr. Karla Cáceres Carrillo | Si, los criterios están basados en garantizar la protección de los datos personales, evitar la competencia desleal en todas sus manifestaciones y poner énfasis en la protección al consumidor. |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | Conozco algunos como la seguridad de los productos, las sanciones, la información veraz, clara y completa |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | No existe una norma especial que regule el comercio electrónico. En la práctica resulta aplicable el código civil (que habla escuetamente de la contratación entre ausentes), el código de consumo y la ley de protección de datos personales |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | Si, por ejemplo, el derecho de arrepentimiento, es decir dejar sin efecto unilateralmente la compra dentro del plazo estipulado. Información veraz, clara y completa; en los términos de los contratos |
| Dr. Jorge Ramírez Palomeque | No, considero la necesidad de su regulación que aportara a su crecimiento |
| Pregunta N° 2.- ¿Considera usted que el comercio electrónico en el Perú tiene ventajas o desventajas? | |
| EXPERTO | RESPUESTAS |
| Dr. Karla Cáceres Carrillo | Considero que tiene Ventajas porque permite a las empresas, sobre todo a las PYMES ampliar sus mercados, ofrecer productos o servicios en línea. |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | En el Perú mayormente se ven desventajas puesto que actualmente se ven casos de estafa y en el peor de los casos el robo sistemático, ya que no hay protección de datos. |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | Como toda realidad, presenta ventajas en la medida que reduce los costos de transacción (las personas invierten menos tiempo y recursos en contratar). Sin embargo, existen inconvenientes como la protección de datos personales, seguridad, etc. |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | Por supuesto que sí. En forma personal he realizado compras vía comercio electrónico con muchas ventajas, muy excelentes. |

| | |
|---|---|
| Dr. Jorge Palomeque Ramírez | Muchas ventajas ya que ayuda a extender la compra y venta de productos y genera ingresos |
| Pregunta N° 3.- ¿Considera usted que el comercio electrónico debe tener una legislación especial para un mejor tratamiento y protección de los sujetos intervinientes en la relación de consumo por medios electrónicos? | |
| EXPERTO | RESPUESTAS |
| Dra. Karla Cáceres Carrillo | Es necesario sobre todo en lo que respecta la protección de consumidores; sin embargo, se debe evitar la sobreregulación que pudiera constituirse en una barrera o generar limitaciones |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | Si, debe existir mayor protección a la hora de realizar una compra porque a veces es muy fácil que los hackers puedan intervenir y manipular dicha información |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | El comercio electrónico debe tener una norma especial. Si bien el código civil desarrolla los contratos que se ejecutan en las transacciones de comercio electrónico (Compraventa, mutuo, arrendamiento, etc.) hay que tener en cuenta que el legislador recogió en las realidades que estaban vigentes en 1984 |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | Ya existe legislación especial para el comercio electrónico, así mismo INDECOPI lo regula, lo que necesita es actualizar el código de comercio de Protección y Defensa del Consumidor |
| Dr. Jorge Palomeque Ramírez | Si, ya que tanto el consumidor como el comprador deben tener la seguridad al momento de realizar la compra y venta de los productos. |
| Pregunta N° 4.- ¿Considera viable la implementación de una norma legal especial que regule el comercio electrónico? | |
| EXPERTO | RESPUESTAS |
| Dra. Karla Cáceres Carrillo | Es viable, sin caer en excesos de la sobreregulación para ello se necesita un análisis acerca de los aspectos a regular por ejemplo la ciberseguridad, la tributación, los smartcontract, la ciberdelincuencia, etc. |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | Si, debido a que existen muchos casos sobre robo sistemático o estafa, entre esta situación la población se siente vulnerada y poco fiable de comprar por internet |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | Es posible en la medida que haya voluntad política de nuestros legisladores quienes actualmente han demostrado poca pericia para elaborar normas técnicas |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | En relación a la respuesta anterior es posible actualizar el código de comercio de protección y Defensa del Consumidor |
| Dr. Jorge Palomeque Ramírez | Si, para asegurar dicha actividad económica para las personas |

| Pregunta N° 5.- ¿Qué criterio implementaría para la regulación del comercio electrónico en el Perú? | |
|---|---|
| EXPERTO | RESPUESTAS |
| Dra. Karla Cáceres Carrillo | Establecer una correcta diferenciación entre quienes son los intermediarios (plataformas digitales) y los verdaderos proveedores de los bienes y servicios, ya que cada uno tiene responsabilidades diferentes |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | La protección al consumidor pues las personas deben recibir información adecuada y completa sobre los productos y servicios que desean adquirir. Por ello es fundamental implementar una sección que especifique las condiciones de uso |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | Sería necesario mapear las diferentes plataformas a través de las cuales se realizan transacciones de comercio electrónico, identificar los desequilibrios contractuales y plantear medidas de tratamiento |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | En relación a la pregunta uno, además, seguridad en los productos idóneos, la intervención de intermediarios y las sanciones de proveedores que incurran en infracción al Código de comercio de Protección y Defensa del Consumidor |
| Dr. Jorge Palomeque Ramírez | Analizar el entorno, crear tiendas online, regular los precios, Ventajas competitivas |
| Pregunta N°6.- ¿Sufrió alguna vez de algún inconveniente realizando una transacción electrónica?, ¿Supo cómo proceder en ese caso? | |
| EXPERTO | RESPUESTAS |
| Dra. Karla Cáceres Carrillo | No he tenido inconveniente. Los consumidores deben estar informados acerca de las plataformas y funcionamiento de estos sistemas electrónico |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | Si, pero lamentablemente no me daban una solución, solo me derivaban a una operadora y no supe que procedimiento seguir para que me den una respuesta |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | En una oportunidad adquirí por el Marketplace de Ripley un amplificador, me confirmaron el pedido, pero nunca llegó, luego me indicaron que había sido cancelado. Por temas de tiempo no acudí a INDECOPI |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | No, más bien la compra por el comercio electrónico trae muchas ventajas, solo hay que tener seguridad de con quien se contrata este tipo de comercio |
| Dr. Jorge Palomeque Ramírez | No, sin embargo, es necesaria la regulación ante alguna eventualidad |

Pregunta N° 7.- ¿Conoce usted la regulación del comercio electrónico?, ¿Cuál cree que es su punto más débil?

| EXPERTO | RESPUESTAS |
|--|---|
| Dra. Karla Cáceres Carrillo | La falta de estándares para el cumplimiento por parte de los proveedores de las condiciones de los productos que ofrecen a través de sus plataformas, así como la vulnerabilidad que existe ya que se permite la comercialización de productos sin mayor control pudiendo ser de riesgos para los consumidores que los adquieran (riesgos de salud, de seguridad, etc.) |
| Dr. Luis Aguirre Rodríguez | No conozco del todo, pero considero que su punto más débil son las compras online, pues en campañas como navidad, día de la madre, muchas veces se satura la página y eso hace que las compras no se concreten o se roben datos como tarjetas o movimientos |
| Dr. Samuel Sarango Mogollón | Norma especial no hay. El punto más débil de la normativa que se termina aplicando por defecto es el desfase temporal de los hechos regulados, considerando que el Código civil es del año 1984 |
| Dr. Marco Antonio Mendoza Elías | Si, lo conozco es el código de Protección y defensa del Consumidor el cual estaría falto de actualización |
| Dr. Jorge Ramírez Palomeque | No, sin embargo, la parte o punto débil puede ser la gran cantidad de comercio, así como la no regulación de los precios y protección de los derechos de los consumidores |