



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

**La vulneración del deber de idoneidad en las compras a  
través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el  
Perú 2020.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Abogado

**AUTOR:**

Lizama Temoche, Oscar Felix (ORCID: 0000-0003-0914-5604)

**ASESOR:**

Dr. Lugo Denis, Dayron (ORCID: 0000-0003-4439-2993)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Derecho de Consumidor

PIURA — PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

A Dios, por permitirme culminar con éxito la carrera Profesional de Derecho.

A mis padres, que fueron mi principal motivo para concluir la carrera, ya que con sus constantes consejos y valores que impartieron día a día hicieron de mi un hombre de bien.

A mis hermanos, por haberme dado el apoyo incondicional, como emocional para finiquitar mi meta.

## **Agradecimiento**

A Dios, por bendecir mi carrera universitaria y permitir concluir mis estudios.

A mis padres, por darme las fuerzas, los consejos y el apoyo para seguir adelante con mi meta.

A mi familia, por el apoyo incondicional, la motivación a seguir cada día adelante con lo que me propongo.

A mi asesor, por los conocimientos impartidos, la paciencia y la dedicación que ha tenido en todo este proceso.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice De figuras .....	vi
RESUMEN .....	viii
ABSTRACT .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2 Operacionalización de Variables.....	13
3.3 Población, muestra y muestreo.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimiento.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	30
VI. CONCLUSIONES .....	34
VII. RECOMENDACIONES .....	35
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## Índice de tablas.

Tabla 1. Validación de Expertos .....	16
Tabla 2. Anexo 1. Matriz de Operacionalización de Variables.	
Tabla 3. Anexo 2. Estadístico de fiabilidad dirigido a los abogados de los estudios jurídicos que hay en Piura.	
Tabla 4. Anexo 4. Estadístico de fiabilidad dirigido a los abogados de Indecopi en Piura.	

## Índice De figuras

<i>Figura N° 1: ¿Qué opinión le amerita a usted la protección constitucional al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales?</i>	18
<i>Figura N° 2: ¿Qué opinión tiene usted respecto a la constitución en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado?</i>	18
<i>Figura N° 3: ¿considera usted pertinente el cumplimiento del Código de Protección y defensa del Consumidor en cuanto a la calidad de productos?</i>	19
<i>Figura N° 4: ¿Cómo valoraría usted la misión de satisfacer al consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?</i>	19
<i>Figura N° 5: ¿Cómo valoraría Usted la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?</i>	20
<i>Figura N° 6: ¿Cómo evaluaría Usted al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor?</i>	20
<i>Figura N° 7: ¿Considera Usted en cuanto a la asimetría de la información adecuado el Nivel de transparencia y el Nivel de veracidad importante en el comercio electrónico?</i>	21
<i>Figura N° 8: ¿Cómo valoraría Usted la Seguridad jurídica del comercio electrónico?</i>	21
<i>Figura N° 9: ¿Cómo valoraría Usted las garantías del comercio electrónico?</i>	22
<i>Figura N° 10: ¿Qué opinión le amerita a usted la aplicación de los Derechos constitucionales respecto al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales?</i>	23
<i>Figura N° 11: ¿Qué opinión tiene usted respecto al Respaldo constitucional en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado?</i>	24
<i>Figura N° 12: ¿Considera usted eficaz el cumplimiento del código de protección y defensa del consumidor en cuanto al comercio electrónico?</i>	24
<i>Figura N° 13: ¿Cómo valoraría usted la satisfacción del consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?</i>	25

*Figura N° 14: ¿Cómo valoraría Usted la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales? \_\_\_\_\_ 26*

*Figura N° 15: ¿Cómo evaluaría Usted al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor? \_\_\_\_\_ 26*

*Figura N° 16: ¿Considera Usted que en el comercio electrónico mediante plataformas virtuales se vulnera el nivel de transparencia y el nivel de veracidad? \_\_\_\_\_ 27*

*Figura N° 17: ¿Cómo valoraría Usted el comercio electrónico mediante plataformas virtuales en cuanto a un servicio eficaz y confiable? \_\_\_\_\_ 28*

*Figura N° 18: ¿Cómo valoraría Usted la seguridad jurídica del consumidor en cuanto comercio electrónico mediante plataformas jurídicas? \_\_\_\_\_ 28*

## RESUMEN

El presente estudio titulado “La Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020.”, tiene como objetivo: analizar los factores que vulneran el deber de idoneidad en las compras mediante plataformas virtuales, con la finalidad de reforzar el sistema jurídico y establecer la seguridad y confianza a los consumidores.

La investigación es descriptiva y no experimental. Se aplicaron dos cuestionarios, uno dirigido a abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos que hay en Piura, otro cuestionario para abogados que trabajan en INDECOPI de Piura.

De los resultados obtenidos, el 50% abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos de Piura consideran que es medianamente adecuada la aplicación del principio de transparencia en cuanto al comercio mediante plataformas virtuales, 53% abogados que trabajan en INDECOPI de Piura. Consideran medianamente adecuada la satisfacción del consumidor.

Se concluyó que las compras mediante plataforma virtuales en la actualidad no brindan toda la seguridad al consumidor, requieren la implementación de un sistema normativo que se encargue de regular los vacíos legales que conllevan a los proveedores a la vulneración de los derechos de los consumidores.

Palabras Clave: Idoneidad, comercio electrónico, plataformas virtuales, principio de transparencia y asimetría informativa.

## **ABSTRACT**

The present study entitled "The Violation of the Duty of Suitability in purchases through virtual e-commerce platforms in Peru 2020", aims to: analyze the factors that violate the duty of suitability in purchases through virtual platforms, with the purpose of reinforcing the legal system and establishing the security and confidence of consumers.

The research is descriptive and not experimental. Two questionnaires were applied, one addressed to lawyers specializing in Consumer Protection Law from the legal firms in Piura, another questionnaire for lawyers working at INDECOPI in Piura.

From the results obtained, 50% lawyers specializing in Consumer Protection Law from the Piura law firms consider that the application of the principle of transparency in terms of trade through virtual platforms is moderately adequate, 53% lawyers working at INDECOPI de Piura. They consider consumer satisfaction to be moderately adequate.

It was concluded that purchases through virtual platforms currently do not provide all security to the consumer, they require the implementation of a regulatory system that is responsible for regulating the legal loopholes that lead suppliers to the violation of consumer rights.

Keywords: Suitability, electronic commerce, virtual platforms, principle of transparency and information asymmetry.

## **I. INTRODUCCIÓN.**

A medida que ha ido pasando el tiempo, la tecnología ha ido avanzando de manera sorprendente, a tal motivo de hacernos la vida más fácil, es por ello que la tecnología ha marcado cambios en la industria desde la manera de comunicarnos o tal vez de adquirir algún producto usando el internet, se ha vuelto algo inmediato, rápido.

Al decir que la tecnología ha marcado un cambio radical en el mundo se hace referencia que para adquirir un producto ya sea que se encuentre en otro continente se puede hacer posible a través de plataformas virtuales de comercio electrónico. Hoy en día se puede decir que estamos viviendo un momento en donde la tecnología viene abarcando todos los ámbitos convirtiéndose en un eje muy importante tanto como para la sociedad como para la economía.

La tecnología es uno de los pilares más importantes, ya que, la globalización les ha permitido tener acceso a ella creando de esta manera el comercio electrónico que se basa en comprar vender o adquirir productos de manera fácil a través del internet desde una computadora o un dispositivo móvil.

Si bien es cierto la tecnología les ha venido brindando una gran ventaja a través de estas plataformas virtuales para poder adquirir cualquier producto, no todo es perfecto ya que en muchas oportunidades los consumidores se vieron perjudicados al momento de adquirir un producto puesto que al llegar a casa se dieron con la sorpresa que el producto no cumplía con sus expectativas, Una finalidad del Derecho ha sido regular las relaciones, para poder establecer una sociedad en armonía, el Derecho no se encuentra ajeno a ello ya que existe una figura que se llama el Deber de Idoneidad hace referencia en lo que un cliente espera y lo que verdaderamente percibe en orden a lo ofrecido.

En la Resolución final N° 0289-2018/PS3; el OPS(Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos) inicio un Procedimiento Administrativo Sancionador contra Linio por haber infringido las normas del Código de Protección y Defensa del Consumidor por el motivo de linio Perú S.A.C. no habrían cumplido con entregar a

la denunciante en el plazo ofrecido el reloj de mano marca mulco y un tatuaje temporal los cuales fueron comprados a través de su plataformas virtual, siendo que debieron ser entregados al consumidor el día 29 y 30 de mayo del 2017, sin embargo el proveedor no comunicó que no contaba con dicho producto en stock.

Mediante Resolución Final N°0005-2018/PS3; el OPS (Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos) inició un Procedimiento Administrativo Sancionador contra la tienda Saga Falabella por haber vulnerado del Artículo 19 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en baza que no habrían realizado la oferta publicitada en su aumento aparente el 29 de septiembre de 2017 tocante a la venta de un TV Smart Samsung QLED 75" curvo al coste de S/ 999,00.

En cuanto a la Resolución Final de N° 0453-2018/PS3; El OPS (Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos) inició un Procedimiento Administrativo Sancionador contra Ripley por infringir el artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en baza que habrían anulado unilateralmente la consumición de la refrigeradora efectuada por el denunciante el 27 de noviembre de 2017, aduciendo que existió un errata en el coste de traspaso publicitado en su página web, ascendiente a S/ 2 599,00.

En el Perú es cierto que el comercio electrónico ha venido avanzado de manera gradual, ya que no es aceptado es su totalidad por los peruanos, puesto que los consumidores han tenido ciertos problemas porque no cuentan con la confianza, ni la seguridad jurídica para este tipo de negocios. Según afirmó Helmut Cáceda, rector de la Cámara peruana de comercio electrónico (CAPECE), el comercio ha invertido US\$ 4.000 millones al finiquitar el año 2019, un 30 % más que en el año 2018, esto ha evidenciado el acrecentamiento del almacén electrónico en el Perú. Es por ello que nos resulta importante la regulación de normas que protejan al consumidor en el comercio electrónico al momento de adquirir los productos o servicios. (Tejada, 2020).

Entre los principales problemas que ha venido afrontando el consumidor frente a las compras mediante plataformas virtuales de comercio electrónico es que no

existe dentro de nuestra legislación peruana un marco que regule las actividades propiamente dichas del comercio electrónico mediante plataformas virtuales, Si admisiblemente es verdadero el Código ya antes mencionado cumple una tarea muy importante en este papel, de velar por los derechos del consumidor, cabe resaltar que con el pantomima del tiempo el antelación de la tecnología se torna más complejo es por ello que se debe implementar mecanismos de protección con la finalidad de darle mayor seguridad y confianza al consumidor.

En la presente investigación se formula **como problema de investigación** ¿Cuáles son los factores que conllevan al proveedor a vulnerar el deber de idoneidad del consumidor por las compras de productos mediante plataformas virtuales en el año 2020 Piura?

**La justificación teórica** de la presente investigación, muestra conceptos de autores, definiciones que guardan relación con el tema. Como principios procesales, asimismo con tesis tanto nacionales como internacionales que sirven de sustento jurídico. Se justifica metodológicamente, porque presenta un estudio cuantitativo, el mismo que va contar los resultados obtenidos de las dos poblaciones de estudio, usando el cuestionario como instrumento, para recopilar la opinión de las poblaciones que tiene cercanía con los casos prácticos, con conexión al tema referido; siendo importante su aporte en la investigación. También, guarda una justificación práctica, porque busca analizar qué tan eficaz es el cumplimiento del deber de idoneidad estipulado en el artículo 18 del Código Protección al Consumidor, pese a los casos en relación a las compras de comercio electrónico mediante plataformas virtuales que se han dado en el Perú 2020.

En dicho contexto el presente trabajo tiene por **objetivo general** analizar los factores que conllevan a la vulneración del deber de idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020.

Los **objetivos específicos** del presente trabajo son:

- Analizar las consecuencias de la Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020.
- Analizar los fundamentos técnicos jurídicos que permiten la protección del derecho consumidor en la legislación peruana actual.
- Caracterizar la protección al consumidor en cuanto al cumplimiento del deber de idoneidad en las compras mediante plataformas virtuales.

Finalmente se planteó como **hipótesis** de estudio: La identificación de los factores que protegen el Derecho de consumidor contribuirá a la no vulneración del deber de idoneidad en las compras mediante plataformas virtuales.

## II. MARCO TEÓRICO.

Se ha optado por recopilar antecedentes de estudio en el campo internacional se encuentra a Aguirre (2015) en su investigación titulada “*La eficacia del estatuto del consumidor en perspectiva de Derecho comparado de Colombia y la unión europea*” para obtener el título de Abogado desarrollada en la Universidad Católica de Colombia, argumenta que el punto de protección al consumidor electrónico en la unión europea existe una directiva 97/7/CE del parlamento Europeo y del consejo de 20 de Mayo, le da un resguardo a los clientes en materia de convenios virtuales, pues lo que busca esta directiva es la protección de los consumidores a través de una serie de normas y derechos, esta es una medida de protección que se va a dar entre el consumidor y el proveedor al momento de hacer un contrato a distancia para la adquisición de un producto.

Con relación a lo antes mencionado el autor puede evidenciar que ante un comercio electrónico para la compra de productos lo que buscan estas instituciones es darle un debido amparo al consumidor a través de normas, para que de esta manera no se pueda vulnerar su Derecho.

En cuanto a Colombia La ley 1480 del 2011 busca proteger a los consumidores del comercio electrónico ya que lo de fine como el conjunto de actos negocios mercantiles que se dan mediante el intercambio de mensajes cibernéticamente entre los proveedores y consumidores para el beneficio y comercialización de productos.

Por su parte Cárdenas (2015) en su tesis titulada “*Las garantías jurídicas de los usuarios del comercio electrónico*” para obtener el grado de Doctor desarrollada en la universidad de las Palmas de Gran Canaria (España), el autor argumenta mediante su investigación que desde la aparición del comercio electrónico ha sido objeto de una revisión minuciosa de y ha dado lugar a la creación de un conjunto de normas de carácter tuitivo, en relación a los consumidores, que han tenido que adaptarse a las nuevas formas de comercio electrónico, será este avance tecnológico al cual se le llama comercio electrónico el cual ha venido desarrollando desde la globalización.

El autor Villafuerte (2017) en su trabajo de titulación titulada "*La Protección a los Consumidores en el Ámbito del Comercio Electrónico del Ecuador análisis de la eficacia de la norma*" para obtener el título de Abogado desarrollada en la Universidad de las Américas de Ecuador, el autor señala que la norma ecuatoriana a diferencia de otros países estudiados pues resulta inacabada y no se ajusta a las nuevas tecnologías de la negociación virtual.

Respecto las leyes ecuatorianas, las normas del comercio mediante plataformas virtuales, así como la de defensa del consumidor, si bien es cierto interviene en el comercio electrónico no resulta eficaz, es por ello que se tiene que trabajar para darle una mayor seguridad jurídica a los consumidores para realizar de esta actividad.

A nivel nacional se señala la investigación Suarez (2018) en su tesis titulada "*Aplicación del Deber de Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones en Lima*" para obtener el título de Abogado desarrollada en la Universidad autónoma del Perú, donde trata de identificar si existe una deficiente o adecuada aplicación del deber de idoneidad en el servicio de telecomunicaciones llegando a la conclusión después de un exhaustivo análisis que la aplicación del deber de idoneidad en el servicio de las telecomunicaciones proviene de la deficiencia por falta de información por parte del proveedor y la falta del consumidor al adquirir el servicio.

En la presente investigación se comparten los criterios aportados por el anterior autor, en tanto refiere que el problema radica en la deficiencia por la parte del proveedor al momento de ofrecer el servicio, y podemos decir que una correcta aplicación del deber de idoneidad, le da una mayor protección, seguridad al consumidor para que pueda adquirir un servicio.

En la investigación de Lázaro y Ramírez (2019) en su tesis titulada "*Causas de la Seguridad Jurídica en el Comercio Electrónico: Información Asimétrica, Incumplimiento del Deber de Idoneidad y Publicidad Engañosa*" para obtener el título de Abogado desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, donde las

autoras después de haber recopilado información en cuánto a legislación nacional e internacional llegaron a la conclusión que tanto la información asimétrica como el cumplimiento del deber de idoneidad y la publicidad engañosa, afecta y causa una inestabilidad jurídica en la negociación mediante internet, ya que en la actualidad no existe una normativa concorde con la realidad de hoy, también afirman que no hay una seguridad por parte del proveedor que cumplan ciertas medidas que ayuden a su correcta identificación así como también la validez y autenticidad de los productos.

Respecto lo antes ya mencionado las autoras afirman que la seguridad jurídica se ve afectada, vulnerada debido a la información asimétrica que se refiere a cuando una de las personas contratantes tiene mejor o mayor conocimiento sobre el producto que la otra parte, la infracción del deber de idoneidad y la falsa publicidad, de esta manera afectando a los consumidores en el comercio electrónico.

Por otro lado Vaisman (2018) en su tesis titulada "*Plataformas Digitales que facilitan transacciones de consumo: delimitación de responsabilidades de los proveedores frente a los usuarios finales en el marco del derecho de protección al consumidor*" para obtener la licenciatura en Derecho desarrollada en la Universidad de Piura, donde afirma que el amparo al cliente se basa en que ambas partes contratantes tengan la misma información del producto, que se da en las plataformas virtuales en relación al proveedor y el consumidor, poniendo al consumidor en desventaja es por ello que se crea un mecanismo de protección para establecer un cierto equilibrio entre las partes.

se analiza los criterios del autor que antecede se aduce que para que se le pueda otorgar una protección al consumidor se debe incurrir en una correcta información mediante las plataformas virtuales para que al momento de contratar para adquirir un producto no se encuentre en desventaja con el proveedor.

**En lo que concierne a la definición, conceptos y teorías de autores tenemos:**

Por su parte refiere Paños (2014) que el cliente es toda persona que compra bienes para su uso con la intención de satisfacer sus obligaciones o familiares.

En voz de Álvarez (2015) se alude que el consumidor es aquel receptor final de servicios o bienes, quien adquiere un producto para su propio consumo o beneficio. Por tanto, Sosa (2015) menciona al consumidor como aquella persona a quien se debe velar por su derecho a la información como las enseñanzas, esto guarda una estrecha relación con el gobierno porque uno de sus principales objetivos es el amparo del cliente.

Según la LEY 29571 en su artículo 18 la idoneidad refiere lo que un cliente espera adquirir y lo que obtiene como resultado de una compra, en relevancia a lo que se le ha ofrecido como es el caso de la publicidad, información y precio del producto. La idoneidad es referida al origen del artículo y su misión de saciar al consumidor motivo por el cual ha sido puesta en el mercado. Cabe resaltar que los organismos del estado no libran de responsabilidad al abastecedor frente al cliente.

Respecto Aldana (2016) Define a la idoneidad como una correlación entre lo que un comprador atención y lo que realmente adquiere, lo que expectativa tomar el consumidor dependiendo de lo que le haya ofrecido el vendedor tiene que ver en gran medida con el aviso y reclamo el coste como otros factores atendiendo a los informes del riesgo.

En cuanto a los principios que guardan cierta relación al comercio electrónico mediante plataformas virtuales.

De acuerdo con la ley 29571 en su principio de la buena fe, define que tanto los proveedores como los consumidores se deben de guiar por la conducta de la buena fe actuando con seguridad y fidelidad entre los contratantes al momento de brindar la información, declarar las particularidades de los acuerdos entre otros componentes. Este principio es claro ya que si entre las partes exista la buena fe permitirá que no existan conflictos en relación con las compras a futuro.

Según la ley 29571 en su Principio de Transparencia. el actuar, al momento de la negociación, los abastecedores en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales deben de difundir una información veraz, real y apropiada respecto a los artículos o servicios que ofrecen.

El artículo 97 inciso c) de la ley, ya antes mencionado, en cuanto a los Derechos de los compradores establece que los clientes tienen Derecho a que en el supuesto

caso uno de los productos les tocara averiados, los clientes tendrán Derecho de la restitución, reparación del producto o retorno del dinero cuando por deficiencias de fabricación, elaboración el producto no sea apto para su uso.

Según Oviedo y Martínez (2014) Todo consumidor tiene derecho a disfrutar de un producto de calidad buen e idóneo, de buena calidad. El autor define a la calidad y la idoneidad, calidad cuando Un artículo cumple con las peculiaridades propias y las atribuidas por el aviso que se suministre sobre él. En cuanto a la idoneidad es la capacidad del artículo para complacer la necesidad por los cuales ha sido producido.

Según Rodríguez (2013) afirma que el hecho que los proveedores ofrezcan una serie de remedios o soluciones jurídicas tal como es el caso de la reparación, devolución del dinero o reposición en el suceso de que el producto se derive defectuoso, no le resta responsabilidad. Si existe asimetría informativa las partes que sería el proveedor y consumidor respecto de las posibles fallas de un producto, imposibilitaría que el consumidor todo aquello que le resulte imposible al proveedor.

Según Bullard (2002) sostiene que, para tener una buena relación, el consumidor tenía que disponer de la mejor información posible, para que así pueda tomar buenas decisiones respecto su consumo, que la finalidad de la protección del consumidor busca que a través del principio de idoneidad y el principio de información sea un consumo eficaz.

Por su parte, Jiménez (2011) señala que es obligación de productor que todo producto puesto al mercado debe ser idóneo según sus características, bajo ningún momento estos deberán ser inferiores o que contravengan con el reglamento técnico o con sus medidas de seguridad.

A criterio Echaiz (2012) se sostiene que el consumidor y la importancia de su protección afirma que las partes contratantes defieren una de la otra porque una cuenta con más información que la otra según a lo que en la ley llamamos asimetría

informativa es por ello que el estado asume un rol protector y para ello crea el método de defensa al consumidor.

La Carta Magna del Perú regula en su artículo 65 el Estado protege los Derechos, Curiosidad de los clientes, usuarios es por ello que le va gran importancia al derecho de información en cuanto a los artículos y servicios que se observan en la contratación, cumpliendo también con la salud y firmeza de las personas.

La ley N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor, en su artículo 104 sobre la responsabilidad que recae sobre el proveedor en presente artículo hace completamente responsable al proveedor por el descuido de idoneidad o calidad o defecto de anuncio de un quebranto escaso en el presente código y generalidad de leyes complementarias al cliente respecto un artículo o empleo adquirido.

El suministrador será eximido de compromiso administrativa si demuestra la ingenuidad de un proceso objetiva justificada que evidencie la separación entre el nexo causal ya sea por contingencia fortuito o vigor máximo por culpa de un tercero o en mota por ignavia del mismo consumidor.

Según Pérez (2017) dice que para poder incluir a la sociedad a en el ámbito virtual primero se tiene que hacer un estudio como una necesidad y como un Derecho de cada ciudadano frente a la protección que otorga el estado ya que antes que el ciudadano empiece a desarrollarse como ciudadano con la evolución de la tecnología y canales informáticos ya que aumentara la necesidad de usar las plataformas virtuales como herramienta fundamental para el desarrollo social.

Según Giraldo (2017) respecto a los cambios en el ámbito comercial que se viene dando como resultado de la activación de las tecnologías virtuales también es una oportunidad para los comerciantes de mala fe que acostumbra a hacer incurrir en engaño a sus consumidores con los productos en lo que refiere a la calidad, precio, información e idoneidad los cuales tiene como propósito inducir al error.

Según Llano (2016) la globalización económica, tiene un gran apogeo tanto así que ha venido incrementando de manera fugaz. La necesidad de crecer y acaparar los comerciantes en torno a los mercados ha hecho que cruce no solo a nivel nacional si no también internacional por lo que llegamos a la conclusión que el comercio de productos de manera virtual ha venido expandiéndose de manera irresistible.

La gran ventaja para los consumidores al incoar el comercio virtual facilita entre los comerciantes una competencia en favor de todo consumidor ya que se ve beneficiado con la variedad de productos los mismos que deberán ofertar mejor calidad y servicio para aquellos que lo adquieran (Giraldo, 2017).

Para Valderrama (2017) la asimetría de la información trae como consecuencia que la conexión de consumo se caracterice porque el cliente pese a la falta de conocimiento que tiene sobre el producto, se encuentra en un estado de inferioridad frente a su contraparte. En ese sentido el derecho de consumo nace como una salvación que tiene como objetivo establecer una serie de mecanismos que permitan eliminar cierta asimetría y hacer posible que los consumidores participen en el mercado de condiciones iguales.

El internet y su avance como tecnología que día a día viene creciendo en cuanto a su utilidad y necesidad, pues ha dejado de ser solo un canal de comunicación y se ha convertido en una necesidad y utilidad virtual entre usuarios con la finalidad de la comercialización de bienes y servicios. Es por ello que se requiere crear una cierta garantía de protección a ciertos usuarios puesto que se torna un campo virtual muy usado y frecuente que requiere implementar nuevos mecanismos para su protección (Florez,2016).

Gracias a la evolución y globalización con el paso del tiempo está cambiando la forma de lucrar tal como afirma Malca (2001) “El comercio universal está ajustando su estructuración y su manera de realizar, los procedimientos de los negocios se están regularizando el orden jerárquico – las barreras entre fragmentaciones de compañías, así como las existentes entre las compañías y sus suministradores y clientes – están extinguiendo.

Según Organización para la Cooperación y el desarrollo económico define al comercio electrónico como La compra o venta de productos o artículos, ya sea entre personas naturales o personas jurídicas, que se lleva a cabo en mediadas virtuales por procesadora. Bajo este concepto el autor señala la gran importancia que viene teniendo la globalización en cuanto a los negocios, sobre el comercio a nivel mundial está rediseñando las empresas, atreves de los procedimientos comerciales.

Según Malca (2001) El negocio electrónico es un modo de operación mercantil adonde las personas se interrelacionan electrónicamente, en ocasión del intercambio o límite físico rectilíneo. Bajo este concepto el autor señala la gran importancia que viene teniendo la globalización en cuanto a los negocios, sobre el comercio a nivel mundial está rediseñando las empresas, a través de los procedimientos comerciales.

El autor define al comercio electrónico como la acción de negociación de productos o servicios mediante canales electrónicos. Afirma que hay tres ramas principales del comercio electrónico, la más común es la compra en línea donde las personas pueden adquirir los artículos y reintegro su adquisición por internet, otra es la de empresa a empresa, donde las compañías, como los creadores, comerciantes o minoristas intercambian sus artículos, la tercera de comercio electrónico implica transacciones de consumidor a consumidor como el ejemplo de Ebay. (Clement, 2019)

### **III. METODOLOGÍA.**

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

El tipo de investigación es aplicada según el consejo nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica CONCYTEC (2018) es el grupo de instituciones y personas naturales, que tienen como fin la investigación, innovación y desarrollo de la tecnología en cuanto a la ciencia y su tecnología. (p.4). Por otra parte, Lozada (2018) alega que la investigación aplicada busca recopilar los conocimientos con aplicación de manera directa hacia una población, se fundamenta en descubrimientos tecnológicos.

El análisis de la presente investigación se basa en las teorías del deber de idoneidad en cuanto al código, tanto como el comercio electrónico, el consumidor y la importancia de su protección, principio de transparencia, principio de buena fe entre otros.

El diseño de investigación es no experimental, descriptivo, transversal. Señala Hernández, Fernández y Baptista (2014) ellos afirman que la investigación no experimental es aquella en donde no se hace uso de las variables, es decir es una investigación donde se hacen variar intencionalmente las variables independientes lo que hace este tipo de investigación es analizar el problema tal como se muestra en su contexto natural para posteriormente hacer un análisis de ello. En cuanto al tipo transversal según Bernal (2010) hace referencia a aquella investigación, en la cual se obtiene información del objeto de estudio como es la población o muestra una única vez en un momento dado.

#### **3.2 Operacionalización de Variables.**

Para Medina (2014), conceptualiza a la operacionalización como aquella transformación en el cual se, cambia una variable teórica compleja en variables empíricas, directamente visible con el encargo de que puedan ser medidas a través de la aplicación de una herramienta.

El presente trabajo de investigación ha establecido las siguientes variables:

-Variable independiente: La vulneración del deber de idoneidad

Según INDECOPI (2010) El Código de Protección y defensa del consumidor en su artículo 18 la Idoneidad refiere a lo que un consumidor espera recibir y lo que obtiene como resultado de una compra, en relevancia a lo que se le ha ofrecido como es el caso de la publicidad, información y precio del producto.

-Variable dependiente: Compras a Través de Plataformas Virtuales de Comercio Electrónico.

Según la Organización Mundial del Comercio (2018) lo define al Comercio Electrónico como “la elaboración, distribución, comercialización, venta de productos y artículos por medios electrónicos”. (Anexo 1 Matriz de Operacionalización de Variables).

### **3.3 Población, muestra y muestreo.**

Respecto a la población Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren población a un determinado grupo que está conformado por personas, objetos, animales, registros médicos, muestras de laboratorios y accidentes viables de los que se va a llevar a cabo en una investigación.

En cuanto a la población está conformada por (40) abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios jurídicos que hay en Piura, En cuanto a la muestra, señala Gómez (2014) es un subconjunto de la población en la cual se llevó a cabo la investigación. Siendo en la investigación una muestra censal debido a que se trabajó con el total de la población, esto es 40 abogados especialistas que laboran en estudios jurídicos de Piura.

La segunda población es (30) abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) de Piura. Teniendo en la investigación un muestreo censal ya que se aplicó a la totalidad de 30 abogados que trabajan en El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, Piura.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Según Baena (2017) Las técnicas se vuelven respuestas al cómo esculpir y permiten el empecinamiento del razonamiento en la esfera adonde se aplica. Hay técnicas para todas las actividades humanas que tienen como fin aparecer ciertos objetivos, aunque en la contingencia del método investigador, las técnicas son prácticas conscientes y reflexivas dirigidas al asidero del método. En la presente investigación se aplicó como técnica la encuesta de modo escrita.

Respecto a los instrumentos de recolección de datos del presente proyecto, se basaron en dos cuestionarios, uno que estuvo dirigida a abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios jurídicos que hay en Piura, asimismo otro que fue dirigido a abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura. (anexo 2 instrumento de recolección de datos)

Señala Hernández, Fernández y Baptista (2014) la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir.

Se realizó la validación a través del método criterio de expertos siendo en este caso los validadores:

Especialista 1: Mg. Viorica Agurto Hurtado, en la constancia de validación señaló todos los rubros de pautas y cuestionarios como Muy Bueno.

Especialista 2: Dra. Jesús María Sandoval Valdiviezo, en la constancia de validación señaló todos los rubros de pautas y cuestionarios como Muy Bueno.

Especialista 3: Dr. Dayron Lugo Denis en la constancia de validación señaló todos los rubros de pautas y cuestionarios como Muy Bueno. (Anexo 3 constancia de validación)

**Tabla 2 Validación de Expertos**

<b>N°</b>	<b>Datos del Experto</b>	<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de Validez</b>
01	Mg. Viorica Agurto Hurtado	Abogado	Muy bueno
02	Dra. Jesús Sandoval Valdiviezo	Docente	Muy bueno
03	Dr. Dayron Lugo Denis	Docente	Muy bueno

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.

Para determinar si el instrumento aplicado era confiable, se utilizó el programa SPSS 25, donde se ingresó las preguntas que forman parte del cuestionario, y se utilizó una muestra piloto de 10 personas, obteniendo el siguiente resultado (Anexo 4 tabla de confiabilidad de instrumentos).

### **3.5. Procedimiento.**

Con respecto al cuestionario dirigido a Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios jurídicos que hay en Piura, su aplicación se proyectó de manera virtual, para la tercera semana del mes de junio, obteniendo un total de 10 encuestados. En cuanto al cuestionario dirigido a Abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura, se proyectó remitiéndoles a sus correos, encuestando de este modo a 10 abogados, para el período de la tercera semana de junio, en la cual se entregó a los Abogados el instrumento, coordinando las fechas para su posterior entrega, se culminó con la recepción de la totalidad instrumentos aplicados.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Posteriormente de la recolección de datos mediante los cuestionarios se aplicó el programa estadístico SPSS versión 25, en el cual se evaluará la confiabilidad lograda por los instrumentos de medición luego, mediante el programa Excel se analizaron los datos, lo cual permitieron preparar los resultados para la discusión de la investigación.

Según Ramírez (2010) la hermenéutica es una técnica que tiene como objetivo interpretar, comprender textos. El Método hermenéutico se utilizó para la interpretación descriptiva de los resultados.

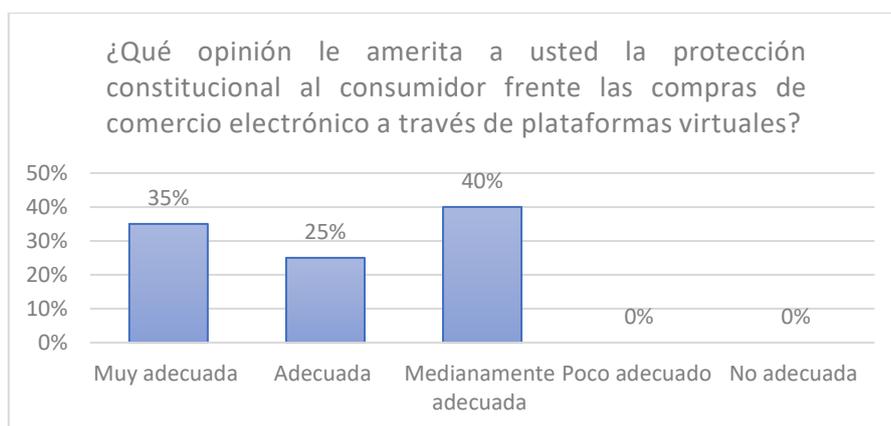
### **3.7. Aspectos éticos**

La investigación se ha realizado basándose en los hechos que se presentan a diario con consecuencias jurídicas, reflejada con la bibliografía obtenida de bibliotecas virtuales; además las opiniones de Juristas, la cita concuerda con las normas APA Sexta Edición, por ello, la investigación no contiene plagio. Cabe precisar que, la valoración emitida por los encuestados se empleó con fines investigativos.

#### IV. RESULTADOS

Resultados del cuestionario dirigido a Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos que hay en Piura

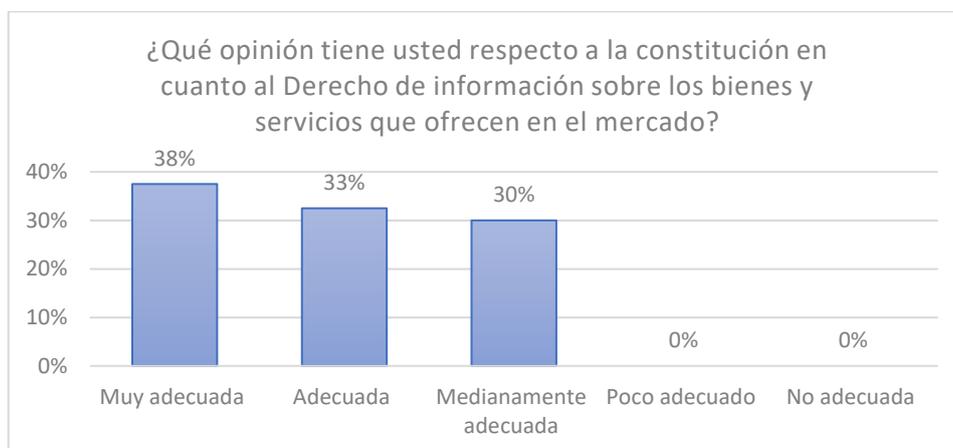
Figura N° 1: ¿Qué opinión le amerita a usted la protección constitucional al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** Como se Observa en el Grafico N° 01 que un 35% de la población encuestada considera que es muy adecuada el uso de plataformas virtuales para compras de Comercio electrónico, en tanto un 25 % considera adecuado, mientras que un 40 % considera que es medianamente adecuada

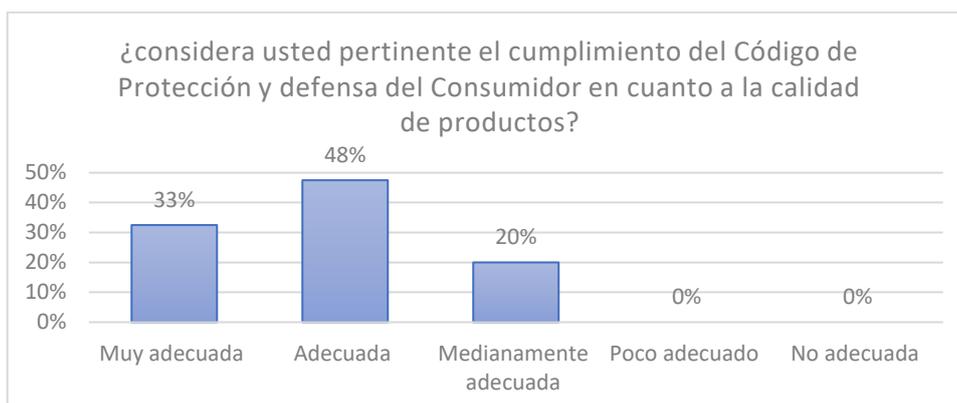
Figura N° 2: ¿Qué opinión tiene usted respecto a la constitución en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** Como se Observa en el Grafico N° 02 que un 38% de la población encuestada considera que es muy adecuada el derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado, en tanto un 33 % considera adecuado, mientras que un 30 % considera que es medianamente adecuada

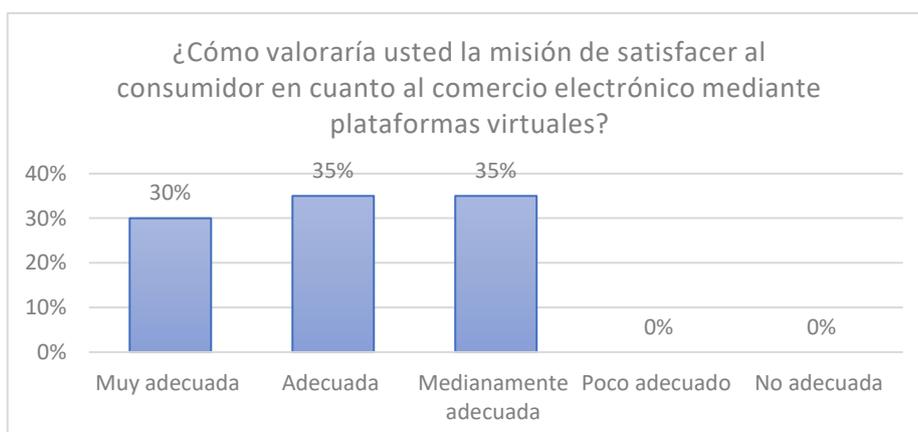
Figura N° 3: ¿considera usted pertinente el cumplimiento del Código de Protección y defensa del Consumidor en cuanto a la calidad de productos?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 03 un 33% de la población encuestada considera que es muy adecuada el cumplimiento del Código de Protección y defensa del Consumidor en cuanto a la calidad de productos, en tanto un 48 % considera adecuado, mientras que un 20 % considera que es medianamente adecuada

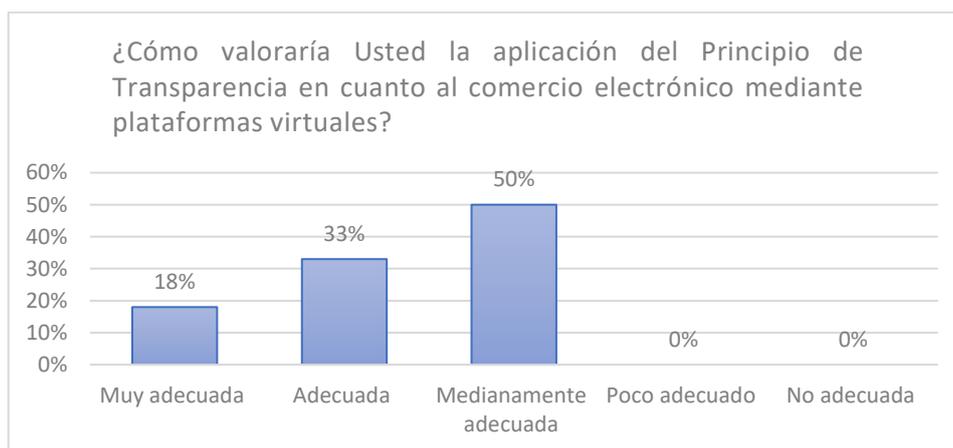
Figura N° 4: ¿Cómo valoraría usted la misión de satisfacer al consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 04 un 30% de la población encuestada considera que es muy adecuada la misión de satisfacer al consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales, en tanto un 35 % considera adecuado, mientras que un 35 % considera que es medianamente adecuada.

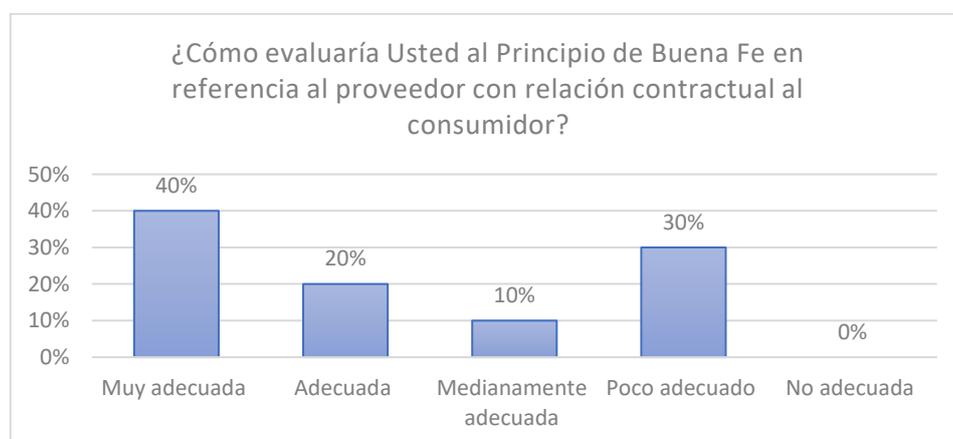
Figura N° 5: ¿Cómo valoraría Usted la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 05 un 18% de la población encuestada considera que es muy adecuada la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales, en tanto un 33 % considera adecuado, mientras que un 50 % considera que es medianamente adecuada.

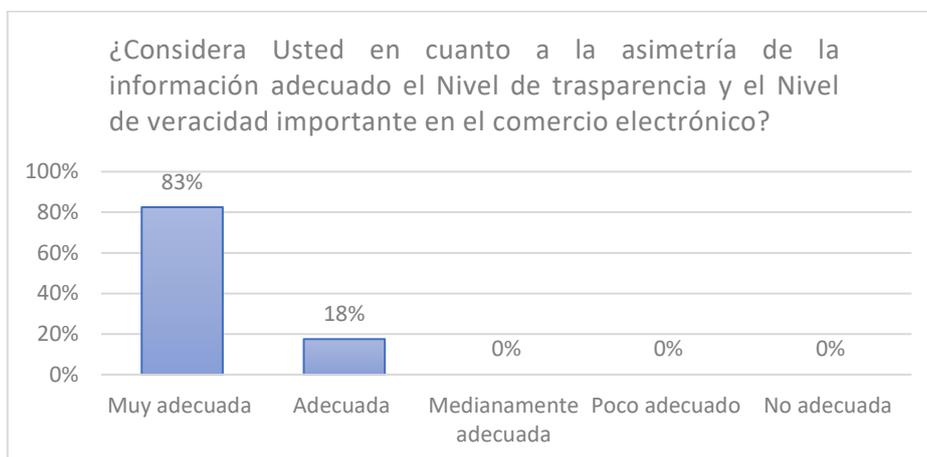
Figura N° 6: ¿Cómo evaluaría Usted al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 06 un 40% de la población encuestada considera que es muy adecuada el al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor, en tanto un 30% considera Poco adecuado.

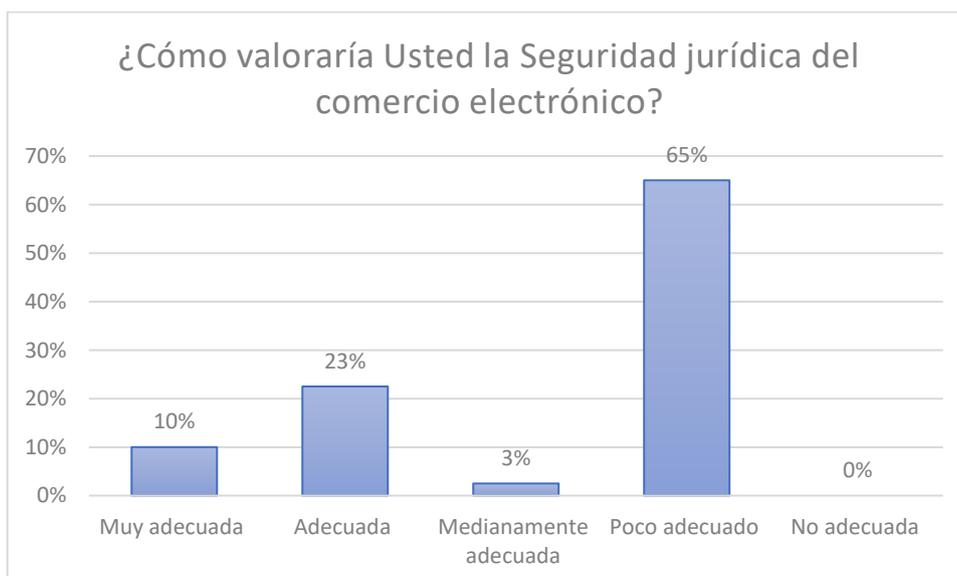
Figura N° 7: ¿Considera Usted en cuanto a la asimetría de la información adecuado el Nivel de transparencia y el Nivel de veracidad importante en el comercio electrónico?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 07 un 83% de la población encuestada considera que es muy adecuada el Nivel de transparencia y el Nivel de veracidad importante en el comercio electrónico, en tanto un 18% considera Adecuada

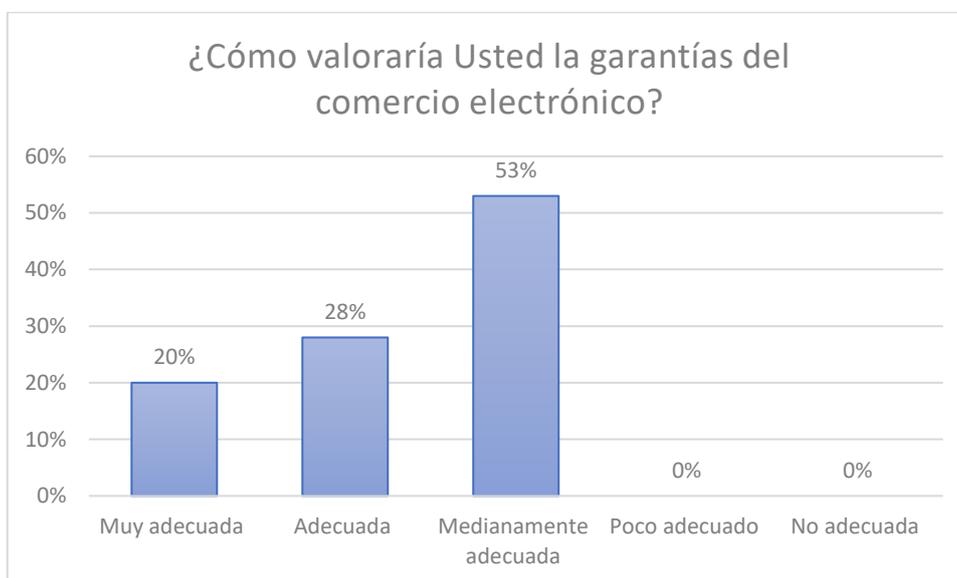
Figura N° 8: ¿Cómo valoraría Usted la Seguridad jurídica del comercio electrónico?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 08 un 23% de la población encuestada considera que es adecuada la Seguridad jurídica del comercio electrónico, en tanto un 65% considera Poco adecuada.

Figura N° 9: ¿Cómo valoraría Usted las garantías del comercio electrónico?



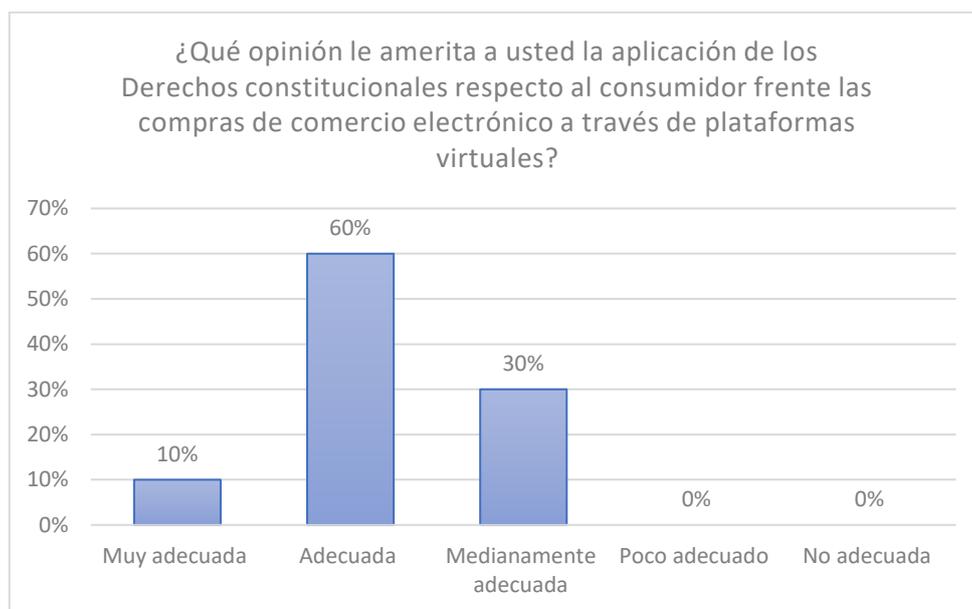
Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

Interpretación:

En el Grafico N° 09 un 20% de la población encuestada considera que es muy adecuada el tema de las garantías del comercio electrónico, en tanto un 53% considera medianamente adecuada.

## cuestionario dirigido a abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura

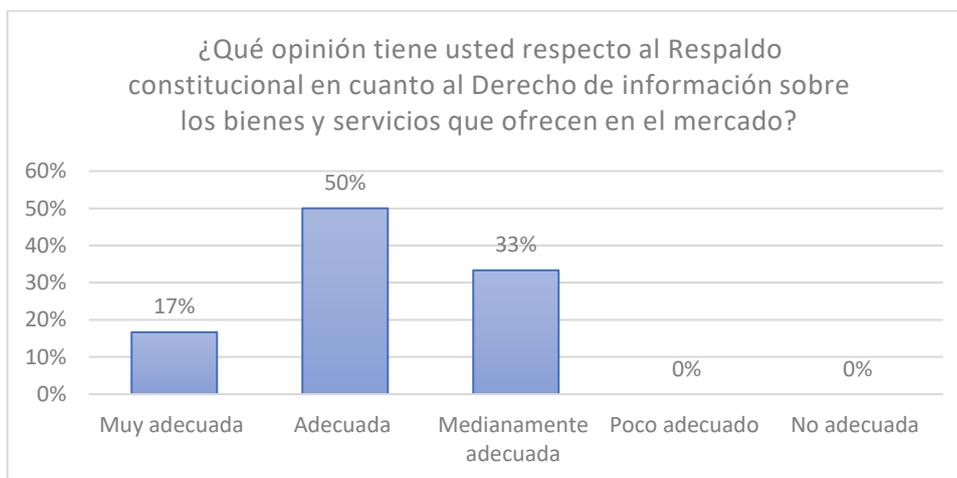
Figura N° 10: ¿Qué opinión le amerita a usted la aplicación de los Derechos constitucionales respecto al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 09 un 60% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es muy adecuada usted la aplicación de los Derechos constitucionales respecto al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales, en tanto un 30% considera medianamente adecuada.

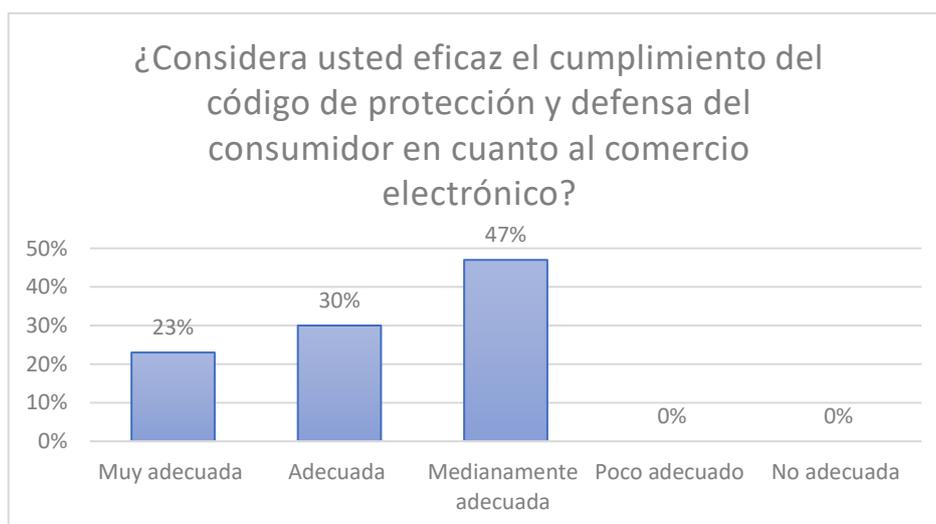
Figura N° 11: ¿Qué opinión tiene usted respecto al Respaldo constitucional en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 11 un 50% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es adecuada al Respaldo constitucional en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado, en tanto un 33% considera medianamente adecuada.

Figura N° 12: ¿Considera usted eficaz el cumplimiento del código de protección y defensa del consumidor en cuanto al comercio electrónico?

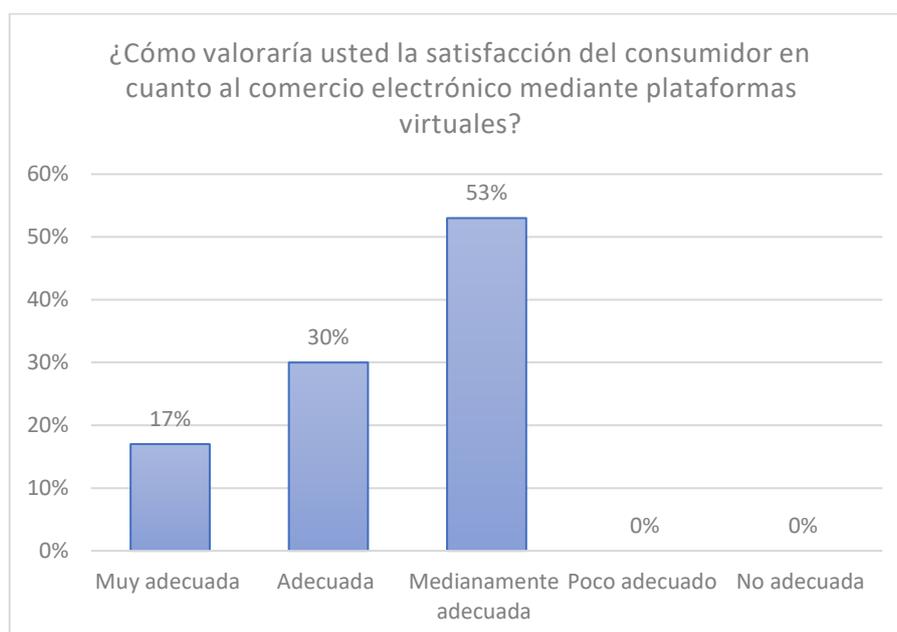


Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

### Interpretación:

En el Grafico N° 12 un 23% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es muy adecuada el cumplimiento del código de protección y defensa del consumidor en cuanto al comercio electrónico, en tanto un 47% considera medianamente adecuada.

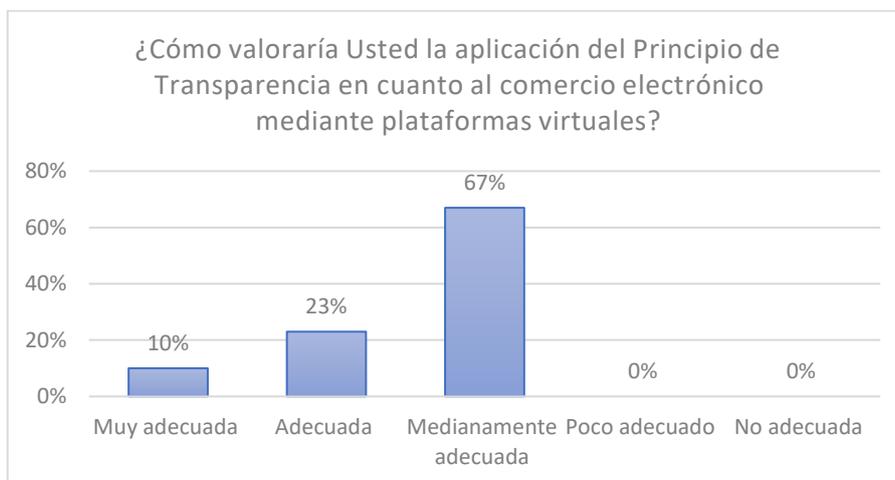
Figura N° 13: ¿Cómo valoraría usted la satisfacción del consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 13 un 30% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es adecuada la satisfacción del consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales, en tanto un 53% considera medianamente adecuada

Figura N° 14: ¿Cómo valoraría Usted la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?

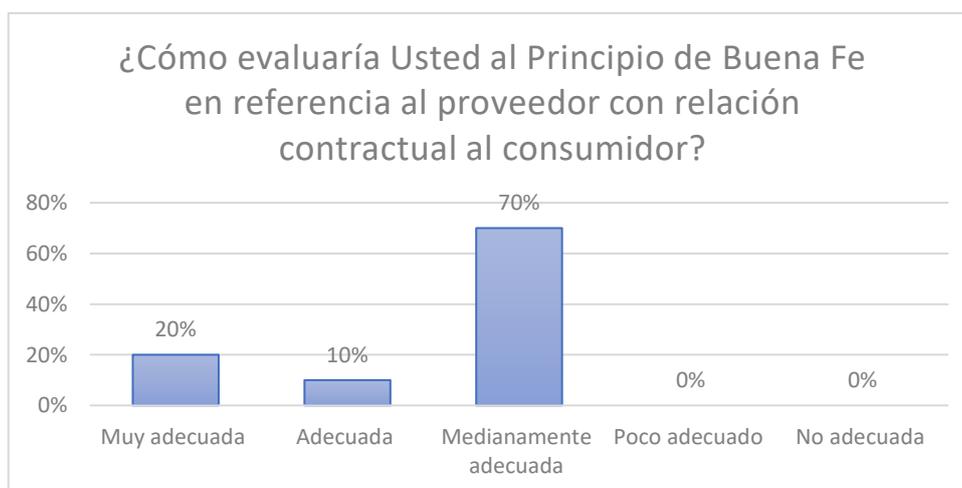


Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:**

En el Grafico N° 14 un 10% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es adecuada la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales, en tanto un 67% considera medianamente adecuada

Figura N° 15: ¿Cómo evaluaría Usted al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor?

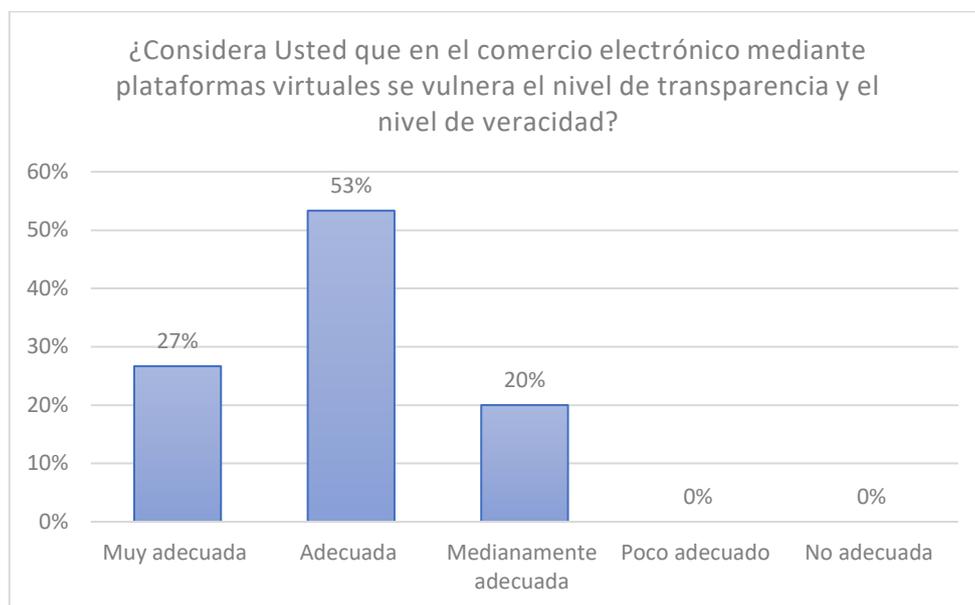


Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

Interpretación:

En el Grafico N° 15 un 70% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es medianamente adecuada El principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor, en tanto un 20% considera Muy adecuada

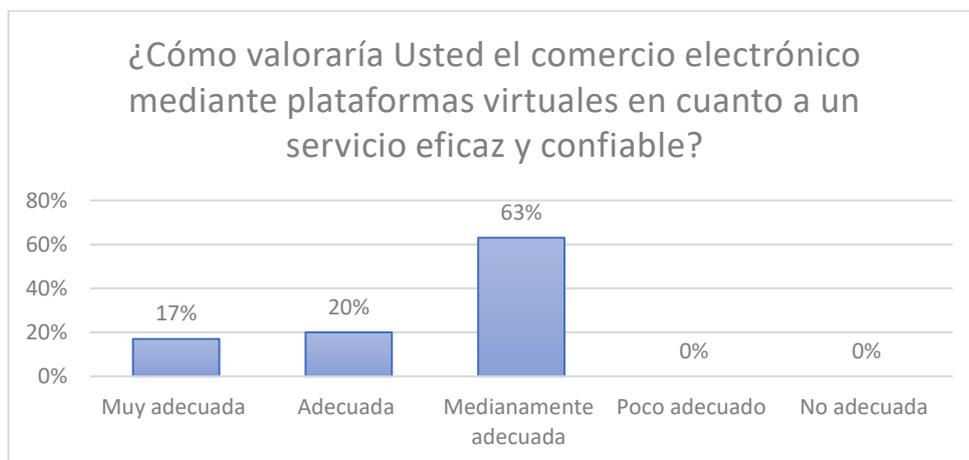
Figura N° 16: ¿Considera Usted que en el comercio electrónico mediante plataformas virtuales se vulnera el nivel de transparencia y el nivel de veracidad?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:** En el Grafico N° 16 un 53% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es adecuada el comercio electrónico mediante plataformas virtuales se vulnera el nivel de transparencia y el nivel de veracidad, en tanto un 20% considera Medianamente adecuada

Figura N° 17: ¿Cómo valoraría Usted el comercio electrónico mediante plataformas virtuales en cuanto a un servicio eficaz y confiable?

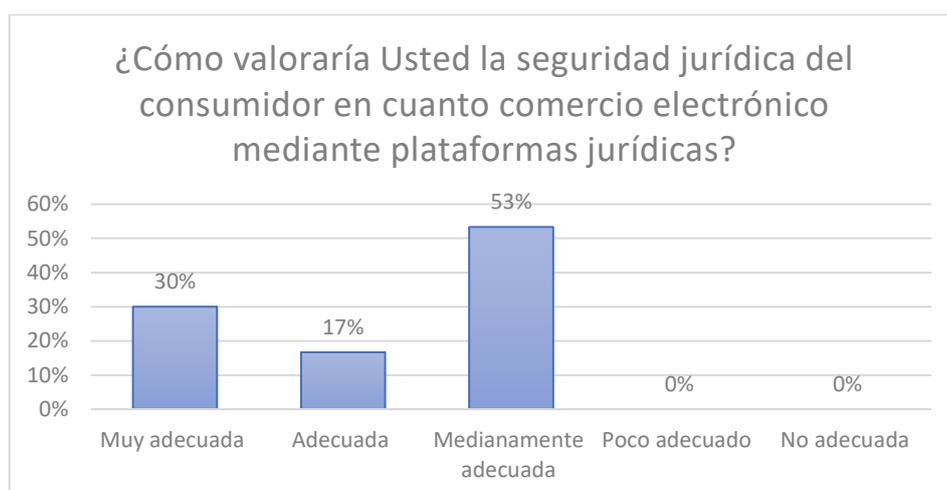


Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

### Interpretación:

En el Grafico N° 17 un 17% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es adecuada el comercio electrónico mediante plataformas virtuales en cuanto a un servicio eficaz y confiable, en tanto un 63% considera Medianamente adecuada

Figura N° 18: ¿Cómo valoraría Usted la seguridad jurídica del consumidor en cuanto comercio electrónico mediante plataformas jurídicas?



Fuente: Cuestionario  
Elaboración propia del investigador

**Interpretación:**

En el Grafico N° 17 un 30% de la población de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura considera que es muy adecuada la seguridad jurídica del consumidor en cuanto comercio electrónico mediante plataformas jurídicas, en tanto un 17% considera adecuada y un 53 % Medianamente adecuada.

## V. DISCUSIÓN.

En el presente estudio, Se investigó sobre las causas que conllevan a la Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020. Causando de esta manera una afectación al consumidor.

En referencia de los antecedentes nacionales, el antecedente de análisis *“Aplicación del Deber de Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones en Lima”*, del autor Suarez (2018), que fue desarrollada en la universidad autónoma del Perú, Se puede apreciar, que la encuesta que fue utilizada para la recopilación de datos; donde se obtuvo como resultado en una de las preguntas, el 80% de los especialistas están totalmente de acuerdo en que la deficiencia en la aplicación del deber de idoneidad, se deba a que el abastecedor presta un servicio ineficiente.

La información mencionada tiene relación con los frutos conseguidos en este trabajo de averiguación, teniendo en cuenta que en el cuestionario dirigido a abogados que trabajan en el INDECOPI de Piura. Un 63% de la población señalan que es medianamente adecuado que los comercios electrónicos mediante plataformas virtuales no ofrecen un servicio eficaz y confiable.

ambos estudios concurren en definir que la deficiencia de la inaplicación del deber de idoneidad se debe a un servicio ineficiente por parte del proveedor, así como los comercios electrónicos mediante plataformas virtuales no ofrecen un servicio eficaz, causando de esta manera una afectación, perjuicio al consumidor.

Por otro lado, en la investigación, titulada *“Causas de la Seguridad Jurídica en el Comercio Electrónico: Información Asimétrica, Incumplimiento del Deber de Idoneidad y Publicidad Engañosa”* de los autores, Lázaro y Ramírez (2019) desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, donde se puede apreciar que, para la recopilación de datos, se trabajó con la población de los clientes y usuarios del comercio mediante plataformas virtuales en la ciudad de Lima-Perú, en los años 2014-2018.

Donde se logra como resultado en una de las preguntas, que el comercio electrónico no se encuentra tipificado en nuestro País, se aplica las mismas normas

de la negociación tradicional. No hay leyes que asignen que información debe proponer el abastecedor en sus plataformas virtuales.

Sin embargo, en los frutos percibidos en el presente análisis, el 47% representado por abogados que trabajan en el INDECOPI de Piura, señalan que es medianamente adecuado, eficaz el cumplimiento del código de protección y defensa del consumidor en cuanto al comercio electrónico.

Ambos análisis coinciden en precisar que el código de protección y defensa del consumidor no es tan eficaz en cuanto la aplicación del grupo de leyes y principios para controlar el comercio electrónico de manera virtual, no está regulado en nuestro país, se aplica las mismas normas del comercio tradicional.

En lo que concierne en el estudio, titulado: *“Plataformas Digitales que facilitan transacciones de consumo: delimitación de responsabilidades de los proveedores frente a los usuarios finales en el marco del derecho de protección al consumidor”*

Del autor Vaisman (2018), desarrollada en la Universidad de Piura, donde se puede observar que en una sus conclusiones aducen que la protección al consumidor consiste en la presencia de asimetría informativa y organizativa en las relaciones entre consumidores y proveedores, que ubica a este último en una situación de superioridad frente al consumidor. Para evitar que el proveedor utilice esa ventaja en perjuicio del mercado, se dictamina esta protección especial que trata de contra prestar esta irregularidad.

Sin embargo, en los resultados obtenidos en la presente investigación, el 83% representado por Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos que hay en Piura, señalan que es muy adecuada el Nivel de transparencia y el Nivel de veracidad importante en el comercio electrónico porque esto va a permitir que el consumidor tenga el mismo nivel de información que el proveedor al momento de adquirir un producto mediante las plataformas virtuales.

Cabe resaltar que los análisis coinciden en determinar en la gran importancia que tiene la asimetría de la información por parte del proveedor hacia el consumidor para poder una buena relación contractual.

En referencia de los antecedentes internacionales, el antecedente de investigación titulada "*Las garantías jurídicas de los usuarios del comercio electrónico*", del autor Cárdenas (2015), que fue desarrollada en la universidad de las Palmas de Gran Canaria (España), se aprecia en una de sus conclusiones que en efecto, el comercio electrónico demanda un gran nivel de seguridad para su apropiado funcionamiento y en este sentido, porque este nuevo sistema de contratación tiene un desarrollo de manera imparable y será la solución más adecuada en un futuro próximo, por lo que requiere garantizar el acceso y la seguridad al momento de utilizar las plataformas virtuales para que no sean un obstáculo a su desarrollo.

La información mencionada guarda cierta relación con los resultados obtenidos en este trabajo de investigación, teniendo en cuenta que en el cuestionario dirigido a Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos que hay en Piura. Un 65% de la población señalan que en la actualidad es poco adecuado la seguridad jurídica del comercio electrónico en la adquisición de productos mediante plataformas virtuales.

En conclusión, ambas investigaciones concuerdan que en la actualidad no existen una seguridad jurídica que proteja al consumidor, al momento de utilizar las plataformas virtuales para efectuar el comercio electrónico, es por ello que resulta importante brindarle una protección al consumidor a través de un conjunto de normas y principios con la finalidad que el consumidor se sienta satisfecho y seguro al momento de acceder al comercio electrónico mediante plataformas virtuales.

Por otro lado, en la investigación titulada: "*La Protección a los Consumidores en el Ámbito del Comercio Electrónico del Ecuador análisis de la eficacia de la norma*", del autor Villafuerte (2017), que fue desarrollada en la Universidad de las Américas de Ecuador, el autor menciona en una de sus conclusiones que tanto la legislación ecuatoriana precisamente la ley de comercio electrónico, así como la ley de defensa del consumidor, a pesar de identificar legalmente alguno de sus componentes que intervienen en el comercio electrónico, no resulta adecuado, ni suficiente considerando a que poseen errores sobre el tema, motivos por los que debe implementarse mejoras legales que permitan avalar esta actividad y a sus consumidores para con ellos brindar la seguridad necesaria.

En referencia al presente análisis tiene cierta correspondencia con los resultados obtenidos en este trabajo de investigación, teniendo en cuenta que en el cuestionario dirigido a abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura. Un 74% de la población señalan que en la actualidad es medianamente adecuado el cumplimiento del código de protección y defensa del consumidor en cuanto al comercio electrónico.

ambas investigaciones coinciden en determinar que tanto la legislación peruana como la legislación ecuatoriana no resultan tan eficientes para brindarle adecuada protección al consumidor frente al comercio electrónico. por ende, es necesario la regulación de este tipo de actividades para que el consumidor se sienta seguro y protegido.

En lo que respecta a la investigación titulada: *“La eficacia del estatuto del consumidor en perspectiva de Derecho comparado de Colombia y la unión europea”*, del autor a Aguirre (2015), que fue desarrollada en la Universidad de Colombia, el autor hace mención en una de sus conclusiones que, los consumidores tienen normas tanto nacionales y es necesario fortalecer en la índole internacional como el fin de amparar todas las relaciones comerciales, Garantizando en los mercados la protección del sujeto consumidor, que tiene derechos y obligaciones adquiridos.

En referencia al presente análisis tiene cierta correspondencia con los resultados obtenidos en este trabajo de investigación, teniendo en cuenta que en el cuestionario dirigido a abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura. Un 60% de la población señalan que en la actualidad es adecuada la aplicación de los Derechos constitucionales respecto al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales.

cabe precisar que ambos estudios afirman sobre la importancia de fortalecer el sistema normativo tanto nacional como internacional con la finalidad de regular y proteger las actividades comerciales a través de un conjunto de normas, principios y derechos que se vean respaldados por leyes y derechos constitucionales a fin de evitar la vulneración de la relación contractual hacia el consumidor.

## VI. CONCLUSIONES

1. La conexión entre el comprador y el abastecedor va evolucionando con el paso del tiempo. Hoy en día contamos con consumidores que hacen uso plataformas de comercio electrónico que sirven para adquirir servicios o bienes utilizando una computadora con apoyo del internet.
2. La asimetría informativa consiste en que uno de los contratantes, en este caso el abastecedor, tiene mayor información sobre los bienes o productos que se ofrecen mediante una plataforma virtual a los consumidores, es por este motivo que el consumidor es el más afectado ya que no tiene un contacto directo, físico con el producto y no cuenta con toda la información adecuada a cerca del producto o servicio.
3. La sociedad no está conforme con nuestro sistema normativo, pues presenta vacíos legales referente a la actividad de la negociación virtual. Si bien es cierto el artículo 1 del Código mencionado, afirma los derechos que tiene como consumidores a un resguardo efectivo de la compra de artículos y servicios, esto no siempre se ve reflejado en la realidad ya que como hemos visto en los resultados de las encuestas una gran parte de consumidores no se encuentran del todo seguro o confiados al momento de utilizar estas plataformas de comercio electrónico.
4. Si bien es cierto las negociaciones mediante plataformas virtuales, es un gran progreso de la tecnología y la globalización, muchas personas aún siguen desconfiando de este tipo de comercio, debido a la serie de inconvenientes que se exponen como el obstáculo de no tener una relación directa con el abastecedor, de no tener un contacto físico, surgiendo un nivel de desprotección, pues las leyes vigentes no son competentes.  
Cabe señalar que como no existe un código específico que se encargue de regular el comercio electrónico de manera virtual, esto conlleva a una serie de incertidumbre jurídica, debido a que uno de los fines de la seguridad jurídica es la existencia de un sistema jurídico aplicable adecuado, dando de esta manera a las personas la confianza. Por ende, al no existir una adecuada regulación de acuerdo a las exigencias propias del comercio electrónico en la actualidad se vulnera la seguridad jurídica.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Al Congreso de la República del Perú, se recomienda aprobar un Proyecto de Ley que busque la regulación de compras mediante plataformas virtuales, así como la protección a los derechos del consumidor, para evitar la vulneración del deber de idoneidad en el comercio electrónico.
2. Se recomienda al Congreso de la República del Perú, modificar la Ley 29571- Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el extremo del artículo 18 referido a la idoneidad, sobre la implementación de las compras mediante plataformas virtuales, dado que, con la modificación de las compras mediante plataformas virtuales va a regular de manera específica dichos contratos, evitando así la vulneración del deber de idoneidad en el comercio electrónico.
3. Se recomienda a los abogados de Indecopi de Piura que llevan a cargo procedimientos administrativos sancionadores del deber de idoneidad que, al momento de valorar la pretensión, se pronuncien en base al comercio electrónico, mediante plataformas virtuales.
4. Se recomienda a los estudiantes de las Facultades de derecho del Perú, que utilicen esta investigación como fuente de apoyo bibliográfico para el desarrollo de sus tesis, con la finalidad de seguir investigando, sobre los casos de la vulneración del deber de idoneidad del consumidor frente al comercio electrónico e incentiven a su estudio desde la doctrinal y jurisprudencias.

## REFERENCIAS

- Aguirre, S. (2015). La eficacia del estatuto del consumidor en perspectiva de Derecho comparado: Colombia y la Unión Europea. Colombia, universidad católica de Colombia.
- Álvarez, M.T. (2015). La protección jurídica del consumidor en la contratación en general (normas imperativas y pactos al respecto). Madrid, Reus, S.A.
- Baena, P. G. M. E. (2017). Metodología de la investigación (3a. ed.). Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com> Created from bibliotecacijsp on 2018-07-30 15:51:39.
- Baena G. (2017). Metodología de la Investigación (3ed).
- Clement, J. (12 de marzo de 2019). Statista.Obtenido de Statista: <https://www.statista.com/topics/2443/us-ecommerce/>
- Cárdenas, N. (2015). Las garantías jurídicas de los usuarios del comercio electrónico. España, universidad de las Palmas de Gran Canaria. Conrado, 14(65), 36-46. Recuperado de <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Cavero, E. (2016) El distorsionado concepto de consumidor protegido en el Derecho Peruano. Lima, Revista IUS ET VERITAS 53. <https://doi.org/10.18800/iusetveritas.201701.002>
- Espinoza, E. (2018). Las Variables y su Operacionalización en la investigación Educativa.
- Espinoza, E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Parte I. Revista.
- Gómez, S. (2012). "Metodología de la investigación". México: Red Tercer Milenio.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill Education. México.
- Jiménez, F. (2017) Estudios de Derecho del Consumo Ley 1480. Colombia, universidad de la sabana.

- Lázaro, D. y Ramírez, S. (2019) Causas de la Seguridad Jurídica en el Comercio Electrónico: Información Asimétrica, Incumplimiento del Deber de Idoneidad y Publicidad Engañosa, Perú. Universidad Nacional de Trujillo.
- Oviedo, M., Moreno M. (2014) Remedios del consumidor frente a fallas de calidad e idoneidad del producto. Colombia, Revistas de Derecho Privado. <https://www.redalyc.org/pdf/3600/360033222007.pdf>
- Oropeza, D. K. (2014). La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano. México, Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Paños, A. (2014) Derechos y Garantías del consumidor en el ámbito contractual. España, universidad de Ameira
- Ramos, E. (2016) La Responsabilidad del Proveedor por la falta de idoneidad en Bienes Producidos en Masa y su contraposición con el sistema de Garantías contemplado en las normas de protección al consumidor. Lima, Equipo Derecho Mercantil.
- Resolución Final N° 0453-2018/PS (Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos 2018 de abril de 2018).
- Resolución Final N° 0005-2018/PS3,1538-2017/ps3 (Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3 3 de enero de 2018)
- Resolución Final N° 0289-2018/ps3,1434-2017/PS (Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de protección al consumidor n°3 (OPS) 5 de marzo de 2018
- Suarez, I. (2018). Aplicación del Deber de Idoneidad en el servicio de telecomunicaciones en Lima. Perú, Universidad autónoma del Perú.
- Sosa, H. (2015). El Derecho de Desistimiento como mecanismo protector del consumidor en la contratación electrónica (1 ed). España, Universidad de Salamanca
- Tejada. F. B. (29 de abril de 2020). Ecommercenews. Obtenido de ecomercesnews:

<https://www.statista.com/topics/2443/us-ecommerce/>

Villafuerte, W. (2017). La Protección a los Consumidores en el Ámbito del Comercio Electrónico del Ecuador análisis de la eficacia de la norma. Ecuador, Universidad de las Américas.

Vaisman, S. (2018) Plataformas Digitales que facilitan transacciones de consumo: delimitación de responsabilidades de los proveedores frente a los usuarios finales en el marco del derecho de protección al consumidor. Perú, Universidad de Piura.

Valderrama, C. L. (2014). Perspectivas del Derecho del consumo. Colombia, Universidad Externado, Colombia

## **ANEXOS**

## Anexo 1.- Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumentos
<b>V. I.</b> <b>La vulneración del deber de idoneidad</b>	El código de protección y defensa del consumidor en su artículo 18 la idoneidad hace referencia a lo que un consumidor espera recibir y lo que obtiene como resultado de una compra, en relevancia a lo que se le ha ofrecido como es el caso de la publicidad, información y	La idoneidad es aquella que cuando el consumidor adquiere un producto, este producto no cumple con sus expectativas de acuerdo a la publicidad o precio	Respaldo constitucional	-Protección a los derechos de los consumidores. -Derecho a la información	nominal	Cuestionario
			Garantías de la ley, código de protección y defensa del consumidor	-la calidad de los productos -La misión de satisfacer al consumidor		
			aplicación de los principios	- Principio de Transparencia. - Principio de Buena Fe.		
<b>V.D.</b> <b>Compras a Través de Plataformas Virtuales de</b>	La organización mundial de comercio lo define como “la producción, distribución,	El comercio electrónico es aquel donde dos o más personas hacen un negocio de manera	-asimetría de información, - calidad del servicio	-Nivel de transparencia -Nivel de veracidad	nominal	Cuestionario

<b>Comercio Electrónico</b>	comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”	virtual sin necesidad de estar presente físicamente, a través de plataformas virtuales		-Servicio eficaz, -Servicio de confiabilidad		
			-El comercio electrónico	-Seguridad jurídica del comercio electrónico - efectividad del comercio electrónico -garantías del comercio electrónico -beneficios de la globalización económica -		
			-la globalización económica			

## Anexo 2.- instrumento de recolección de datos.

### Cuestionario dirigido a Abogados especialistas en Derecho al Consumidor de los estudios Jurídicos de Piura.



### cuestionario dirigido a Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos que hay en Piura.

**Objetivo:** Analizar las opiniones de Abogados especialistas en Derecho de Protección al Consumidor de los estudios Jurídicos de Piura sobre las causas que permiten la vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico.

**Consigna:** El cuestionario pretende determinar la pertinencia de los argumentos Jurídicos que conllevan a la Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico. Su opinión sincera será de gran utilidad para desarrollar una mejor relación entre el proveedor y el consumidor al momento de adquirir un producto mediante plataformas virtuales de comercio electrónico.

#### Datos Generales del encuestado:

Cargo. \_\_\_\_\_

Años de experiencia en el cargo. \_\_\_\_\_

Nombre de la Estudio Jurídico. \_\_\_\_\_

1. ¿Qué opinión le amerita a usted la protección constitucional al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales?

Muy adecuada

Adecuada

Medianamente adecuada

Poco adecuado

No adecuada

2. ¿Qué opinión tiene usted respecto a la constitución en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado?

Muy adecuada

Adecuada

Medianamente adecuada

Poco adecuado

No adecuada

3. ¿Considera usted pertinente el cumplimiento del Código de Protección y defensa del Consumidor en cuanto a la calidad de productos?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

4. ¿Cómo valoraría usted la misión de satisfacer al consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

5. ¿Cómo valoraría Usted la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

6. ¿Cómo evaluaría Usted al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

7. ¿Considera Usted en cuanto a la asimetría de la información adecuado el Nivel de transparencia

y el Nivel de veracidad importante en el comercio electrónico?

- Muy adecuada
- Adecuada

- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

8. ¿Cómo valoraría Usted la Seguridad jurídica del comercio electrónico?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

9. ¿Cómo valoraría Usted las garantías del comercio electrónico?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

Observaciones:

---

---

---

Agradeceremos su participación en el desarrollo del siguiente cuestionario que tiene por propósito conocer La Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020.



## **cuestionario dirigido a abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura.**

**Objetivo:** analizar las opiniones de abogados que trabajan en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Piura. sobre las causas que permiten la vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico.

**Consigna:** El cuestionario pretende determinar la pertinencia de los argumentos jurídicos que conllevan a la Vulneración del Deber de idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico. Su opinión sincera será de gran utilidad para desarrollar una mejor relación entre el proveedor y el consumidor al momento de adquirir un producto mediante plataformas virtuales de comercio electrónico.

### **Datos Generales del encuestado:**

Cargo. \_\_\_\_\_

Años de experiencia en el cargo. \_\_\_\_\_

Nombre de la Institución \_\_\_\_\_

1. ¿Qué opinión le amerita a usted la aplicación de los Derechos constitucionales respecto al consumidor frente las compras de comercio electrónico a través de plataformas virtuales?

Muy adecuada

Adecuada

Medianamente adecuada

Poco adecuado

No adecuada

2. ¿Qué opinión tiene usted respecto al Respaldo constitucional en cuanto al Derecho de información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado?

Muy adecuada

Adecuada

Medianamente adecuada

Poco adecuado

No adecuada

3. ¿Considera usted eficaz el cumplimiento del código de protección y defensa del consumidor en cuanto al comercio electrónico?

Muy adecuada

- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

4. ¿Cómo valoraría usted la satisfacción del consumidor en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

5. ¿Cómo valoraría Usted la aplicación del Principio de Transparencia en cuanto al comercio electrónico mediante plataformas virtuales?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

6. ¿Cómo evaluaría Usted al Principio de Buena Fe en referencia al proveedor con relación contractual al consumidor?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

7. ¿Considera Usted que en el comercio electrónico mediante plataformas virtuales se vulnera el nivel de transparencia y el nivel de veracidad?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

8. ¿Cómo valoraría Usted el comercio electrónico mediante plataformas virtuales en cuanto a un servicio eficaz y confiable?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

9. ¿Cómo valoraría Usted la seguridad jurídica del consumidor en cuanto comercio electrónico mediante plataformas jurídicas?

- Muy adecuada
- Adecuada
- Medianamente adecuada
- Poco adecuado
- No adecuada

Observaciones:

---

---

---

Agradeceremos su participación en el desarrollo del siguiente cuestionario que tiene por propósito conocer La Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020.



FICHA DE VALIDACIÓN

TEMA DE TESIS: "La Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020."

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVAC.
		0	5	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	5	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			✓							
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			✓							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			✓							
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			✓							
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			✓							

Anexo 3.- constancias de validación.



### CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Vionica C Asurto Hurtado con DNI N° 02873540 registrado con código N° SUNEDU ICAP 843 de profesión Abogada desempeñándome actualmente como Docente Universitario; en la Universidad \_\_\_\_\_; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

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

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 23 de Junio del 2020

Apellidos y Nombres : Asurto Hurtado, Vionica Cecilia  
 DNI : 02873540  
 Especialidad : Derecho Laboral - Protección al Consumidor  
 E-mail : Dyosocados@gmail.com



**FICHA DE VALIDACIÓN**

**TEMA DE TESIS: "La Vulneración del Deber de Idoneidad en las compras a través de plataformas virtuales de comercio electrónico en el Perú 2020."**

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



## CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Dra. JESÚS MARÍA SANDOVAL VALDIVIEZO con DNI N° 02629159 registrado con código N° SUNEDU N° 922 de profesión ABOGADO desempeñándome actualmente como Docente Universitario; en la Universidad CÉSAR VALLEJO- PIURA; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

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

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

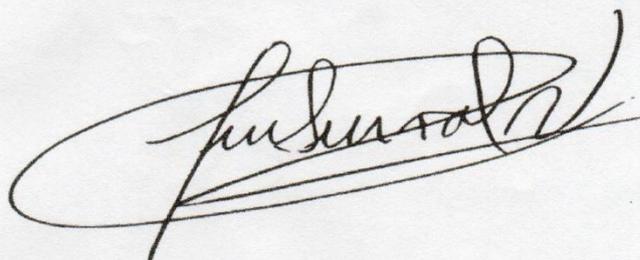
En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 22 de junio del 2020.

Apellidos y Nombres : SANDOVAL VALDIVIEZO JESÚS MARÍA

DNI : 02629159\_\_\_\_\_

Especialidad : DERECHO\_\_\_\_\_

E-mail : centroreynapiura@hotmail.com





6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación										
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación										
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores										
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación										

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

Piura, 24 de Junio de 2020.

Dayron Juso Denis

001911323  
943174038

djusos@ucv.edu.pe

FIRMA

### CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Dayron Luis Denis con carnet de extranjería N° 001911323 registrado con código N° SUNEDU 4622-2018 de profesión Abogado desempeñándome actualmente como Docente Universitario; en la Universidad Cesar Vallejo Filial Piura; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

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

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

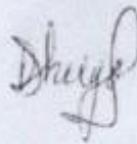
En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 24 de Junio del 2020

Apellidos y Nombres : Luis Denis Dayron

Carnet de Extranjería : 001911323

Especialidad : Derecho Notarial - Derecho Consumidor

E-mail : dlugo@ucv.edu.pe



#### **Anexo 4.- Tabla de Confiabilidad de Instrumentos.**

##### **Cuestionario Abogados de estudios jurídicos**

###### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,823	9

##### **Cuestionario de Abogados de Indecopi**

###### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	9