



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

**Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la  
protección de los derechos del consumidor**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Abogada

**AUTORA:**

Cordova Peña, Mercy (ORCID: 0000-0002-9525-311X)

**ASESORA:**

Mgtr. Palomino Gonzáles, Lutgarda (ORCID: 0000-0002-5948-341X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Derecho del Consumidor

LIMA – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

A Dios, por darme la vida, y estar siempre conmigo guiándome en cada uno los pasos que doy.

A mis padres y a mis hermanos porque han sido una excelente guía en vida personal y profesional, con su ejemplo, dedicación, esfuerzos y palabras de aliento, siempre estuvieron ahí apoyándome para que yo pueda continuar con mis estudios sin dejarme vencer por las adversidades de la vida y así pueda cumplir con éxito cada una de mis metas.

## **Agradecimiento**

A mis maestros por haber compartido cada una de sus enseñanzas y en especial a la Mg. Palomino Gonzáles, Lutgarda por haber sido una excelente asesora metodológica.

A los entrevistados que contribuyeron al desarrollo de esta investigación.

A mi gran amigo Joel Alexander Bullon Ingaroca por su apoyo incondicional, sus consejos y su paciencia, que contribuyeron y me ayudaron a concluir satisfactoriamente esta meta.

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística .....	16
3.3 Escenario de estudio .....	17
3.4 Participantes.....	17
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.6 Procedimientos .....	18
3.7 Rigor científico.....	19
3.8 Método de análisis de información .....	19
3.9 Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS y DISCUSIÓN .....	21
V. CONCLUSIONES .....	35
VI. RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS .....	46

## Índice de tablas

Tabla 1: Categorías, subcategorías y matriz de apriorística .....	16
Tabla 2: Resultados de la categoría 1 .....	21
Tabla 3: Resultados de la categoría 2.....	23
Tabla 4: Resultados de la categoría 3.....	25

## Índice de Figuras

Figura 1: Red de categorías y subcategorías.....	27
Figura 2: Nube de palabras.....	27

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor. Este trabajo se justifica en los diferentes riesgos que tiene que afrontar el consumidor en las compras online, tales como la publicidad engañosa, el uso abusivo de los datos personales, falsificaciones, estafas y fraudes que se vienen realizando en las diferentes plataformas de venta. El enfoque de esta investigación es cualitativo, el diseño aplicado es el de teoría fundamentada, como instrumento de recolección de datos se empleó la entrevista semiestructura la cual estuvo conformada por 10 preguntas, la muestra estuvo compuesta por 5 participantes, y para procesar la información se ha utilizado la herramienta computacional del Atlas ti. Como resultado se obtuvo que en las plataformas si existe inseguridad jurídica, si se ve afectada relación de consumo y no se realiza una adecuada verificación de los datos de los proveedores. Se concluyó si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias, ya que Ley N° 29571, no protege del todo a los consumidores que realizan sus compras en línea, puesto que este nuevo sector del comercio expone particularidades y problemas propios que necesitan una regulación especial.

**Palabras claves:** plataformas, regulación, consumidor, proveedor , comercio.

## **Abstract**

The general objective of the research is what is to be accomplished by the research project which is to determine whether the regulation of the digital intermediaries is necessary in order to protect the consumer rights. This research is justified by the different risks that the consumer has to face when purchasing online, such as misleading advertising, the abusive use of personal data, scams, falsifications and fraud that have been carried out in the different sales platforms. This project is a qualitative research, the design applied was the grounded theory, the semi-structured interview was used as a data collection instrument which consisted of ten questions and the research sample consisted of five participants. To process the information, Atlas ti was used as a computer program tool. As a result, it does exist legal uncertainty, the provider-consumer relationship is affected, and a right verification of the providers data is not carried out. To conclude, it is necessary the regulation on the digital intermediaries, because the law N° 29571 does not fully protect the consumers who purchases online, since the new commerce sector exposes its own particularities and problems that need a special regulation.

**Keywords:** platforms, regulation, consumer, supplier,trade.



## I. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación, se abordará como tema de estudio la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor, por lo que, en adelante, se expondrá la aproximación temática tanto a nivel nacional como internacional, la justificación teórica, metodológica y práctica, también se formularan los problemas y los objetivos de la investigación.

Sigmond (2018) indicó que el comercio electrónico es el futuro de las compras ya que cada vez son más las plataformas digitales que se dedican a publicitar la venta de productos y gracias al internet están logrado captar gran cantidad de consumidores, también señaló que las compras en línea han cambiado la forma usual o común en la que se solía comprar, ya que ahora la mayoría de consumidores realizan sus compras a través de plataformas digitales donde no se tiene contacto con el producto y tampoco con el proveedor, lo cual ha generado ciertas ventajas como desventajas que involucran una serie de riesgos. (p. 372)

Los especialistas de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (2016) señalaron que en el Perú últimamente es usual encontrar plataformas virtuales que aparentan ser especializadas, y se dedican a publicar avisos en internet, respecto a venta de diversos productos médicos, donde muchas personas inescrupulosas que buscan lucrar económicamente para su bien personal, se están aprovechando de la desesperación de personas que tienen enfermedades terminales, contagiosas, problemas con su físico, entre otras, y están ofreciendo medicamentos que curan enfermedades que científicamente no han sido comprobadas, que son de dudosa procedencia, y en algunos casos han sido retirados del mercado por presunta falsificación, sin embargo se siguen vendiendo estos productos sin importar las consecuencias y los riesgos que le pueda generar.

Marceda, Vieira, Mendonça, Kudlawicz y Pereira (2020) señalaron que los problemas más reportados por los consumidores que realizan compras de

productos online, básicamente fueron porque los productos que habían pedido nunca llegaron, porque recibieron productos que adolecían de algún defecto, en algunos casos los productos entregados al consumidor no eran los que había comprado en la plataforma digital, también se detectó que el precio pagado por los productos fue diferente al que aparece en la plataforma digital, entre otros. (p. 10)

Chow (2020) indicó que el comercio electrónico en el ámbito internacional se encuentra en constante crecimiento, ubicando a China y a Estados Unidos, como los países donde más consumismo hay en la plataformas digitales intermediarias que ofertan productos, también, manifestó que el comercio electrónico está afectando los derechos del consumidor, de autor y de propiedad intelectual, en tanto que plataformas digitales como Alibaba y Amazon que son sitios virtuales líderes en el comercio electrónico a nivel mundial, están permitiendo que proveedores falsificadores de diversos productos ingresen al mercado electrónico a comercializar sin importar los daños que se cause. (p. 33)

Justificación práctica: esta investigación se centra en estudiar la problemática persistente en el comercio electrónico, Pérez (2018) señaló que en las compras online existen riesgos que tiene que afrontar el consumidor, tales como la seguridad de red o plataforma que se utiliza para la compra, riesgos en los pagos, ya que se manejan varias formas para realizar la cancelación del producto, se vulnera los derechos de autor, la desconfianza entre las partes, la falta de información referente a la caracterización y originalidad del producto puesto que un cierto porcentaje de bienes son resultado de una imitación del producto original. (p. 229)

Manzur, Rojas, Balcázar y Rodríguez (2020) explicaron que el comercio electrónico ha crecido a través del internet, permitiendo que cada vez se incorporen más plataformas digitales que venden una gran diversidad de productos y servicios, también, indicaron que ante esta situación los estados no han realizado acciones que protejan directamente los derechos de propiedad intelectual y del consumidor, respecto de problemas como la publicidad engañosa, el uso abusivo de datos personales, fraudes, estafas, falsificaciones, etc. (p. 8)

Justificación teórica: López (2016) señaló que es necesario que el comercio electrónico sea regulado para que de esa manera se pueda frenar los diversos problemas que ocurren en ese ámbito, también indicó que para que funcione esta regulación no solo tiene que proceder de los poderes públicos, sino que se necesita de la existencia de una adecuada autorregulación y compromiso por parte de las empresas para que cumplan con las políticas establecidas y la norma. (p. 208)

Reyes (2018) señaló que la protección al consumidor y sus derechos básicos conexos, se deben proteger en lo más ínfimo ya que tienen un reconocimiento constitucional que protege el derecho a la salud y a la seguridad, asimismo, indicó que el estado está obligado a garantizar el derecho de protección a los consumidores, empleando procedimientos efectivos que protejan sus intereses económicos, y que ante cualquier daño o perjuicio que se le cause al consumidor, este sea debidamente indemnizado. (pp. 373-374)

Giova (2017) señaló que los consumidores que compran en línea a través de plataformas digitales cada vez son más, ya que este mercado les brinda muchas ventajas y facilidades en el sentido de que no existen barreras ni fronteras para poder adquirir un producto vía online, sin embargo señaló que el comercio electrónico también ha tenido ciertas desventajas para el consumidor, que hacen necesaria e importante la actuación del estado para solucionar los problemas que se presentan en las transacciones electrónicas, protegiendo de manera eficaz a los consumidores. (p. 2)

Justificación metodológica: Troncoso y Amaya (2017) manifestaron que la entrevista es un instrumento de recolección de datos que por lo general se usa en estudios de enfoque cualitativo, está diseñado para que el entrevistador lo utilice con naturalidad ya que lo aplicará en un ambiente de conversación cotidiano con la población seleccionada. (p. 4)

Hernández, Fernández y Baptista (2014) indicaron que la entrevista es una técnica que utiliza el investigador, y que se caracteriza por ser íntima, abierta y flexible, también la consideraron como una reunión entre el entrevistado y el entrevistador

para intercambiar información acerca de un determinado tema de investigación, para ello indicaron que el investigador previamente ha debido seleccionar las preguntas que va realizar. (p. 460)

Sobre la base de aproximación temática presentada se planteó el problema general y los problemas específicos de la investigación. El problema general de la investigación fue: ¿Es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor? Los problemas específicos de la investigación fueron los siguientes:

- **PE1:** ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE2:** ¿Se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE3:** ¿Se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias?

El objetivo general fue determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor. Los objetivos específicos fueron los siguientes:

- **OE1:** Demostrar si se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias.
- **OE2:** Verificar si se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias.
- **OE3:** Constatar si se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias.

## II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se abordará los antecedentes nacionales e internacionales, que corresponden a trabajos previos realizados sobre la vulneración de la seguridad jurídica en el rubro del comercio electrónico, el perfeccionamiento de la venta de productos ofertados a través de medios electrónicos, la protección al consumidor a partir de la ley N° 358-05, los contratos electrónicos y los derechos del consumidor, la vulneración del derecho a la información en la compra de bienes, la venta ilegal de medicamentos y fármacos a través de páginas web y la confianza como un elemento fundamental en las compras en línea, cada uno de estos trabajos de investigación plantea diferentes respuestas a la problemática a fin de dar una posible solución, que en el desarrollo de este capítulo se explicará.

Lázaro y Ramírez (2019) desarrollaron un estudio que tuvo como propósito determinar de qué forma se vulnera la seguridad jurídica en el rubro del comercio electrónico. Se trató de una investigación analítico sintético, utilizaron como muestra 9 casos correspondientes a diferentes empresas, que infringieron el deber de idoneidad, la protección al consumidor, y el deber de información. Como resultado concluyeron que los aspectos que acrecientan la vulneración de la seguridad jurídica es la información asimétrica donde las partes no manejan la misma data o información, el incumplimiento del deber de idoneidad ya que muchas veces el consumidor recibía un producto o servicio que no se ajustaba a las características que debería contener. Recomendaron que es necesario instaurar un marco jurídico que brinde seguridad jurídica a los consumidores en el comercio electrónico.

Huancachoque (2018) desarrolló un estudio que tuvo como finalidad establecer como se da el perfeccionamiento de la venta de productos y servicios que son ofertados a través de medios electrónicos y de qué manera proteger al consumidor ante el incumplimiento de las condiciones de oferta. Se trató de un estudio cualitativo, utilizó el tipo de muestra no probabilístico para lo cual seleccionó un grupo de casos de contratación electrónica en la venta de bienes y servicios por

plataformas digitales que operan a través del internet. Concluyó que el perfeccionamiento de las ventas electrónicas aún no está regulado en el Perú por lo que se regirá por todo lo dispuesto en el código civil, dejando claro que dicho perfeccionamiento se regirá por la teoría de recepción. Recomendó que se debería diseñar una normativa especial que regule la contratación electrónica.

Rivera (2018) desarrolló un estudio que tuvo como propósito analizar si la ley N° 358-05 protege a cabalidad los derechos del consumidor. Su diseño metodológico fue teórico doctrinal, ya que la investigación consultiva se realizó en base a bibliografías referentes al tema de investigación. Como resultado concluyó que la ley N° 358-05 no está cumpliendo con la finalidad para la cual fue creada, puesto que los consumidores desconocían sus derechos, por lo que era importante educarlos a través de programas especializados, informales acerca de los procedimientos a seguir para defender sus derechos, y fortalecer el acceso a la información. Recomendó que se le debería brindar mayor información al consumidor sobre los proveedores y se debe fortalecer la protección de los intereses jurídicos de los consumidores.

Vásquez (2018) desarrolló un estudio que tuvo como finalidad analizar si los contratos electrónicos vulneran los derechos del consumidor en el distrito de los olivos 2018. Se trató de un estudio cualitativo, el diseño que usó fue de teoría fundamentada, el tipo de muestra fue no probabilístico en la cual seleccionó a 10 abogados especialistas en materia de derecho del consumidor, con experiencia no menor de 3 años y el instrumento para la recolección de datos fue la entrevista. Concluyó que la Ley N° 29571 no protege a los consumidores en las compras que se realizan a través del comercio electrónico ya que a la actualidad no se incluye ningún artículo respecto a su regulación, que establezcan los términos y condiciones de la negociación en las tiendas virtuales. Recomendó que a futuro se debería contar con un marco jurídico que regule la contratación electrónica.

Soto (2017) desarrolló un estudio que tuvo como propósito determinar la afectación de la protección al consumidor ante la vulneración del derecho a la información en la compra de bienes o servicios de alimentos en el distrito de San Isidro. Se trató de un estudio cualitativo, el diseño que usó fue el de teoría fundamentada, el tipo de muestra fue no probabilístico en la cual seleccionó a 6 funcionarios públicos que laboran en la Municipalidad de San isidro, 3 especialistas en materia de derecho del consumidor y 3 resoluciones ligadas al tema de investigación, el instrumento para la recolección de datos fue la entrevista y el análisis del registro documental. Concluyó que, si se está vulnerando el derecho de información ya que no se le esta preveendo la información adecuada al consumidor, se utiliza información con muchos tecnicismos y vaguedad. Recomendó que Indecopi debería realizar una fiscalización exhaustiva, a fin de brindar mayor protección al consumidor.

Ayala (2017) desarrolló un estudio que tuvo como finalidad determinar si resulta necesario implementar dentro del ordenamiento jurídico peruano normas que protejan al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico. El diseño de su investigación fue documental analizó información nacional y extranjera conexas a los derechos del consumidor ante el desarrollo del comercio electrónico. Concluyó que es necesario fortalecer los órganos existentes y que se les de las facultades para conocer y perseguir los atentados contra los derechos del consumidor, crear mecanismos que solucionen las controversias entre proveedores y consumidores, se estimule el desarrollo de los códigos de conducta, la autorregulación y se promuevan los programas de educación para con los consumidores. Recomendó que las empresas que venden por Internet deberían publicar información clara, tener códigos de conducta, ser vigilantes de sus reglas, y no esperar que el Estado legisle en todos los ámbitos.

Arrieta, Marùn y Sayas (2018) desarrollaron un estudio que tuvo como propósito analizar las barreras de la protección efectiva de los derechos del consumidor en el Caribe, para este estudio utilizaron el método de investigación mixta, en la muestra seleccionaron a 1489 personas entre los 16 y 65 años, el instrumento fue la

encuesta la misma que se realizó en base a la categoría analítica de la vulnerabilidad jurídica de los derechos del consumidor. Concluyeron que una de las barreras se cimienta en el desconocimiento de los derechos por parte del consumidor, y que se puede ver agravada por el nivel de educación de las personas y el nivel de ingresos. Recomendaron que ante dicha problemática se debe poner en práctica estrategias como campañas informativas, fortalecer la educación y promocionar los derechos.

Sayas y Medina (2016) desarrollaron un estudio que tuvo como finalidad analizar si las herramientas normativas realmente protegen los derechos de los consumidores ante situaciones de riesgo o peligro al que pudieran estar expuestos. En la parte metodológica señalaron que el trabajo de investigación pertenece al informe de un proyecto en proceso, concluyeron que las facultades jurisdiccionales que se le otorgan a la superintendencia de industria y comercio se realizan con el propósito de cumplir con los principios constitucionales y efectivizar la protección de los derechos de los consumidores.

López (2018) desarrolló un estudio que tuvo como objetivo analizar si la decisión de elección de los consumidores se encontraba viciada en el ámbito publicitario en la venta de productos, en la parte metodológica aplicaron un estudio de caso interdisciplinar, para ello analizaron doctrina jurídica referente publicidad, derecho de información y de veracidad constitucional. Concluyó que la publicidad engañosa induce a error a quien recepciona la información, tal es así que se ha convertido en una de las más grandes amenazas de los mercados, puesto que ha logrado atentar contra los derechos del consumidor viciando el comportamiento de los consumidores potenciales.

Catalán, et Al. (2016) desarrollaron un estudio que tuvo como propósito dar a conocer la problemática sobre la venta ilegal de medicamentos y fármacos a través de páginas web y destacar el funcionamiento del proyecto FakeShare. Este estudio se basó en las 1100 investigaciones sobre venta ilegal de medicinas en internet



durante el periodo de 2012 al 2015, en la republica de España. Concluyeron que para que el proyecto Fakeshare funcione correctamente es importante que los entes públicos y privados ayuden a concientizar a la población sobre la problemática, dándoles a conocer los diferentes riesgos que implica realizar la compra de mercancías ilícitas.

Sánchez y Montoya (2016) desarrollaron un estudio que tuvo como finalidad demostrar como los consumidores sienten menos temor y más inclinación para realizar las compras por medios electrónicos, este estudio fue de enfoque cualitativo, el tipo de investigación fue exploratorio, el instrumento que usaron fue la encuesta la cual fue aplicada a 500 personas. Concluyeron que si es importante la confianza ya que es un elemento favorecedor y otros factores más influyentes en ella son la reputación del proveedor, su asociación, el riesgo que se halla percibido, la privacidad de los datos ingresados, la seguridad en la transacción que se va realizar y el género del comprador.

Por otro lado, se abordará las principales teorías en las cuales se respalda esta investigación, dentro de ello se ha considerado la constitución política del Perú, como la máxima norma que garantiza los derechos del consumidor, el código de protección al consumidor, estudios relevantes y legislación comparada, en esta sección, también se desarrollaran las categorías tales como la inseguridad jurídica, la relación de consumo y la adecuada verificación de los datos de los proveedores.

Los congresistas de la República (1993) promulgaron la constitución política del Perú, la misma que en su artículo 65º manifestó que el estado protege al consumidor salvaguardando sus intereses, y para efectivizar esa protección garantiza el derecho a la información acerca de los bienes y servicios que se pueden adquirir en un mercado. Enfatizando que también velará por la salud y la seguridad de la ciudadanía haciendo frente a cualquier problemática que ponga en peligro o riesgo a los consumidores. (p. 120)

Los congresistas de la república del Perú (2010) promulgaron la ley N° 29571, la misma que en su artículo II del título preliminar señaló que esta ley fue creada con la finalidad de que los consumidores puedan acceder a los productos y servicios idóneos, y que en adelante gocen de derechos y mecanismos eficaces que protejan y favorezcan al consumidor ante cualquier problemática, aunado a ello con este código se pretendió reducir la asimetría informativa y eliminar las prácticas que afectan los intereses del consumidor.

Los congresistas de la República del Perú (2008) promulgaron el decreto legislativo N° 1044 el mismo que en su artículo I señala que fue creado con la finalidad de reprimir cualquier acto o conducta de competencia desleal que concurren ya sea de manera directa o indirecta en los mercados.

Los legisladores de la República de España (2014) modificaron la ley de protección al consumidor a través de la ley 3/2014, la misma que en su artículo 1º manifestó que fue creada con la finalidad de regular la contratación electrónica sobre todo la compraventa de productos y servicios, estableciendo un régimen sancionatorio, obligaciones, y responsabilidades con las que deberán cumplir todos los espacios virtuales que actúan como intermediarios esto a fin de brindar mayor protección y seguridad jurídica al consumidor.

Los legisladores de la República de México (2018) promulgaron la ley NMX-COE-001-SCFI-2018, norma que tiene como finalidad reformar la ley federal de protección del consumidor a fin de requerir a los comerciantes que realizan ventas en línea, cumplan con las nuevas reglas dispuestas tales como fortalecer la seguridad, claridad de información sobre el producto, emitir un comprobante de pago y ajustarse a las condiciones establecidas en los diferentes aspectos regulados, ya esto brindará mayor protección a los consumidores en este ámbito y acrecentará el comercio electrónico.

Los especialistas de la junta de comercio y desarrollo de las naciones unidas (2015) señalaron que la protección al consumidor tiene como finalidad enmendar los

desequilibrios que puedan existir entre las diversas empresas y los consumidores en todos los ámbitos comerciales, recalando que uno de los sectores que más ha crecido es el comercio electrónico, sin embargo ello ha traído consigo una serie de problemas, entre ellas están las actividades fraudulentas, engañosas, que provienen de parte de los proveedores, ante ello consideraron que la legislación de protección al consumidor se debería indicar de manera específica los derechos del consumidor, obligaciones de los proveedores y las prácticas institucionales que deben primar en Internet, esto con la finalidad de limitar las conductas ilícitas y generar regímenes de autorregulación. (p. 10)

Alvears (2016) indicó que en el ámbito comercial existen asimetrías en las relaciones de consumo, las cuales deben ser corregidas generando una igualdad entre las partes. Tal es así, que considera que debería existir una responsabilidad por parte del estado para que instauren un marco legal que haga posible que los consumidores reciban una protección eficaz ante los diferentes abusos de los proveedores, entre ellas la falta de la información plenamente veraz, oportuna y transparente. También señaló que la libre competencia tiene como finalidad cautelar el interés de los consumidores en diferentes ámbitos del comercio. (pp. 817-820).

Carbajon (2015) manifestó que tras la hiperabundancia de información comercial como es la publicidad, la oferta y la demanda en las redes apareció un nuevo modelo de negocio que es adoptado por las plataformas intermediarias, las cuales son empresas que albergan gran cantidad de proveedores que ofrecen una diversidad productos y servicios que se encuentran a la venta. Son intermediarias porque su función es otorgarle un espacio virtual en la plataforma a cada proveedor, para que a diario inserte información publicitaria, que le permita dispersar los bienes y servicios de cualquier índole de tal manera que se facilite la contratación electrónica entre el proveedor y el consumidor. (p. 220)

Sánchez y Montoya (2016) señalaron que la inseguridad jurídica se cimienta en el riesgo percibido al realizar una compra vía online básicamente por la falta al deber de idoneidad, publicidad engañosa, falta de información acerca del producto, falta

de información acerca del proveedor, el cuidado de la privacidad de los datos de los consumidores, la seguridad en la transacción, entre otros factores. (p. 178)

Cortes, et Al. (2017) manifestaron que la verificación de la información de los usuarios en los espacios digitales como las redes sociales, el comercio electrónico es deficiente, ya que no se interesan por contrastar la legitimidad de la información proporcionada, puesto que todo queda en un simple registro, donde se le solicita al usuario crear una cuenta indicando sus datos personales como nombre, apellidos, ciudad, dirección, según como lo requiera cada página en específico, para lo cual se llena un formulario de registro indicando la información solicitada, luego le notifican al usuario sobre la creación de su cuenta y todo queda allí, ya que posterior a ello, no realizan ninguna verificación de la información registrada, razón por lo que se consideran necesario se exija que las plataformas revisen la información que les proporcionan con mayor profundidad. (p. 118)

Jordá y salinas (2015) señalaron que los proveedores que se dedican a la venta ilegal de mercancías como las medicinas, productos naturales, entre otros utilizan el internet como canal de compraventa, ante esta problemática los autores consideran que es importante la rápida actuación en la lucha y regulación contra el comercio ilegal de productos que ponen en riesgo la vida y la salud de las personas. Ante ello indicaron que es imprescindible se implementen nuevas herramientas que puedan combatir y prevenir el tráfico de las mercancías ilegales con persecuciones policiales tanto a nivel nacional como internacional.

Chow (2020) manifestó que el ámbito del comercio electrónico, se está denotando un alto crecimiento económico, sin embargo, este rubro comercial está afectando los derechos del consumidor, en tanto que existen proveedores que se crean perfiles con datos falsos utilizando nombres y direcciones ficticias, con la finalidad de filtrarse en algunas plataformas digitales para vender diversos productos falsificados, sin importar el daño que se le cause a los consumidores, exponiéndolos

a diferentes riesgos, y como alternativa para erradicar dicha falencia señaló que es necesario se requiera a todos los proveedores la licencia comercial. . (p.33)

Así mismo, se desarrollará los enfoques conceptuales que están asociados al tema de investigación, el comercio electrónico, la contratación electrónica, la publicidad engañosa, asimetría de la información, e idoneidad de los productos, que en adelante se desarrollaran paulatinamente.

Herreros (2019) expresó que el déficit normativo en el comercio electrónico, reposa en la necesidad de implementar marcos normativos que sean flexibles, que puedan adaptarse a los continuos cambios tecnológicos, que hagan posible el crecimiento del comercio online y brinden seguridad a los usuarios que participan de esta red de mercadeo. También, hizo énfasis en que las normas deben ser flexibles porque en este ambiente comercial los algoritmos que se utilizan cada vez son más sofisticados, que se tornan en una preocupación porque no se pueden controlar, y lo más conveniente para una sociedad es que la legislación que se implemente pueda adoptarse a los nuevos retos de la tecnología. (p. 39)

Sigmund (2018) definió el comercio electrónico como aquella compra y venta de productos y servicios que se realiza a través de diferentes medios electrónicos y/o tecnológicos que funcionan por medio del internet, en este nuevo mercado las transacciones se realizan de manera virtual, así mismo, señaló que existen 3 categorías de comercialización en el ámbito electrónico la primera categoría es la compra en línea donde los consumidores ordenan un producto y lo pagan a través del internet, la segunda categoría es de negocio a negocio donde las diferentes empresas pueden intercambiar los productos y servicios, la tercera categoría se enfoca en transacciones entre consumidores. (p. 363)

Nieto (2016) señaló que la contratación electrónica, es la nueva forma contractual que ha unido a consumidores y proveedores en los mercados virtuales desde diferentes plataformas, permitiéndoles comprar y vender productos y servicios, pues en este tipo de contratación las partes negocian con mucha facilidad sin importar

donde se encuentren, ya que el solo consentimiento del consumidor y comprador trasciende fronteras en los mercados electrónicos. (p. 63)

Zapata y Tejada (2016) señalaron que la publicidad engañosa es aquella que induce a error al consumidor, incluyendo diversos tipos de faltas como el fraude, la mentira, los vicios que traen consigo los productos y servicios, con la finalidad de atraer al consumidor para que adquiera un determinado producto o servicio, ante ello señalaron que aquí se incluyen todos los tipos de publicidad tanto tradicional como no tradicional, precisando que es importante trabajar la publicidad respetando los principios de integridad, veracidad y responsabilidad. (p. 232)

Moreno (2017) indicó que la asimetría de la información, es aquella que se evidencia cuando el consumidor y el proveedor no portan la misma información acerca de las características del producto, diferencias en el precio, sobrecostos al valor real del producto y servicio que se encuentra en venta, razón por la que se considera que la asimetría de la información es una falla que se encuentra inmersa en los mercados tanto físicos como virtuales que inducen a error a los consumidores ya que la información no es clara y suficiente.(p. 4)

Durand (2016) señaló que la idoneidad de los productos, consiste en la correspondencia entre lo que el proveedor publicita y lo que el comprador recibe, por lo que el proveedor está obligado a advertir anticipadamente los peligros y riesgos que puede causar en la salud y la seguridad, por este deber de idoneidad el vendedor debe garantizar el contenido del producto mostrando cada una de características y/o componentes en el envase, también está relacionada con veracidad de la publicidad y la originalidad de los productos. (p. 102)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

El presente trabajo de investigación se realiza a partir del enfoque cualitativo.

Hernández, et Al. (2014), manifestaron que el enfoque cualitativo parte de realidades que se van a descubrir, construir e interpretar, las cuales variaran según su forma y contenido de la muestra que se halla seleccionado, así mismo indicaron que este enfoque se caracteriza porque permite realizar planteamientos abiertos, no se utiliza la estadística para efecto de procesar la información o los datos, las investigaciones se realizan en ambientes naturales, se utiliza el método inductivo donde la aproximación temática parte de lo particular a lo general analizando diversas realidades subjetiva. (p. 10)

En el presente trabajo se utilizará el tipo de investigación básica.

Quezada (2010) manifestó que el tipo de investigación básica también es conocida como investigación pura o teórica, que se caracteriza por aportar conocimientos sin la intención de que esta sea aplicada de manera inmediata, asimismo señaló que este tipo de investigación tiene como objetivo realizar un aporte a las teorías ya existentes respecto a al tema de investigación. (p. 22)

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

Hernández, et Al. (2014) señalaron que el diseño de teoría fundamentada tiene como finalidad desarrollar una teoría nueva basada en datos empíricos, este diseño no solo se encierra en estudiar trabajos previos y teorías ya existentes sino que le permiten al investigador ahondar a mayor profundidad la problemática y establecer un complemento o una nueva teoría que coadyuve a erradicar la problemática existente, asimismo indicaron que este diseño se aplicará en áreas concretas como por ejemplo las ciencias sociales. (p. 472)

### 3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística

Tabla 1

*Categorías, subcategorías y matriz de apriorística*

Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
Inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación . Sánchez, J. y Montoya, L. (2016, p. 178)	Riesgos en las compras por internet Ramírez, y Jiménez. (2013, p. 150)	Adulteración de productos Chow (2020, p.2)	Publicidad engañosa López (2018, p.105)	Asimetría de la información Moreno (2017, p.4)	Estafas Gainsbury, Browne y Rockloff, (2019, p.1234).
Afectación de la relación de consumo en las plataformas digitales de intermediación . Los congresistas de la republica promulgaron la ley N° 29571. (2010. p,6)	Contratación electrónica Nieto (2016, p. 64)	Proveedor Cavero (2016, p. 35)	Consumidor Cavero (2016, p. 35)	Producto Los congresistas de la republica promulgaron la ley N° 29571. (2010. p,6)	Mercancía de dudosa procedencia. Catalán, et Al. (2016, p.5).
Verificación sobre los datos de los proveedores en las plataformas digitales de intermediación . Cortes, et Al. (2017, 126)	Registro de los proveedores en línea. Chow (2020, 33)	Identidad digital del proveedor. Santamaría (2015, p.17)	Registro único del contribuyente. Robles (2014 p, 219)	Antecedentes penales. Tavera, Oré, y Málaga, (2017, p. 36)	Antecedentes policiales. Tavera, Oré, y Málaga, (2017, p. 36)



### **3.3 Escenario de estudio**

En esta investigación el escenario de estudio está enfocado en estudiar la problemática que afrontan los consumidores que realizan compras de productos a través de las plataformas digitales intermediarias, tales como, Mercado libre Perú, Olx Perú, Amazon, Alibaba, Linio, etc, dentro del escenario de estudio también he considerado el instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual, como ente protector de los derechos del consumidor, especialistas en comercio electrónico, un proveedor, un consumidor y un abogado litigante, todos con conocimiento respecto de la problemática de estudio.

### **3.4 Participantes**

Hernández, et Al. (2014) manifestaron que la muestra en los estudios cualitativos puede variar en el tiempo, ya que el investigador podría en el futuro tomar en cuenta nuevas consideraciones, también señalaron que las muestras más usadas en estos estudios son las no probabilísticas, puesto que se le permite al investigador elegir la población a partir de las características que se requiera según la exigencia de la investigación. (p, 386)

En esta investigación se ha seleccionado 5 participantes, todos ellos con conocimiento en la problemática que se está investigando ya que ello contribuirá al desarrollo de este trabajo. A continuación, se detallará las características de cada participante.

Se consideró 1 participante que labora en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, especialista 2 en la comisión de protección al consumidor, tiene 3 años de experiencia en la materia, 1 abogado especialista en derecho penal, con conocimiento sobre la problemática, con 35 años de experiencia laboral, se desempeña como docente y abogado litigante, 1 especialista en administración y marketing digital que labora como administrador de su propia empresa, tiene 5 años de experiencia en la materia, y es un you tuber que reporta la problemática que ocurre al interno de diversas plataformas, 1 proveedor, que comercializa en diferentes plataformas digitales, tiene

7 años en el mercado, es comerciante formal y 1 consumidor de diferentes plataformas digitales intermediarias, con 10 años consumiendo en este entorno.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Troncoso y Amaya (2017) manifestaron que la entrevista es un instrumento de recolección de datos que por lo general se usa en estudios de enfoque cualitativo, está diseñado para que el entrevistador lo utilice con naturalidad ya que lo aplicará en un ambiente de conversación cotidiano con la población que él haya seleccionado. (p. 4)

Hernández, et Al. (2014) indicaron que la entrevista es una técnica que utiliza el investigador, y que se caracteriza por ser íntima, abierta y flexible, también la consideraron como una reunión entre el entrevistado y el entrevistador para intercambiar información acerca de un determinado tema de investigación, para ello indicaron que el investigador previamente se ha debido seleccionar una serie de preguntas. (p. 460)

Hernández, et Al. (2014) manifestaron que la entrevista semiestructurada, consiste en realizar una guía en base a preguntas respecto al tema de investigación, lo importante de este tipo de entrevista es que le permite al investigador realizar o hacer un pequeño recuento sobre el tema de estudio, inclusive le da la libertad al investigador de poder plantear preguntas que surjan en el momento con la finalidad de profundizar más la investigación. (p. 460)

### **3.6 Procedimientos**

Para elaborar este trabajo de investigación se escogió un problema latente en la coyuntura actual, relacionado con la normativa jurídica existente sobre derecho de protección al consumidor, también se realizó la búsqueda de artículos científicos de revista indexadas que fundamenten el tema de investigación, esta información se sacó de recursos digitales como scopus, Ebsco Hots, Dialnet, scielo, redalyc y google académico. Cabe mencionar que estos artículos se han citado tanto en la parte temática como en la parte metodológica durante el desarrollo del trabajo de investigación.

En lo que se refiere a la recolección de información, se ha elaborado una ficha de entrevista considerando cada uno de los criterios, la cual estará constituida por el título de la investigación, fecha, nombre del entrevistado, profesión u ocupación, objetivo del trabajo de investigación y preguntas relacionadas al tema de investigación.

### **3.7 Rigor científico**

Hernández, et Al. (2014), indicaron que para que el investigador realice un trabajo de calidad, a partir del enfoque cualitativo, debe cumplir con el rigor de la metodología de la investigación, tal es así que los criterios que evidencian dicho rigor son la dependencia que se aboca a la confiabilidad cualitativa donde el investigador tendrá que suministrar información detallada de las teorías, la credibilidad también conocida como la máxima validez, aquí el investigador captará a cabalidad el significado de las diversas experiencias de los participantes, la transferencia es realizada por el usuario donde calificará si la investigación es aplicada a su contexto y la confirmación se relaciona con la credibilidad tal es así que rastrea los datos en su fuente de información utilizada.

### **3.8 Método de análisis de información**

Varguillas (2006) indicó para efecto de realizar el análisis de información en los estudios de enfoque cualitativo se recomienda utilizar la herramienta computacional ATLAS.ti, que permite analizar el contenido de las fuentes de datos como son las entrevistas, las observaciones en el campo de trabajo, los documentos impresos y las grabaciones audiovisuales, también señaló que este programa implica cuatro etapas: 1) realizar la codificación de la información; 2) seleccionar la información de acuerdo a la categorización; 3) realizar la estructuración de una o más redes de relaciones entre las categorías; y 4) establecer la estructuración de hallazgos o teorización si fuere el caso, e indicó que durante estas etapas, el investigador debe asumir con la responsabilidad el procesamiento de la información, puesto que es el quien tendrá que interpretar lo que se observa, escucha o lee. (p. 75)

### **3.9 Aspectos éticos**

Timal y Sánchez (2017) señalaron que es relevante que el investigador cite cada una de las fuentes de la información que utilizó en la elaboración del trabajo de investigación y se evite utilizar las ideas propias de otros autores sin realizar el respectivo citado, ya que de no hacerlo se consideraría que la información es propia del autor que está realizando el trabajo de investigación, pues, esto obedece al respeto del derecho moral que le pertenece al autor así como a la prevalencia de la originalidad de lo que cada autor expresa, así como también esto coadyuvaría a evitar se cometa el plagio. (p. 66)

Rodríguez, et Al., (2020) indicaron que el consentimiento informado es un documento que será firmado de manera previa y voluntaria por quienes participaran en la investigación, ante ello hizo énfasis en que los participantes no solo deben expresar su voluntad de querer participar sino que se les pueda dar la posibilidad de decidir cómo hacer esa participación, al respecto destacó que este documento otorga una garantía a los participantes como al autor de la investigación ya que le será útil para presentar el trabajo. (p. 285)

Arias y Peñaranda (2015) señalaron que la ética en la investigación, se cimienta en las reglas y normas como por ejemplo los códigos de ética de la investigación, esto en atención a que el investigador debe estar comprometido en su calidad de sujeto moral ya que las investigaciones se deben fundamentar en principios morales, también señalan que la responsabilidad recae sobre el investigador puesto que es un sujeto autónomo para decidir sobre la información que utiliza en su investigación. (p. 449)

#### IV. RESULTADOS y DISCUSIÓN

Tabla 2

*Resultados de la categoría 1*

---

Categoría 1: Inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación.

---

**P 1:** La inseguridad en plataformas como MercadoLibre u OLX es evidente, puesto que hay incidencia de falsificaciones, publicidad engañosa, pero también en plataformas con muchos más filtros para los vendedores como “Linio”, hay productos falsificados o carentes de la calidad ofrecida, un ejemplo son los lentes para sol de la marca “Ray-Ban”. En cuanto a publicidad engañosa, también hay, un ejemplo es los “Black Fridays” o “Cybermondays”, así mismo se evidencia que en estas plataformas a pesar de que brindan un formato y reglas que debe tener un anuncio, siempre hay vendedores que buscan algún vacío en las reglas para poder omitir información relevante razón por la que considera que las plataformas como marketplaces si necesitan ser reguladas.

**P 2:** El comercio en plataformas digitales facilita situaciones como las falsificaciones, estafas y publicidad engañosa debido a la distancia física que existe entre el consumidor y el proveedor, y la posibilidad de no identificar correctamente a este, hace menos riesgoso para un mal proveedor recibir una sanción. Así mismo en el entorno digital, la facilidad para ocultar información es mayor, debido a que no se cuenta con la visibilidad el producto a adquirir. En consideración a ello si bien la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, brinda un marco genérico que resulta aplicable a cualquier manifestación de relación de consumo, lo cierto es que los medios digitales tienen sus propias particularidades, y exponen problemas propios razón por la que si debería existir una norma que regule este sector del comercio.

**P 3:** En las diferentes plataformas intermediarias que venden productos, se observa mucha inseguridad, porque hay proveedores que venden productos haciendo uso de la publicidad engañosa como por ejemplo “el batido natural de

maca negra” donde el Dr. Ángel Breña aducía que este producto previene el coronavirus, lo que también ocurre con otros medicamentos con propiedades milagrosas, venden productos falsificados, imitaciones, algunos proveedores se crean perfiles falsos y aprovechan estos medios para cometer delitos como estafas, fraudes, y lo hacen precisamente porque no hay un responsable directo ya que cualquiera puede crear una cuenta tomando los datos de otra persona natural o jurídica, en vista de ello si es necesaria la regulación de las plataformas digitales, ya que a la actualidad se están vulnerando de diferentes maneras los derechos del consumidor en ese ámbito del comercio.

**P 4:** Si hay incidencia de proveedores que se dedican a estafar, a vender productos falsificados, inclusive no muestran sus verdaderas características del producto tal es así que en la publicidad ofrecen un producto altamente calificado, sin embargo, cuando el consumidor recibe lo que ha comprado no siempre coincide con el producto ofrecido, es por ello que si es necesario que se regulen las plataformas digitales intermediarias para que de esa manera se pueda tener las reglas claras en el comercio electrónico, y por consiguiente se pueda frenar las diferentes irregularidades que ocurren en proceso de compra.

**P 5:** En las plataformas digitales intermediarias si hay incidencia de falsificación de productos donde algunos proveedores no brindan información adecuada, a veces no cumplen con las condiciones que publicitan, cometen estafas, fraudes ya que en varias ocasiones se han seguido casos por estos delitos, donde muchos consumidores han salido perdiendo su dinero porque no se ha logrado identificar al proveedor, y esto ha ocurrido precisamente porque no se podido dar con la verdadera identidad de los proveedores. Es por ello que, si es necesaria la regulación, sobre todo para llevar un mejor control en las ventas que se realizan a través de estos medios digitales, ya que al interno ocurren problemas muy particulares que no son suplidos por otras normas, y muchos aspectos han quedado en el vacío.

Tabla 3

*Resultados de la categoría 2*

---

Categoría 2: Afectación de la relación de consumo en las plataformas digitales de intermediación.

---

**P 1:** Si se ve afectada la relación de consumo, pues lamentablemente en el caso de Perú los consumidores se han acostumbrado a la informalidad, incluso en las plataformas digitales no hay un debido proceso de compra, tal es así que en algunas ocasiones se cometen fraudes, que por cierto se dan en una menor cantidad en los “Marketplace”, pero no son nulos como sería lo ideal. También se ha observado que en los entornos digitales a la fecha no hay control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia, sobre todo con celulares o con imitaciones que son las más difíciles de probar en una plataforma en línea en el país, ya que las políticas de devolución se encuentran muchas veces condicionadas a tiempos cortos o al empaque intacto del producto.

**P 2:** No se ve afectada la relación de consumo puesto que existe una tendencia creciente hacia el comercio electrónico en general debido a la mayor seguridad que pueden proveer los propietarios de plataformas de e-commerce hacia sus usuarios. No obstante, aún hay una brecha de resistencia al empleo de estas plataformas, y ello en gran medida se debe a la desconfianza propia de la compra a ciegas. Sin embargo, si es necesario que exista un monitoreo de estas plataformas para impedir la comercialización de productos manifiestamente ilegales, en cuyo caso, deberá ser el propio dueño de la plataforma quien debe encargarse de ello, también se requerirá la actuación de la autoridad del estado para declarar la ilicitud de un producto, y poder bloquear en las plataformas la continuación del comercio de dichos productos.

**P 3:** Si se ve afectada la relación de consumo debido a que el consumidor no conoce al proveedor, y tampoco conoce a ciencia cierta las características y el estado del producto, es por ello que muchas veces se ven limitados a creer en la

información que publicitan ya que esta puede o no ser cierta. Así mismo considera que se debería realizar un mayor control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia, sobre todo en plataformas intermediarias, ya que estas muchas veces se prestan para que reducidos de objetos robados, tengan cabida para comercializar puesto porque no se verifica su procedencia como es el caso de las cosas usadas, las medicinas, productos médicos que se venden sin registros sanitarios que podrían causar daño.

**P 4:** La relación de consumo no siempre se ve afectada porque hay consumidores que si están conformes con los productos que compran ya que han cumplido con sus expectativas y vuelven a seguir comprando. Así como también hay casos donde los consumidores están disconformes con las compras que han realizado, porque tal vez le compraron a un mal proveedor que los engañó o los estafó. Considera que sí se debería ejercer un mayor control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia, puesto que en reiteradas ocasiones algunos proveedores venden productos de contrabando, productos de venta restringida como las medicinas, los pirotécnicos entre otros, y continúan comercializando porque algunas plataformas no se toman la molestia de verificar ni siquiera el rubro comercial.

**P 5:** si se ve afectada la relación de consumo precisamente porque el consumidor no tiene contacto directo con el producto, y muchas veces el producto no cumple con las expectativas que se esperaban. Sumado a ello algunos proveedores se aprovechan de esta situación porque saben que no existe el control correspondiente y que es difícil lograr que se les sancione. También considera que debería haber un mayor control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia, ya que hoy en día el comercio electrónico es un canal que facilita la venta de este tipo de mercancías, precisamente porque no existe una verificación de los comerciantes que ingresan a vender a estos espacios digitales, cada proveedor puede vender el producto que quiera y no es fiscalizado por ningún ente privado ni público, ya que lo único que importa en este ámbito es que el proveedor venda y pague la comisión a la empresa intermediaria.



Tabla 4

*Resultados de la categoría 3*

---

Categoría 3: Verificación previa sobre los datos de los proveedores en las plataformas digitales de intermediación.

---

**P 1:** No se realizan una adecuada verificación de los datos de los proveedores, un ejemplo claro es el intento de MercadoLibre por querer tener una “blacklist” de sus compradores y vendedores, para evitar fraudes, pero lo único que hacen es pedir el un número del documento de identidad y un número telefónico, pero esta información jamás es verificada, es por eso que es una gran oportunidad para que los delincuentes cometan fraude. Por ello considera que, si es importante conocer la identidad del proveedor, exigir requisitos como DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, RUC y licencias en determinadas mercancías que es algo que ya lo hace Linio, a excepción de los antecedentes policiales, en esta plataforma se exige que los proveedores tengan un RUC, muestren lista de productos completa con especificaciones y más documentos de índole personal.

**P 2:** No necesariamente se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores gracias a una presunción de veracidad que tienen las plataformas con sus usuarios vendedores, esto debido a que son ellos quienes están en mejor posición de brindar datos personales auténticos, y que a la par facilita el flujo comercial. El comercio electrónico, en general, no debe estar supeditado a un control previo por parte de las plataformas a través de las cuales se lleva a cabo ya que ello implicaría desconocer que su flujo normal. Sin embargo, es importante que el consumidor conozca a qué proveedor está adquiriendo sus productos o servicios, puesto que, a efectos de ejercer su derecho de acción, es necesaria la identificación del proveedor denunciado y/o demandado.

**P 3:** La mayoría de plataformas intermediarias no realizan ninguna verificación sobre los datos de los proveedores, solo se limitan a que los usuarios llenen un

formato que tiene carácter de declaración jurada, posterior a ello no hay ninguna verificación, esto se presta para que proveedores inescrupulosos usen datos de personas naturales o jurídicas con la finalidad de cometer actos ilícitos. Ante ello si es importante conocer la identidad del proveedor, porque daría seguridad a los consumidores y si más adelante se tuviera algún problema con el producto se podría dirigir de manera directa al proveedor a efecto de realizar algún reclamo. Así mismo el hecho de exigir a un proveedor requisitos como el DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, RUC y licencias, efectivamente evitaría las estafas, y haría posible que los comerciantes se formalicen.

**P 4:** La verificación de la data de los proveedores en las plataformas digitales es deficiente, ya que a la actualidad la mayoría de las plataformas solo piden que se llene formularios que no son contrastados documentariamente, tanto que se considera como real todo lo consignado por el proveedor. Ante ello sí es importante conocer la identidad del vendedor puesto que permite saber a quién se le está comprando, y a la par brindaría un poco de seguridad en la compra si se tuviera que presentar algún reclamo. Consideró que el hecho de exigir al proveedor DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, RUC y licencias en determinadas mercancías es una buena medida puesto que brindaría mayor seguridad y garantía en las compras a los consumidores.

**P 5:** No se realiza una una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores en estas plataformas, puesto que solo les importa asegurarse que se realice la venta, este accionar de las plataformas es pésimo porque no verifican a profundidad los datos del proveedor, lo que ha traído como consecuencia que muchos proveedores creen perfiles falsos para estafar. Ante ello indicó que sí es importante conocer la identidad del proveedor y que INDECOPI debería incidir presionando a las plataformas para que exijan a los proveedores que cuenten con una identificación, características de productos, razón social, se les debería exigir que tenga RUC las personas naturales que realizan una actividad comercial, al igual que las personas jurídicas las cuales deben mostrar su constitución y sus licencias que hagan saber a los consumidores que son proveedores confiables.

Figura 1

Red de categorías y subcategorías

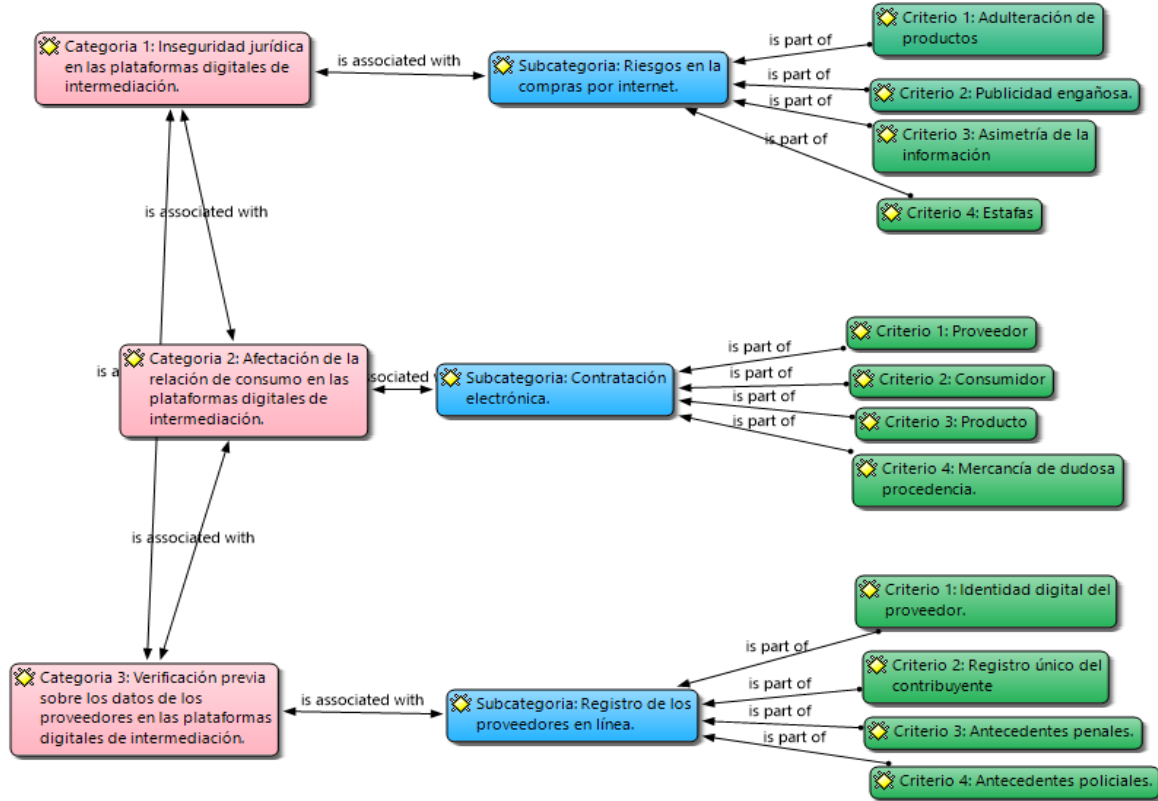


Figura 2

Nube de palabras



El presente capítulo tiene como finalidad discutir las coherencias, las contradicciones de los datos obtenidos de la entrevista aplicada a los 5 participantes conocedores del problema de estudio de esta investigación, así como también se va a comparar y contrastar los resultados con los antecedentes o trabajos previos y las teorías consignadas en el marco teórico.

Los entrevistados DPH, CSC, ZNN, JPMSL y JABI concuerdan en que si se debería regular las plataformas digitales intermediarias, ya que pese a que existe una ley de protección al consumidor y autorregulaciones estas no protegen a cabalidad, precisamente, porque este rubro implica una nueva forma de contratar y advierte la concurrencia de problemas especiales de tal manera que, regular este sector del comercio contribuirá a que las ventas se realicen de manera segura, y presionaría a las plataformas para que fiscalicen a los proveedores que ingresan a sus plataformas aspecto que coadyuvaría a erradicar la inseguridad jurídica existente.

Al respecto las opiniones de los entrevistados discrepan con el estudio realizado por Ayala (2017) puesto que este consideró que no se debería esperar a que el Estado legisle todos los ámbitos del comercio, sin embargo si respalda que se deberían fortalecer los órganos dándoles facultades para conocer y perseguir los atentados contra los derechos del consumidor, crear mecanismos que solucionen las controversias entre proveedores y consumidores, se estimule el desarrollo de los códigos de conducta, autorregulación y se promuevan programas de educación para con los consumidores. Los entrevistados distan de la opinión de este autor, puesto que todas las plataformas se autorregulan, sin embargo, estas no tienen esa voluntad propia de cumplir con las reglas que ellas mismas establecen, razón por la que consideran necesaria la existencia una norma que presione a las plataformas digitales para que cumplan con brindar mayor protección a los consumidores.

Las opiniones de los entrevistados coinciden con la teoría de los especialistas de la junta de comercio y desarrollo (2015) puesto que, consideraron que ante los problemas que se vienen manifestando en el rubro del comercio electrónico, entre ellas las actividades fraudulentas, engañosas, que provienen de parte de los

proveedores, es necesario que la legislación de protección al consumidor se amplié, de tal manera que establezca específicamente los derechos del consumidor, las obligaciones de los proveedores y las prácticas institucionales que deben primar en Internet, con la finalidad de limitar las conductas ilícitas y de generar regímenes de autorregulación por parte de las plataformas.

Considero, que, ante la tendencia de crecimiento del comercio electrónico, y la inseguridad existente en este ámbito comercial, si se necesita una regulación que establezca las reglas claras y que trabaje en conjunto con políticas públicas y privadas que hagan más viable la aplicación de esta norma. Puesto que a la fecha se ha visto que a pesar de que las plataformas tienen sus propias reglas y condiciones la mayoría no las cumplen, tampoco se preocupan por verificar que los proveedores vendan los productos permitidos por la plataforma y la ley, pareciera que solo les interesa recibir las comisiones de las ventas, sin importarles que se vulneren los derechos del consumidor y que se afecten la libre competencia. Ante ello, considero que el Perú debería tomar como referencia el avance de países como España, México que cuentan con una norma que regula el comercio electrónico y que ha aportado en el crecimiento de la economía y la protección al consumidor.

Los entrevistados DPH, CSC, ZNN, JPMSL y JABI concuerdan en que si existe inseguridad jurídica en las plataformas digitales, la cual se manifiesta a través de la venta de productos falsificados, en varias ocasiones no se venden los productos publicitados porque muestran información ajena a su contenido real, hay alta incidencia de publicidad engañosa, estafas y fraudes, lo cual es un gran problema en casi todas las plataformas con o sin filtros de seguridad, y como al utilizar identidades falsas no se les puede identificar de manera directa a los proveedores que realizan estas prácticas, se aprovechan de esta situación porque no se les puede sancionar.

De la misma manera, coinciden con el estudio realizado por Lázaro y Ramírez (2019) en el cual señalaron que se vulnera la seguridad jurídica en el rubro del comercio electrónico, y que los aspectos que acrecientan la vulneración, son la

información asimétrica donde las partes no manejan la misma data respecto al producto que se publicita, existe incumplimiento del deber de idoneidad ya que muchas veces el consumidor recibe un producto o servicio que no se ajusta a las características que debería contener, ante esta situación indicaron que es necesario instaurar un marco normativo que brinde seguridad jurídica a los consumidores en el comercio electrónico.

En el mismo orden de ideas los entrevistados concuerdan con el estudio realizado por López (2018) en el cual indicó que en ámbito publicitario de la venta de productos, la decisión de elección de los consumidores se encuentra viciada, puesto que la publicidad engañosa está induciendo demasiado en error a quienes receptionan la información, ya que muchas veces se tiene una falsa percepción de la esencia de los productos, tal es así, que la publicidad engañosa se ha convertido en una de las más grandes amenazas de los mercados que atentan contra los derechos del consumidor.

En lo referente a la inseguridad jurídica los entrevistados coinciden con la teoría de Chow (2020) puesto que, este autor indicó que el ámbito del comercio electrónico se está afectando los derechos del consumidor, en tanto que existen proveedores que se crean perfiles con datos falsos utilizando nombres y direcciones ficticias, realizan estas prácticas con el afán de filtrarse en algunas plataformas digitales para vender diversos productos falsificados, sin importar el daño que se le cause a los consumidores, exponiéndolos a diferentes riesgos. Tal es así que a la primera señal de problemas desaparecen y vuelven a crear otra cuenta para seguir delinquiendo, aspecto que ha incrementado la inseguridad en las plataformas.

Considero que realizar compras a través de medios electrónicos, acarrea ciertos riesgos, que ocurren porque existe ese distanciamiento físico entre las partes, aspecto que no le permite principalmente al consumidor saber con certeza si el producto que está comprando realmente existe, y si sus características coinciden con lo que exhibe el proveedor en página web, o talvez adolece de algún defecto, incurre en publicidad engañosa, pues, en conjunto estos son algunos aspectos hacen que el consumidor pueda ser estafado en las compras que realizan a través

de estos medios. También es preciso reconocer que el comercio electrónico ha traído consigo muchas ventajas que le han permitido al consumidor traspasar fronteras para realizar sus compras, siempre poniendo en práctica las recomendaciones dadas por Indecopi y siendo consumidores diligentes.

Los entrevistados DPH, CSC, ZNN y JABI coinciden en que si se ve afectada la relación de consumo porque existen ciertas barreras y limitaciones que le impiden al consumidor conocer a profundidad un producto, ya que en las plataformas es el proveedor quien se encuentra en una posición de dominio, porque es este quien decide qué tipo de información mostrar, lo cual pone en desventaja al consumidor porque en los espacios digitales no se tiene contacto directo con el proveedor y el producto.

Respecto a la relación de consumo el entrevistado JPMSL discrepa con los anteriores participantes puesto que considera que la relación de consumo no se ve afectada ya que en los entornos digitales existen proveedores que, si cumplen con mostrar información veraz, y que una muestra de que no hay afectación es que el comercio electrónico se encuentra en una tendencia de crecimiento.

La opinión de los 4 primeros entrevistados coincide con el estudio de Vásquez (2018) en el cual señaló que los contratos electrónicos vulneran los derechos del consumidor, porque los consumidores no obtienen a cabalidad la información respecto a las características y al precio final del producto que desean adquirir. Ante ello consideró que la Ley N° 29571 debería proteger a los consumidores en las compras en línea de tal manera que en la normativa referida se deberían establecer los términos y condiciones de la negociación en las tiendas por internet.

Los 4 primeros entrevistados coinciden con la teoría de Alvears (2016) en la cual indicó que en el ámbito comercial existen asimetrías en las relaciones de consumo, donde se puede evidenciar los diferentes abusos de los proveedores, entre ellas las faltas de la información plenamente veraz, oportuna y transparente, razón por la que considera necesario que estas falencias sean corregidas generando una igualdad entre las partes. Así mismo, incide en que el estado debería preocuparse por

instaurar un marco legal que haga posible que los consumidores reciban una protección eficaz en todos los ámbitos del comercio.

Considero que las relaciones de consumo en el ámbito digital si están siendo afectadas porque no todos los proveedores muestran información clara y veraz respecto a los productos que venden, este aspecto hace que muchos consumidores realicen compras y no estén conformes, es más algunos por la cantidad de dinero invertido en el producto ni siquiera reclaman porque consideran que es engorroso el proceso de reclamación y lo dejan como si nada hubiera pasado.

Los entrevistados DPH, CSC, ZNN, JPMSL y JABI coinciden en que si se debería llevar un mayor control sobre la venta de mercancía de dudosa procedencia, ya que a la actualidad se ha evidenciado que las diferentes plataformas no han realizado esfuerzos por fiscalizar las mercancías que venden sus proveedores, y tampoco han mostrado mayores esfuerzos por retirar ciertas mercancías de tratamiento especial que no se deberían vender libremente como es el caso las medicinas.

Los entrevistados concuerdan con el estudio de Catalán, et Al. (2016) en el cual dieron a conocer que la venta ilegal de medicamentos y fármacos a través de páginas web, es un gran problema que debe ser combatido urgentemente, estos autores señalaron que en Europa se ha implementado un proyecto llamado Fakeshare que se ha llevado a cabo con el apoyo de entes públicos y privados sin embargo su buen funcionamiento también obedece a la concientización de la población respecto a la problemática.

Respecto a la venta de mercancía de dudosa procedencia, los entrevistados coinciden con la teoría de los Jordá y salinas (2015) en la cual señalaron que los proveedores que se dedican a la venta ilegal de mercancías como las medicinas, productos naturales, entre otros utilizan el internet como canal de compraventa, ante esta problemática los autores consideran que es importante la rápida actuación en la lucha y regulación contra el comercio ilegal de productos que ponen en riesgo la vida y la salud de las personas. Ante ello indicaron que es imprescindible se



implementen nuevas herramientas que puedan combatir y prevenir el tráfico de las mercancías ilegales con persecuciones policiales tanto a nivel nacional como internacional.

Considero que las diferentes plataformas intermediarias no llevan un control adecuado sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia un claro ejemplo de ello es la venta de medicinas que las misma plataformas lo prohíben, sin embargo permiten su venta, lo mismo sucede con productos que son imitaciones, productos usados, pues, a la fecha no se realiza una fiscalización por parte de las plataformas hacia los proveedores, aspecto que está generando un perjuicio para los consumidores y los comerciantes legales.

Los entrevistados DPH, CSC, ZNN y JABI coincidieron en que no se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores puesto que las plataformas no contrastan la información dada por el proveedor, simplemente se limitan al llenado de un formulario, acto que ha perjudicado directamente a algunos consumidores ya que existen proveedores que se creen perfiles falsos para cometer actos delictivos. Razón por la que consideran relevante conocer la identidad del proveedor, y que se les exija requisitos como DNI, RUC, licencias y antecedentes, ya que ello permitiría tener un responsable directo ante cualquier problemática que ocurra de tal manera que los consumidores podrían ejercer con mayor facilidad su derecho de acción ya sea para demandar o denunciar por cualquier desavenencia.

En cuanto a la verificación de datos de los proveedores el entrevistado JPMSL discrepa con los anteriores participantes puesto que señala que el hecho de que no se realice una verificación de los datos de los proveedores se encuentra respaldado por el principio de presunción de veracidad, y que en parte esta práctica ha contribuido a que se facilite el comercio electrónico y no se ralentice. Los entrevistados DPH, CSC, ZNN y JABI discrepan en parte con el estudio que realizaron Sánchez y Montoya (2017) en el cual señalaron que la confianza es un elemento fundamental en las compras que se realizan a través de los canales del comercio electrónico y otros factores más influyentes en ella son la reputación del proveedor, el riesgo que se halla percibido, la privacidad de los datos ingresado, la

seguridad en la transacción que se va realizar y el género del comprador. El punto de discrepancia índice en que entrevistados consideran que más que la confianza y todos los factores estipulados, es necesario conocer la identidad del proveedor porque ello brindaría mayor seguridad al consumidor y se tendría certeza de la existencia de la persona con la que se está contratando, razón por la que consideran que es más importante conocer la identidad de los proveedores que darle prevalencia a la confianza, porque solo así se realizarían compras seguras.

Al respecto los 4 primeros entrevistados coinciden la teoría de Cortes, et Al. (2017) en el cual señalaron que la verificación de la información de los usuarios en los espacios digitales como en el comercio electrónico es deficiente, ya que las plataformas que no se interesan por contrastar la legitimidad de la información proporcionada, puesto que todo queda en un simple registro, donde se le solicita al usuario crear una cuenta indicando sus datos personales como nombre, apellidos, ciudad, dirección, según como lo requiera cada página en específico.

Considero que las plataformas digitales no se preocupan por recabar mayor información de los proveedores que ingresan a las plataformas digitales, simplemente se limitan a creer en la información que les proporcionan, lo cual es un tanto riesgoso porque no se sabe si la información es real. Así mismo, considero que es de primordial importancia conocer la verdadera identidad del proveedor porque ello daría certeza de saber a quién se le está efectuando la compra y si en adelante se tuviera que hacer algún reclamo se sabría contra quien accionar, sumado a ello el hecho de exigir requisitos como DNI, RUC, antecedentes y licencias darán mayor seguridad jurídica a las compras en línea.

## V. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las entrevistas aplicadas a los 5 participantes se tienen las siguientes conclusiones:

Se pudo determinar que si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor, ya que Ley N° 29571, no protege del todo a los consumidores que realizan sus compras en línea, puesto que este nuevo sector del comercio expone particularidades y problemas propios que necesitan una regulación especial, en la cual se deben incorporar exigencias hacia las plataformas y los proveedores dentro de las cuales deberían exigirse que se identifiquen de acuerdo a su DNI, que cuenten con un RUC antes de iniciar sus actividades comerciales, que muestren sus antecedentes penales y policiales, licencias en determinadas mercancías y una lista completa de productos a la venta, información que deberá estar sujeta a una verificación por parte de las plataformas y por parte de la INDECOPI que es el ente protector del consumidor, para de esa manera contribuir a que las compras en las plataformas digitales sean seguras.

Se pudo demostrar que si existe inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias, ya que hay incidencia de adulteración o falsificación en diferentes productos, existe publicidad engañosa, asimetría de la información donde el proveedor y el consumidor no siempre manejan la misma información, estafas por parte de proveedores que usan direcciones falsas y como es difícil identificarles se aprovechan de esta situación porque no se les puede imponer una sanción, estos son algunos aspectos en cuales se ha materializado la inseguridad jurídica que a la actualidad sigue siendo una problemática latente en plataformas con o sin filtros de seguridad, lo que ha generado que se vulneren los derechos del consumidor.

Se pudo verificar que la relación de consumo si se ve afectada en las compras que se realizan a través de plataformas digitales intermediarias, ya que el consumidor se ve limitado a creer en la información que le proporcionan los proveedores donde no siempre cumplen con vender productos publicitados, porque lamentablemente en los espacios digitales no se tiene esa disponibilidad de poder conocer de cerca

el producto y poder emitir un juicio antes de comprar. Del mismo modo, esta relación también se ha visto afectada porque a la fecha las plataformas siguen publicitando la venta de mercancías de dudosa procedencia, sobre las cuales no se realiza un adecuado control, lo cual está perjudicando directamente a los consumidores porque adquieren productos riesgosos e ilegales.

Se pudo constatar que no se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias, puesto que estas empresas se limitan a solicitar información que no es contratada documentariamente, lo cual se considera riesgoso, porque el hecho de no validar la información de los proveedores se presta para que se realicen actos ilícitos, donde algunos proveedores se crean perfiles falsos, tomando datos de personas naturales o jurídicas con la finalidad de estafar. Razón por la que consideran importante conocer la identidad real de los proveedores, exigirles requisitos como el DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, RUC y licencias en determinadas mercancías ya que ello brindaría mayor seguridad en las compras a los consumidores y ayudaría a que los comerciantes se formalicen.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Teniendo en cuenta las conclusiones a las que se ha llegado en la presente investigación, se propone las siguientes recomendaciones con la finalidad brindar una mayor protección a los consumidores que realizan compras en línea.

Deberían crearse organismos fiscalizadores por parte de Indecopi, la Divindat y las plataformas digitales para que se encarguen exclusivamente de monitorear y verificar las publicaciones que se realizan en los espacios virtuales, a fin de que se pueda identificar a los proveedores que realizan actos que afectan los derechos del consumidor, y como consecuencia de ello se proceda a dar cuenta a las autoridades competentes y a las plataformas para bloqueen esos usuarios y les impongan las sanciones respectivas.

Se deberían implementar proyectos como el Fakeshare europeo en los que participen entes públicos y privados como los marketplace, ASPEC, Indecopi y Digemid con la finalidad de concientizar a la población a través de campañas de difusión masiva, que adviertan la gravedad y los riesgos que acarrea adquirir y consumir productos de dudosa procedencia.

Indecopi debería formalizar convenios con las plataformas digitales con la finalidad de salvaguardar los derechos del consumidor en el entorno digital, y de esa manera se pueda sancionar y bloquear con mayor facilidad a los usuarios que se dedican a realizar prácticas comerciales engañosas e ilegales tanto a nivel nacional como internacional.

Se debería plantear la viabilidad de regular el comercio electrónico en general, de tal manera que se incluya como un título más la ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, la cual deberá señalar como aspectos primordiales la obligación de informar las características de los productos y servicios, exigir la identidad del proveedor, licencias, comprobantes de pago, especificar la dirección del estableciendo del vendedor, señalar de manera clara los precios, especificar los procedimientos de devolución, brindar garantías legales, exigir los medios de pago

existentes, y establecer un régimen sancionatorio tal como lo han realizado países como México y España.

## REFERENCIAS

- Alvear, J. (2016). Consumidor y empresario: ¿relaciones jurídicas conflictivas? hacia una concepción relacional del derecho del consumidor. *Revista Chilena de Derecho*, vol. 43 Nº 3, pp. 813 – 848. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372016000300003>
- Arias, S. y Peñaranda, F. (2015). La investigación éticamente reflexionada. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 33 (3), 444-451. <http://dx.doi.org/10.17533/udea.rfnsp.v33n3a15>
- Arrieta, R., Marún, K., y Sayas R. (2018). Del desconocimiento a la vulnerabilidad jurídica: análisis de la protección efectiva de los derechos de los consumidores en la costa Caribe colombiana. *Estudios Socio-Jurídicos*. 20 (2), 77-102. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/sociojuridicos/a.6009>
- Ayala, M. (2017). *La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura. Repositorio Institucional Pirhua. <https://pirhua.udep.edu.pe/discover>
- Catalán, D., González, N., Pecharroman, H., Fernández, A., Bentolila, S., y Ibarra, M. (2016). Los medicamentos falsificados en internet y el proyecto europeo fakeshare: experiencias y actuaciones en España. *Salud Pública*, 90, 1-14. <http://scielo.isciii.es/pdf/resp/v90/1135-5727-resp-90-e20005.pdf>
- Carbajo, F. (2015). Delimitación de la responsabilidad de los servicios de intermediación de la sociedad de la información. *Iustitia*, 217-263. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5979043>
- Cavero, E. (2016). ¿Efecto dominó o efecto mariposa? El (distorsionado) concepto de consumidor protegido en el derecho peruano. *Ius Et Veritas*, 53, 34-47. <https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201701.002>

Chow, D. (2020). *Alibaba, Amazonia y falsificación en la era de internet*. Documento de trabajo de derecho público del estado de Ohio N° 497, Publicado: 23 agosto de 2019, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3441110](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3441110)

Congreso de la República del Perú. (2010, 2 de setiembre). *Código de protección y defensa del consumidor. Ley N° 29571*. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29571.pdf>

Congreso de la República del Perú (1993. 31 de agosto). *Constitución política del Perú de 1993*.

Congreso de la república del Perú (2008. 26 de junio). *Decreto legislativo 1044*. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/leyrepressioncompetenciadesleal.pdf>

Congreso de la república de España (2014. 27 de marzo). *Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios. Ley 3/2014*. <https://www.boe.es/boe/dias/2014/03/28/pdfs/BOE-A-2014-3329.pdf>

Congreso de la república de México. (2018). *Comercio electrónico – disposiciones a las que se sujetarán aquellas personas que ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios*. NMX-COE-001-SCFI-2018 <https://i2t9i4b7.rocketcdn.me/wp-content/uploads/2019/05/NMX-COE-001-SCFI-2018-1.pdf>

Cortes F., Herrera A., Ramírez., M., Rodríguez., A., Martínez., R y Parra., J. (2017). Después de presionar el botón enviar, se pierde el control sobre la información personal y la privacidad: un caso de estudio en México. *Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacion*. 21, 115-128. <http://dx.doi.org/10.17013/risti.21.115-128>

Durand, J. (2016). El código de protección y defensa del consumidor, retos y desafíos para la promoción de una cultura de consumo responsable en el Perú.



*Actualidad Mercantil*, 4, (94-135)  
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/actualidadmercantil/article/view/14958>

Gainsbury, S., Browne, M. y Rockloff, M. (2019). Identificando lo arriesgado de utilizar Internet: Asociando la experiencias negativas en línea con comportamientos específicos en línea. *Nuevos medios y sociedad*, 21 (6), 1232-1252. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444818815442>

Giova, S. (2017). Las ventas online después de la transposición de la directiva sobre derechos de los consumidores en algunos países europeos. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, 6, (134-150).  
<http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/58726/134-150.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, R., Fernández. R., y Baptista. P. (2014). *Metodología de la investigación*, (6ta edición). Editorial Interamericana Editores, S.A. de C.V.  
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herreros, S. (2019). *La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales: Algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe*, (1-47).  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/1/S1900451\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/1/S1900451_es.pdf)

Huancachoque, G. R. (2018). *El perfeccionamiento de la venta de productos y servicios ofertados por medios electrónicos y el cumplimiento de las condiciones de oferta* (tesis de pregrado). Universidad Andina de Cusco. Repositorio digital. <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1932>

Jordá, C y Salinas, A. (2015). El tráfico ilícito de medicamentos: Un nuevo mercado ilegal para el crimen organizado. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*. ISSN 1695-0194 - <http://criminet.ugr.es/recpc>

Los especialistas de la Junta de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas. (2015, 14 de enero). *Ciberlegislación y regulación para promover el comercio electrónico: estudios de casos y análisis de experiencias*. [https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciim5d2\\_es.pdf](https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciim5d2_es.pdf)

Lázaro, S. D. y Ramírez, P. S., (2019). *Causas de la inseguridad jurídica en el comercio electrónico: información asimétrica, incumplimiento del deber de idoneidad y publicidad engañosa* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Repositorio Institucional UNITRU. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/12432>

Legisladores de la republica de España (200. 12 de julio). *Ley 34/2002*. [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/l34-2002.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l34-2002.html)

López, J. (2018). La protección constitucional del consumidor frente a la publicidad engañosa. *Revista de ciencias sociales*, 6 (1), 94-107. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.209>

Lopez, D. (2016). La autorregulación del comercio electrónico en Chile. *Revista Boliviana de Derecho N° 21, Enero 2016. pp. 174-209*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5290721>

Manzur, S., Rojas, L., Balcázar, A., y Rodríguez, A. (2020). Choque del paradigma en el uso sobre el comercio tradicional vs comercio electrónico en México. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. Edición Especial. N° 9, (1-29)*. <http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas>

Marceda, T., Vieira, W., Mendonça, A., Kudlawicz, C., y Pereira, C. (2020). *Comportamiento del cliente en línea: percepciones sobre los tipos de riesgos incurridos a través de compras en línea, N° 13*. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-0389-4>

- Moreno, G. (2017). El estatuto del consumidor como forma de corregir la asimetría de la información en la adquisición de productos o servicios en páginas web en Colombia. *Revista de Derecho Comuniones Nuevas Tecnologías*, 17, (1-35). <http://dx.doi.org/10.15425/redecom.17.2017.10>
- Nieto, P. (2016). El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual. *Foro Jurídico*, N° 15, (54-76). <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/19835>
- Pérez, L. (2018). *El comercio electrónico de obras plásticas: aproximación a una realidad en cuba*. Anuario da la Facultad de Derecho da Universidad da Coruña, 22, (214-232) <https://doi.org/10.17979/afduc.2018.22.0.5184>
- Quezada, N. (2010). Metodología de la investigación. Lima, Perú: editorial Macro. <https://www.buscilibre.pe/libro-metodologia-de-la-investigacion-con-cd-edicion-2010/9786124034503/p/46761833>
- Ramírez, D. y Jiménez, W. (2013). Percepción de riesgo y compras por internet: Su relación con la personalidad y el tipo de producto. *Suma Psicológica*, 20 (2), (147-161). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134229985002>
- Reyes, M. (2018). El principio constitucional de protección de los derechos de los consumidores y usuarios. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, 10, (366-399). <https://idibe.org/wp-content/uploads/2019/08/366-399.pdf>
- Rivera, P. M. (2018). *La Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, en el Ordenamiento Jurídico de la República Dominicana, a partir de la Ley No. 358-05* (tesis de doctorado). Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea. Repositorio Institucional. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/26691/TESIS\\_RIVERA\\_PEGUERO\\_ALFREDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/26691/TESIS_RIVERA_PEGUERO_ALFREDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Robles, C. (2015). A propósito del domicilio fiscal en materia tributaria y la condición de no. Hallado y no habido. *Revista Derecho & Sociedad*, 43, (215-228). <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/12571>
- Rodríguez, A., Viñar, E., Reyno, M., De Luca, M., Sosa M., Martínez M., Sena, S. y Blanco, M. (2020). *La ética en el encuentro. Reflexiones a partir de la instrumentación del Consentimiento Informado en investigaciones cualitativas.* *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 10(1), (261-291). <http://dx.doi.org/10.26864/pcs.v10.n1.12>
- Sánchez, J. y Montoya, L. (2016). Factores que afectan la confianza de los consumidores por las compras a través de medios electrónicos. *Pensamiento & gestión*, 40, (159-183). <http://dx.doi.org/10.14482/pege.40.8809>
- Santamaría, R. (2017). *Identidad y reputación digital. Visión española de un fenómeno global.* 17, (11-43). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6101297>
- Sayas, R. y Medina, R. (2016). *Caracterización de las funciones jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio, en el marco de la protección de los derechos del consumidor.* *ADVOCATUS*, 14 (27), (117-131). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5907130>
- Sigmond, K. (2018). El comercio electrónico en los tratados de libre comercio de México. *Revista del instituto de ciencias jurídicas de puebla*, 12(372), (360-277). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293258387019>
- Soto, B. Y. (2017). *Protección al consumidor y la vulneración del derecho a la información en la adquisición de bienes o servicios de alimentos en el distrito*

de San Isidro (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Digital Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11478>

Tavera, J., Oré, T. y Málaga, R. (2017). La dinámica de la población que no estudia ni trabaja en el Perú: quiénes son, cómo son y cómo han cambiado. *Apuntes* 80, 44(80). (47-66). <http://dx.doi.org/10.21678/apuntes.80.903>

Timal, S. y Sánchez F. (2017). El plagio en el contexto del derecho de autor. *Revista de Ciencias Sociales*, 42, (48-66). <http://www.scielo.org.mx/pdf/tla/v11n42/1870-6916-tla-11-42-00048.pdf>

Troncoso, P. C y Amaya, P. A. (2017). Guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista Facultad de Medicina*, 65, (329-332). <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

Vásquez, H. A. (2018). *El contrato electrónico y los derechos del consumidor en el distrito de Los Olivos 2018* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Repositorio Digital Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38435>

Varguillas, C. (2006). El uso de Atlas. Ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido upel. Instituto Pedagógico Rural El Mácaro. *Revista de educación Laurus*, vol. 12, núm. Ext, 2006, pp. 73-87. <https://www.redalyc.org/pdf/761/76109905.pdf>

Zapata, G. y Tejada, I. (2016). Publicidad engañosa en educación superior: definiciones, regulación y una revisión de la publicidad en prensa escrita. *Calidad en la educación*, 44, (197-242). <https://scielo.conicyt.cl/pdf/caledu/n44/art08.pdf>

## ANEXOS

### Consentimiento informado

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

El entrevistado Joel Alexander Bullon Ingaroca natural de Lima con domicilio en Calle Ernesto Guevara 335 – Santa Anita Provincia de Lima, Departamento de Lima, con edad de 34 años y DNI N° 44374368 y bajo firmante, ha sido INFORMADO DETALLADAMENTE SOBRE EL ESTUDIO “Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor” que de forma resumida es una investigación que se enfoca en determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias, para de esa manera lograr una mejor protección de los derechos del consumidor en la compraventa de productos que se adquieren a través de ese medio.

Se le ha informado sobre los alcances hallados y los objetivos trazados en el presente estudio, siendo los principales problemas los siguientes:

- **PG:** ¿Es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor?
- **PE1:** ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE2:** ¿Se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE3:** ¿Se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias?

Asimismo, se le ha informado de que:

- sus datos se tratarán de forma confidencial;
- su participación en el estudio es voluntaria;
- su consentimiento a participar puede ser retirado en cualquier momento, sin que esta decisión perjudique el trato que reciba por los sustentantes.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre mi participación en el estudio y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

En la fecha 02 de septiembre del año 2020



ENTREVISTADO  
JOEL ALEXANDER BULLON INGAROCA

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

El entrevistado DR. David Paulett Hauyon, natural de Lima con domicilio en la calle costa azul nro.157 int.201 Localidad Lima Provincia Lima con edad de 64 años y DNI 43316595 y bajo firmante, ha sido INFORMADO DETALLADAMENTE SOBRE EL ESTUDIO "Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor" que de forma resumida es una investigación que se enfoca en determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para de esa manera lograr una mejor protección de los derechos del consumidor en la compraventa de productos que se adquieren a través de ese medio.

Se le ha informado sobre los alcances hallados y los objetivos trazados en el presente estudio, siendo los principales problemas los siguientes:

- **PG:** ¿Es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor?
- **PE1:** ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE2:** ¿Se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE3:** ¿Se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias?

Asimismo, se le ha informado de que:

- sus datos se tratarán de forma confidencial;
- su participación en el estudio es voluntaria;
- su consentimiento a participar puede ser retirado en cualquier momento, sin que esta decisión perjudique el trato que reciba por los sustentantes.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre mi participación en el estudio y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

En la fecha 04 de septiembre del año 2020



FIRMA DEL ENTREVISTADO  
DR. DAVID PAULETT HUYON  
DNI 43316595

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

El entrevistado César Sáenz Chero natural de Piura con domicilio en El Palmar 201 – El Golf Provincia Trujillo con edad de 28 años y DNI 71051769 y bajo firmante, ha sido **INFORMADO DETALLADAMENTE SOBRE EL ESTUDIO** “Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor” que de forma resumida es una investigación que se enfoca en determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para de esa manera lograr una mejor protección de los derechos del consumidor en la compraventa de productos que se adquieren a través de ese medio.

Se le ha informado sobre los alcances hallados y los objetivos trazados en el presente estudio, siendo los principales problemas los siguientes:

- **PG:** ¿Es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor?
- **PE1:** ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE2:** ¿Se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE3:** ¿Se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias?

Asimismo, se le ha informado de que:

- sus datos se tratarán de forma confidencial;
- su participación en el estudio es voluntaria;
- su consentimiento a participar puede ser retirado en cualquier momento, sin que esta decisión perjudique el trato que reciba por los sustentantes.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre mi participación en el estudio y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

En la fecha 02 de septiembre del año 2020



---

**ENTREVISTADO**  
DNI 71051769  
CÉSAR SÁENZ CHERO



## CONSENTIMIENTO INFORMADO

El entrevistado Jean Pierre Manuel Sánchez Lozano natural de Lima con domicilio en Calle Santa Rosa 141 San Borja Provincia de Lima, Departamento de Lima, con edad de 29 años y DNI N° 47474885 y bajo firmante, ha sido INFORMADO DETALLADAMENTE SOBRE EL ESTUDIO “Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor” que de forma resumida es una investigación que se enfoca en determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para de esa manera lograr una mejor protección de los derechos del consumidor en la compraventa de productos que se adquieren a través de ese medio.

Se le ha informado sobre los alcances hallados y los objetivos trazados en el presente estudio, siendo los principales problemas los siguientes:

- **PG:** ¿Es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor?
- **PE1:** ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE2:** ¿Se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE3:** ¿Se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias?

Asimismo, se le ha informado de que:

- sus datos se tratarán de forma confidencial;
- su participación en el estudio es voluntaria;
- su consentimiento a participar puede ser retirado en cualquier momento, sin que esta decisión perjudique el trato que reciba por los sustentantes.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre mi participación en el estudio y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

En la fecha 22 de septiembre del año 2020



-----  
**ENTREVISTADO**  
JEAN PIERRE MANUEL SÁNCHEZ LOZANO

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

La entrevistada Zoralinda Neira Neira, natural de Pacaipampa con domicilio en Calle Unión S/N Provincia Ayabaca, Departamento Piura, con edad de 37 años y DNI N° 41846607 y abajo firmante, he sido INFORMADA DETALLADAMENTE SOBRE EL ESTUDIO "Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor" que de forma resumida es una investigación que se enfoca en determinar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para de esa manera lograr una mejor protección de los derechos del consumidor en la compraventa de productos que se adquieren a través de ese medio.

Se le ha informado sobre los alcances hallados y los objetivos trazados en el presente estudio, siendo los principales problemas los siguientes:

- **PG:** ¿Es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor?
- **PE1:** ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE2:** ¿Se ve afectada la relación de consumo en las plataformas digitales intermediarias?
- **PE3:** ¿Se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan mediante las plataformas digitales intermediarias?

Asimismo, se le ha informado de que:

- sus datos se tratarán de forma confidencial;
- su participación en el estudio es voluntaria;
- su consentimiento a participar puede ser retirado en cualquier momento, sin que esta decisión perjudique el trato que reciba por los sustentantes.

He tenido la oportunidad de preguntar sobre mi participación en el estudio y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

En la fecha 14 de septiembre del año 2020

  
**ENTREVISTADO**  
DNI N° 41846607  
ZORALINDA NEIRA NEIRA

## Entrevistas

### FICHA DE ENTREVISTA

**Título del proyecto de investigación:** Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

**Fecha:** 20/09/2020

**Nombre del entrevistado:** Joel Alexander Bullon Ingaroca

**Ocupación o profesión:** Consumidor Plataformas Digitales

**Objetivo del proyecto de investigación:** Precisar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

#### Preguntas

1. **¿Considera usted que es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para repotenciar la protección de los derechos del consumidor y disminuir la inseguridad jurídica?**

Sí, es necesaria la regulación de las plataformas digitales, ya que a la actualidad se están vulnerando de diferentes maneras los derechos del consumidor en este ámbito del comercio porque aún existen ciertos vacíos. Tal es así que en reiteradas ocasiones se ha visto que algunos proveedores se crean perfiles falsos y aprovechan estos medios para cometer delitos como estafas, fraudes, y lo hacen precisamente porque no hay un responsable directo ya que cualquiera puede crear una cuenta tomando los datos de otra persona natural o jurídica, este aspecto no permite identificar al proveedor responsable y tampoco se puede responsabilizar a las plataformas puesto que estas se libran de la responsabilidad por el hecho de que aducen ser solo intermediarios.

2. **¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación?**

Si esto queda demostrado cuando ocurren delitos de estafas, fraudes en las compras en línea, y resulta que los dueños de las plataformas no se hacen responsables a pesar de que cobran una comisión por cada venta que se realiza.

3. **¿Considera usted que las plataformas digitales de intermediación realizan una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan y/o venden a través de estos medios?**

Por mayoría de plataformas intermediarias no realizan ninguna verificación sobre los datos de los proveedores, solo se limitan a que los usuarios llenen un formato que tiene carácter de declaración jurada, posterior a ello no hay ninguna verificación de los datos consignados en dicho formulario, aspecto que se presta

para que algunos proveedores inescrupulosos usen nombres de personas naturales o jurídicas con la finalidad de cometer actos ilícitos, entre ellos el más conocido las estafas.

4. **¿Considera usted que los proveedores brindan una adecuada información sobre los productos que venden en las plataformas digitales de intermediación?**

A la fecha muchos proveedores no muestran la información real sobre los productos que venden, lo que ha generado que exista ese desequilibrio del conocimiento acerca del contenido del producto ya que como el consumidor se encuentra en una posición dominante solo informa lo que le parece y le muestra al consumidor información incompleta y muchas veces falsa con el afán de sacar provecho para su bien personal.

5. **¿Cree usted que es de vital importancia conocer la identidad del proveedor en las plataformas digitales intermediarias?**

Si es importante conocer la identidad del proveedor, porque ello daría mayor seguridad a los consumidores que hacen compras en estos medios, y si más adelante se tuviera algún problema con el producto comprado se podría dirigir de manera directa al proveedor a efecto de realizar algún reclamo, pues el hecho de conocer la identidad evitaría la evasión de responsabilidades por parte de los proveedores que desaparecen cuando hay algún reclamo o problema. Considero que se debería implementar políticas de trabajo conjunto entre la autoridad nacional de protección al consumidor y las empresas intermediarias, para que de esa manera se pueda llevar un mejor control lo que conllevaría a que realice una verificación exhaustiva de la verdadera identidad de los proveedores aspecto que evitaría que se estén utilizando direcciones, identidades y datos falsos que no les correspondan, sin embargo considero que las plataformas deberían preocuparse mínimo por saber quiénes ingresan a vender en sus espacio virtuales.

6. **¿Considera usted que la relación de consumo se ve afectada por el hecho de que no existe contacto directo entre el proveedor, consumidor y producto?**

Si se ve afectada la relación de consumo debido a que el consumidor no conoce al proveedor, y tampoco conoce a ciencia cierta las características y estado del producto, es por ello que los consumidores muchas veces se ven limitados a creer en la información que publicitan ya que esta puede o no ser cierta, lo peor es que en estas plataformas exigen el pago previo cosa que pone en desventaja a los consumidores y cuando el producto llega con algún defectos hay que seguir todo un proceso para devolución, y la mayoría de consumidores prefieren no reclamar porque la cantidad del dinero que han pagado es pequeña.

**7. ¿Cree usted que en las plataformas digitales intermediarias hay incidencia de adulteración de productos, publicidad engañosa y estafas?**

En las diferentes plataformas intermediarias que venden productos, se observa mucha inseguridad porque hay proveedores que venden productos haciendo uso de la publicidad engañosa como por ejemplo "el batido natural de maca negra" donde el Dr. Ángel Breña aducía que la maca previene el coronavirus lo cual es algo fuera de contexto porque a fecha no existe una medicina comprobada científicamente que cure esta enfermedad, como también ocurre con otros productos como medicamentos con propiedades milagrosas claramente no verificables, en estas plataformas también se venden productos falsificados sobre todo en el caso de las medicinas, en varias ocasiones venden productos que son imitaciones pero lo hacen pasar como si fuera un producto original con precio oferta, logrando estafar a los consumidores con productos que no corresponden.

**8. ¿Cree usted que los proveedores ofrecen productos de calidad a los consumidores en las plataformas digitales de intermediación?**

En estos espacios los proveedores no siempre venden productos de calidad tal es así que en una ocasión compre zapatillas de marca Nike originales por un precio rebajado en la plataforma de Mercado Libre, sin embargo, cuando me entregaron el producto era una imitación de zapatilla Nike de pésima calidad, pues estas zapatillas no eran originales lo que demuestra que no cumplen con brindar la calidad que ofrecen. Como también me ha pasado a veces que he comprado productos en los que los proveedores sí han cumplido con la calidad ofrecida, inclusive he comparado si coincidía con las características ofrecidas y si efectivamente cumplen.

**9. ¿Considera usted que como medida de seguridad es necesario que de manera previa las empresas intermediarias exijan requisitos a los proveedores como: DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, Registro Único del Contribuyente y licencias en determinadas mercancías?**

Considero que exigir a un proveedor requisitos como el DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, registro único del contribuyente y licencias en determinadas mercancías, si evitaría las estafas por parte de proveedores fantasmas que se crean perfiles falsos, y a la par haría posible que muchos comerciantes den un paso a la formalidad así como también brindaría este medio comercial mayor confianza y seguridad al realizar una compra, ya que los proveedores estarían obligados a otorgar un comprobante de pago con el cual podrían reclamar de manera directa al proveedor ante cualquier problema.

**10. ¿Usted cree que se debería ejercer un mayor control en las plataformas digitales de intermediación sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia tales como: celulares usados, productos médicos, imitaciones, etc.?**

Considero que si debería haber un mayor control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia sobre todo en plataformas intermediarias, ya que estas muchas veces se prestan para que reducidos de objetos robados, tengan cabida para comercializar puesto que no se verifica la procedencia de los productos como es el caso de las cosas usadas, las medicinas, productos médicos que se venden sin registros sanitarios que podrían causar daño.



---

FIRMA DEL ENTREVISTADO  
Joel Alexander Bullon Ingaroca  
DNI: 44374368

**Título del proyecto de investigación:** Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

**Fecha:** 05-09-2020

**Nombre del entrevistado:** Dr. David Paulett Hauyon

**Ocupación o profesión:** Abogado

**Objetivo del proyecto de investigación:** Precisar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

### **Preguntas**

1. **¿Considera usted que es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para repotenciar la protección de los derechos del consumidor y disminuir la inseguridad jurídica?**

Considero que, si es necesaria la regulación, sobre todo para llevar un mejor control en las ventas que se realizan a través de estos medios digitales, ya que al interno ocurren problemas muy particulares que no son suplidos por otras normas, y aún hay muchos aspectos que han quedado en el vacío.

2. **¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación?**

Lógicamente, considero que hay mucha inseguridad en las plataformas digitales de venta por eso las personas dudan para adquirir productos en línea.

3. **¿Considera usted que las plataformas digitales de intermediación realizan una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan y/o venden a través de estos medios?**

Considero que no se realiza una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores en estas plataformas, puesto que solo les importa asegurarse que se realice la venta, este accionar de las plataformas es pésimo porque no verifican a profundidad los datos del proveedor tanto que no les importa si el consumidor va poder recibir o no el producto, lo que ha traído como consecuencia que muchos proveedores creen perfiles falsos para estafar, y que varios consumidores se hallan visto afectados a consecuencia de estos actos.

4. **¿Considera usted que los proveedores brindan una adecuada información sobre los productos que venden en las plataformas digitales de intermediación?**

Algunos proveedores si brindan información adecuada sobre los productos que venden, mientras que otros no, tal es así, que a veces los productos no cumplen con las condiciones que publicitan, inclusive no dicen si van a cumplir en el tiempo establecido de entrega o lo peor nunca llega el producto.

**5. ¿Cree usted que es de vital importancia conocer la identidad del proveedor en las plataformas digitales intermediarias?**

Considero que si es importante conocer la identidad del proveedor y que INDECOPI debería incidir presionando a las plataformas digitales intermediarias para que exijan a los proveedores que cuenten con una identificación, características de productos, razón social, ya que esto daría seguridad a los consumidores en las compras que hacen en las diversas plataformas y si en adelante tuviera algún problema va poder accionar contra el proveedor directo.

**6. ¿Considera usted que la relación de consumo se ve afectada por el hecho de que no existe contacto directo entre el proveedor, consumidor y producto?**

Considero que, si se ve afectada la relación de consumo precisamente porque el consumidor no tiene contacto directo con el producto, y muchas veces el producto no cumple con las expectativas que se esperaban. Sumado a ello algunos proveedores se aprovechan de esta situación por saben que no existe el control correspondiente y que es difícil lograr que se les sancione. Esto se visualiza con varias compras en línea donde no todos los productos tienen especificaciones, y muchas veces las compras se realizan a ciegas donde el consumidor se deja llevar por lo que publicita el proveedor.

**7. ¿Cree usted que en las plataformas digitales intermediarias hay incidencia de adulteración de productos, publicidad engañosa y estafas?**

En las plataformas digitales intermediarias si hay incidencia de falsificación de productos, cometen estafas, fraudes ya que en varias ocasiones se han seguido casos por estos delitos, donde muchos consumidores han salido perdiendo su dinero porque no se ha logrado identificar al proveedor, y esto ha ocurrido precisamente porque no se podido dar con la verdadera identidad de los proveedores.

**8. ¿Cree usted que los proveedores ofrecen productos de calidad a los consumidores en las plataformas digitales de intermediación?**

Considero que algunos proveedores si venden productos de calidad tal como lo publicitan, sin embargo, también existen proveedores que como saben que no se les puede identificar aprovechan esta situación para engañar a los consumidores.



9. **¿Considera usted que como medida de seguridad es necesario que de manera previa las empresas intermediarias exijan requisitos a los proveedores como: DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, ¿Registro Único del Contribuyente y licencias en determinadas mercancías?**

Considero que para la persona natural si es necesario que tenga ruc si realiza una actividad comercial, al igual que las personas jurídicas si deben mostrar su constitución y sus licencias que hagan saber a los consumidores que son proveedores confiables, y que por ende brindan seguridad en la venta de los productos.

10. **¿Usted cree que se debería ejercer un mayor control en las plataformas digitales de intermediación sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia tales como: celulares usados, productos médicos, imitaciones, etc.?**

Por supuesto, si debería haber un mayor control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia, ya que hoy en día el comercio electrónico es un canal que facilita la venta de este tipo de mercancías, precisamente porque no existe una verificación de los comerciantes que ingresan a vender a estos espacios digitales, cada proveedor puede vender el producto que quiera y no es fiscalizado por ningún ente privado ni público, ya que único que importa en este ámbito del comercio electrónico es que el proveedor venda y pague la comisión a la empresa intermediaria. Un claro ejemplo en estos medios es que no se está respetando la venta de ciertas que solo se pueden vender con receta médica, la venta de celulares usados, la venta de otros productos un tanto dudosos.



---

**FIRMA DEL ENTREVISTADO**  
DR. DAVID PAULETT HAUYON  
DNI 43316595

## FICHA DE ENTREVISTA

**Título del proyecto de investigación:** Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

**Fecha:** 21/09/2020

**Nombre del entrevistado:** César Sáenz Chero

**Ocupación o profesión:** Administración y marketing digital

**Objetivo del proyecto de investigación:** Precisar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

### **Preguntas**

- 1. ¿Considera usted que es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para repotenciar la protección de los derechos del consumidor y disminuir la inseguridad jurídica?**

La regulación de las plataformas como marketplaces necesitan ser reguladas, la inseguridad en plataformas como MercadoLibre u OLX es evidente.

- 2. ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación?**

Sí, se evidencia en los "términos y condiciones", en muchos casos con cláusulas abusivas que se pueden evidenciar en las múltiples denuncias que hay en curso, esto deja sin protección a los consumidores.

- 3. ¿Considera usted que las plataformas digitales de intermediación realizan una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan y/o venden a través de estos medios?**

No, no realizan una adecuada verificación, un ejemplo claro es el intento de MercadoLibre por querer tener una "blacklist" de sus compradores y vendedores, para evitar fraudes, pero lo único que hacen es pedir el un número del documento de identidad y un número telefónico, el número de DNI jamás es verificado, es por eso que es una gran oportunidad para que los delincuentes cometan fraude.

- 4. ¿Considera usted que los proveedores brindan una adecuada información sobre los producto que venden en las plataformas digitales de intermediación?**

Depende de cada proveedor, ya que, la plataforma te brinda un formato o diseño, y reglas que deben tener tu anuncio, calidad de fotos y tamaño, **plataformas como**

“Linio” tienen un reglamento en ese sentido más detallado, pero siempre hay vendedores que buscan algún vacío en las reglas para poder omitir información relevante, como las dimensiones, el origen y la autenticidad del producto, y esto último es más difícil de probar.

5. **¿Cree usted que es de vital importancia conocer la identidad del proveedor en las plataformas digitales intermediarias?**

Sí, pero solo en las de venta directa, como en las plataformas de “MercadoLibre” u “OLX”, ya que estas plataformas no cuentan con un sistema de devoluciones o un sistema de mayor seguridad al momento de comprar un producto, en cambio tiendas como “Linio” que también es un Marketplace, brindan un servicio muy completo de devoluciones al mismo tiempo, ellos mismos se encargan de cobrar el dinero y hacer la devolución del mismo si algo no sale como el consumidor espera.

6. **¿Considera usted que la relación de consumo se ve afectada por el hecho de que no existe contacto directo entre el proveedor, consumidor y producto?**

Sí, en muchas ocasiones, lamentablemente en el caso de Perú, los consumidores se han acostumbrado a la informalidad, incluso en las plataformas digitales, no hay un debido proceso de compra en algunas ocasiones, algunas empresas serias son las únicas que podrían brindar un servicio postventa de calidad y respetando los “términos y condiciones” que ya se establecieron.

7. **¿Cree usted que en las plataformas digitales intermediarias hay incidencia de adulteración de productos, publicidad engañosa y estafas?**

En las plataformas de venta directa, como “MercadoLibre” y “OLX” sí, pero también en plataformas con muchos más filtros para los vendedores como “Linio”, hay productos falsificados o carentes de la calidad ofrecida, un ejemplo son los lentes para sol de la marca “Ray-Ban” que tienen falsificaciones en todas las plataformas digitales. En cuanto a publicidad engañosa, también hay, un ejemplo son los “Black Fridays” o “Cybermondays”, en los días que simplemente suben los precios estándares de un producto y le aplican un “descuento” en teoría, pero resulta siendo el mismo precio o quizá un precio hasta mayor a lo que se ve de manera normal.

8. **¿Cree usted que los proveedores ofrecen productos de calidad a los consumidores en las plataformas digitales de intermediación?**

Sí, muchas veces sí, en su mayoría de veces ofrecen la calidad prometida, los fraudes se dan en una menor cantidad en los “Marketplace”, pero no son nulos como sería lo ideal.

9. **¿Considera usted que como medida de seguridad es necesario que de manera previa las empresas intermediarias exijan requisitos a los proveedores como: DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, Registro Único del Contribuyente y licencias en determinadas mercancías?**

Sí, eso ya lo hace "Linio", a excepción de los antecedentes policiales, pero considero que el filtro del linio para entrar a vender con ellos es más riguroso, te piden muchos requisitos, de los cuales son RUC, Lista de productos completa con especificaciones y más documentos de índole personal, por experiencia, los filtros de "linio" son mejores.

10. **¿Usted cree que se debería ejercer un mayor control en las plataformas digitales de intermediación sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia tales como: celulares usados, productos médicos, imitaciones, etc.?**

Sí, ya que en estos momentos en el país no hay control sobre ese tipo de productos, sobre todo con celulares o con imitaciones, las imitaciones son las más difíciles de probar en una plataforma en línea en el país, ya que las políticas de devolución se encuentran muchas veces condicionadas a tiempos cortos o al empaque intacto del producto.



FIRMA DEL ENTREVISTADO  
CÉSAR SÁENZ CHERO  
DNI: 71051759

## FICHA DE ENTREVISTA

**Título del proyecto de investigación:** Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

**Fecha:** 20.09.2020

**Nombre del entrevistado:** Jean Pierre Manuel Sánchez Lozano

**Ocupación o profesión:** Bachiller en Derecho – Especialista 2 en la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 del Indecopi

**Objetivo del proyecto de investigación:** Precisar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

### Preguntas

1. **¿Considera usted que es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para repotenciar la protección de los derechos del consumidor y disminuir la inseguridad jurídica?**

En mi opinión, sí. Si bien la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, nos brinda un marco genérico que resulta aplicable a cualquier manifestación de relación de consumo, incluyendo a las que se generen en plataformas digitales, lo cierto es que los medios digitales tienen sus propias particularidades, y exponen problemas propios, tales como la perfección del contrato entre las partes o la ciberseguridad.

2. **¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación?**

En mi opinión, no necesariamente. El Código de Protección y Defensa del Consumidor tiene una amplia regulación que permite que el consumidor pueda hacer valer sus derechos en las relaciones de consumo entabladas en un ámbito digital. Así, por ejemplo, si un producto comprado en línea resulta defectuoso, se aplicaran las mismas garantías aplicadas a un producto adquirido en una tienda física. Ello, por supuesto, no enerva la posibilidad que existan particularidades que determinen que en ciertos casos en los que se requiera algún mecanismo adicional para hacer valer estos derechos en los entornos digitales, tales como los Libros de Reclamaciones Virtuales.

3. **¿Considera usted que las plataformas digitales de intermediación realizan una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan y/o venden a través de estos medios?**

En mi opinión, no necesariamente, y ello se da gracias a una presunción de veracidad que tienen las plataformas de intermediación con sus usuarios vendedores, esto es, que se tiene por cierto lo que ellos declaran debido a que estos

son quienes están en mejor posición de brindar datos personales auténticos. Esto, a su vez, facilita el flujo comercial, puesto que, de otro modo, implicaría que se genere todo un procedimiento de validación de datos personales antes que se empiece a comercializar en internet, y por tanto, que el comercio electrónico se ralentice.

**4. ¿Considera usted que los proveedores brindan una adecuada información sobre los productos que venden en las plataformas digitales de intermediación?**

En mi opinión, no necesariamente. Como sucede en un entorno físico, existen proveedores que pueden tener incentivos para ocultar una u otra información. Lo que sucede es que en un entorno digital, la facilidad para ocultar información es mayor, debido a que no se cuenta con la visibilidad del producto a adquirir. Sin embargo, poco a poco se han ido creando mayores mecanismos para solicitar y obtener más información del proveedor, como las preguntas en línea o las calificaciones del producto por parte de otros usuarios.

**5. ¿Cree usted que es de vital importancia conocer la identidad del proveedor en las plataformas digitales intermediarias?**

En mi opinión, sí, es importante que el consumidor conozca a qué proveedor está adquiriendo sus productos o servicios, puesto que, a efectos de ejercer su derecho de acción, es necesaria la identificación del proveedor denunciado y/o demandado.

**6. ¿Considera usted que la relación de consumo se ve afectada por el hecho de que no existe contacto directo entre el proveedor, consumidor y producto?**

En mi opinión, no. Existe una tendencia creciente hacia el comercio electrónico en general debido a la mayor seguridad que pueden proveer los propietarios de plataformas de e-commerce hacia sus usuarios. No obstante, aún hay una brecha de resistencia al empleo de estas plataformas, y ello en gran medida se debe a la desconfianza propia de la compra a ciegas, o por la preferencia de los medios tradicionales de comercio.

**7. ¿Cree usted que en las plataformas digitales intermediarias hay incidencia de adulteración de productos, publicidad engañosa y estafas?**

En mi opinión, sí, y ello debido a que, en general, el comercio en plataformas digitales facilita estas situaciones debido a la distancia física que existe entre el consumidor y el proveedor, y la posibilidad de no identificar correctamente a este, lo cual hace menos riesgoso para un mal proveedor recibir una sanción por vulnerar los derechos de un consumidor.

En mi opinión, sí, y ello puede ser fácilmente advertible por el continuo incremento del comercio en este tipo de plataformas debido a una mayor confianza de los consumidores en los productos comercializados a través de estas.

9. **¿Considera usted que como medida de seguridad es necesario que de manera previa las empresas intermediarias exijan requisitos a los proveedores como: DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, Registro Único del Contribuyente y licencias en determinadas mercancías?**

En mi opinión, no considero que el comercio electrónico, en general, deba estar supeditado a un control previo por parte de las plataformas a través de las cuales se lleva a cabo. Ello debido a que exigir estas medidas de seguridad implicaría desconocer que el flujo normal del comercio electrónico trae consigo un incremento innumerable de proveedores y ofertas a publicarse, lo cual impide, en la práctica, que se pueda realizar un control ex ante. Además, establecer un estándar en el comercio virtual para verificar quien puede ser proveedor resultaría ajeno a la realidad comercial y podría resultar incluso poco razonable.

10. **¿Usted cree que se debería ejercer un mayor control en las plataformas digitales de intermediación sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia tales como: celulares usados, productos médicos, imitaciones, etc.?**

En mi opinión, sí considero necesario el monitoreo de estas plataformas para impedir la comercialización de productos manifiestamente ilegales, en cuyo caso, deberá ser el propio dueño de la plataforma quien debe encargarse de ello. No obstante, existen en los que se requerirá la actuación de una autoridad del estado para declarar la ilicitud de un producto, por lo que, solo a partir de ello solicitar la actuación de la plataforma para bloquear o impedir la continuación del comercio de dichos productos. En estos casos, esa responsabilidad de las plataformas se ve limitada a la solicitud de dicha autoridad.



FIRMA DEL ENTREVISTADO  
JEAN PIERRE MANUEL SÁNCHEZ LOZANO  
DNI: 47474885

## FICHA DE ENTREVISTA

**Título del proyecto de investigación:** Regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor.

**Fecha:** 14.07.2020

**Nombre del entrevistado:** Zoralinda Neira Neira

**Ocupación o profesión:** Técnica en administración de empresas y proveedora.

**Objetivo del proyecto de investigación:** Precisar si es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para la protección de los derechos del consumidor

### **Preguntas**

- 1. ¿Considera usted que es necesaria la regulación de las plataformas digitales intermediarias para repotenciar la protección de los derechos del consumidor y disminuir la inseguridad jurídica?**

Considero que si es necesario que se regulen las plataformas digitales intermediarias para que de esa manera se pueda tener las reglas claras en el comercio electrónico, y por consiguiente se pueda frenar las diferentes irregularidades que ocurren en proceso de compra.

- 2. ¿Se evidencia la inseguridad jurídica en las plataformas digitales de intermediación?**

Considero que las plataformas de compra en línea si son inseguras porque permiten que cualquier proveedor pueda entrar a vender, no exigen requisitos rigurosos, la poca información que piden no es contrastada y ello es lo que da pie a que se cometan actos ilícitos en estos espacios.

- 3. ¿Considera usted que las plataformas digitales de intermediación realizan una adecuada verificación sobre los datos de los proveedores que operan y/o venden a través de estos medios?**

Considero que la verificación de la data de los proveedores es deficiente, ya que a la actualidad la mayoría de las plataformas solo piden que se llene formularios que no son contratados documentariamente, tanto que se considera como real todo lo consignado por el proveedor. Es por ello que proveedores inescrupulosos se aprovechan de esa falencia para tomar los datos de cualquier persona y crear cuentas.



4. **¿Considera usted que los proveedores brindan una adecuada información sobre los productos que venden en las plataformas digitales de intermediación?**

En las plataformas intermediarias el proveedor no siempre se brinda la información adecuada respecto a los productos que se vende, ya que esto queda a criterio del propio proveedor. A criterio personal yo como proveedora si doy información correcta sobre los productos que he puesto en venta, varias veces los clientes han tenido dudas sobre las características del producto, pero ante ello cuando me contacta el cliente he tenido la oportunidad de absolver sus inquietudes siempre respondiendo con la verdad, ya que para mí lo más importante es ser un buen proveedor que venden productos confiables y a futuro tener más clientes.

5. **¿Cree usted que es de vital importancia conocer la identidad del proveedor en las plataformas digitales intermediarias?**

Desde mi punto de vista si es importante conocer la identidad del proveedor ya que ello permite saber a quién se le está comprando, pues esto brindaría un poco de seguridad en la compra ya que si se tuviera que reclamar por algún defecto o producto se sabría con nombre propio contra que proveedor se va accionar directamente.

6. **¿Considera usted que la relación de consumo se ve afectada por el hecho de que no existe contacto directo entre el proveedor, consumidor y producto?**

La relación de consumo no siempre se ve afectada porque hay consumidores que si están conformes con los productos que compran ya que han cumplido con sus expectativas y vuelven a seguir comprando. Así como también hay casos donde los consumidores están disconformes con las compras que han realizado porque talvez le compraron a un mal proveedor que los engaño o los estafó.

7. **¿Cree usted que en las plataformas digitales intermediarias hay incidencia de adulteración de productos, publicidad engañosa y estafas?**

En el comercio si hay incidencia de proveedores que se dedican a estafar, a vender productos falsificados, inclusive no muestran sus verdaderas características del producto tal es así que en la publicidad ofrecen un producto altamente calificado, sin embargo, cuando el consumidor recibe lo que ha comprado no siempre coincide con el producto ofrecido, pero también que existen excelentes proveedores que se han visto perjudicados justamente por proveedores que se crean perfiles falsos para estafar a los consumidores, lo que ha generado que los demás proveedores se vean perjudicados.

Existen algunos proveedores que no venden productos de calidad ya que su objetivo como comerciantes es vender con engaños con la finalidad de sacar provecho para su bien personal, sin embargo, también hay un buen porcentaje de proveedores que si venden productos de calidad que cumplen con las características ofrecidas y que cada vez siguen creciendo en el rubro del comercio electrónico.

9. **¿Considera usted que como medida de seguridad es necesario que de manera previa las empresas intermediarias exijan requisitos a los proveedores como: DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, ¿Registro Único del Contribuyente y licencias en determinadas mercancías?**

Considero que exigir al proveedor DNI, certificado de antecedentes policiales, penales, Registro Único del Contribuyente y licencias en determinadas mercancías es una buena medida puesto que brindaría mayor seguridad en las compras a los consumidores, contribuiría a que todos los comerciantes se formalicen y que de alguna manera se pueda seguir crecer más en el mundo del comercio electrónico de tal manera que todos los proveedores sean confiables que brindan seguridad y garantía al consumidor.

10. **¿Usted cree que se debería ejercer un mayor control en las plataformas digitales de intermediación sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia tales como: celulares usados, productos médicos, imitaciones, etc.?**

Considero que si se debería ejercer un mayor control sobre la venta de mercancías de dudosa procedencia, puesto que en reiteradas ocasiones algunos proveedores venden productos de contrabando, productos de venta restringida como las medicinas, los pirotécnicos entre otros, y continúan comercializando porque algunas plataformas no se toman la molestia de verificar ni siquiera el rubro comercial lo cual evidencia que no hay control por parte de las plataformas ni por parte de las autoridades competentes.



FIRMA DEL ENTREVISTADO  
ZORALINDA NEIRA NEIRA  
DNI: 41846607



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, CORDOVA PEÑA MERCY estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES INTERMEDIARIAS PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR.", 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
MERCY CORDOVA PEÑA <b>DNI:</b> 77566869 <b>ORCID</b> 0000-0002-9525-311X	Firmado digitalmente por: MCORDOVAP1 el 21-12- 2020 14:30:17

Código documento Trilce: TRI - 0091158