



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

TESIS

PARADOJA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO CON LOS RIESGOS Y
BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
POR INTERNET

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ABOGADO**

AUTOR

WILSON BORI RODRIGUEZ VARGAS
ORCID: 0000-0003-0594-5196

ASESOR

DR. JOSE MARIO OCHOA PACHAS
ORCID: 0000-0002-0675-2196

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO DE LA CIENCIA JURÍDICA

LIMA, PERÚ, JULIO DE 2023



CC BY-NC-SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

Referencia bibliográfica

Rodriguez Vargas, W. B. (2023). *Paradoja del comercio electrónico con los riesgos y beneficios que asume el consumidor de productos y servicios por internet* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Wilson Bori Rodriguez Vargas
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	10209607
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0594-5196
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Jose Mario Ochoa Pachas
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	07588319
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0675-2196
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Jessica Patricia Huali Ramos Vda. De Afán
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	42686844
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Marlene Irma Olivares Vidal
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08671109
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Ángel Espinoza Pajuelo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10594662
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Paradoja del comercio electrónico con los riesgos y beneficios que asume el consumidor de productos y servicios por internet
Línea de investigación Institucional	Persona, Sociedad, Empresa y Estado
Línea de investigación del Programa	Enfoque interdisciplinario de la Ciencia Jurídica
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.05.01



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

Facultad de Ciencias Humanas y de la Salud

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima el Jurado de Sustentación de Tesis conformado por la Mg. Jessica Patricia Huali Ramos Vda de Afan, quien lo preside; y los miembros del jurado Mg. Marlene Olivares Vidal y Dr. Luis Angel Espinoza Pajuelo; reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**"PARADOJA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO CON LOS RIESGOS Y
BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS POR INTERNET"**

Presentado por el Bachiller:

WILSON BORI RODRIGUEZ VARGAS

Para optar el Título Profesional de Abogado
luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

APROBADO POR MAYORIA

En señal de conformidad, firman los miembros del jurado a los 17 días del mes de julio del 2023.

Mg. Jessica Patricia Huali Ramos Vda de Afan
Presidente

Mg. Marlene Olivares Vidal
Secretario

Dr. Luis Angel Espinoza Pajuelo
Vocal

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo José Mario Ochoa Pachas con DNI 07588319 docente de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Salud de la Escuela Profesional de Derecho de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

**"PARADOJA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO CON LOS RIESGOS Y
BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS POR INTERNET"**

Del bachiller Wilson Bori Rodriguez Vargas con DNI 10209607, constato que la tesis tiene un índice de similitud de 14 % verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 10 de Julio de 2023



José Mario Ochoa Pachas

DNI 07588319

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, está dedicado a mis padres que siempre me guían desde el cielo Armando Rodríguez Ramírez y Guillermina Vargas Chumpitaz, los cuales siempre me apoyaron en mi formación como llegar a ser una persona de bien y siempre me incentivaron a terminar mis estudios, a ellos siempre mi esfuerzo y dedicación en las metas que me trazo en la vida.

AGRADECIMIENTOS

El realizar una tesis, es un trabajo que demanda de mucho esfuerzo, debido a que es uno de los trabajos finales de la culminación de una travesía de cinco años donde nos enrumbamos desde el primer ciclo cuando la universidad te acoge en sus instalaciones, y al transcurrir de los días vas escalando de ciclo en ciclo, aprendiendo y desarrollando nuevos conocimientos que van cimentando, y forjándonos como futuros profesionales, en mi caso es de la profesión de Derecho, por lo expuesto este agradecimiento va hacia los docentes de la Universidad Autónoma del Perú, que han hecho posible instruirme en el conocimiento del derecho y también de los conocimientos generales, nos hacen redescubrir los saberes previos, como todo buen ciudadano lo debe de saber.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1. Realidad problemática.....	11
1.2. Formulación del problema.....	12
1.3. Justificación e importancia de la investigación.....	12
1.4. Objetivos de la investigación: general y específicos.....	14
1.5. Limitaciones de la investigación.....	14
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de estudios.....	17
2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado	23
2.3. Definición conceptual de la terminología empleada.	27
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	31
3.2. Escenario y participantes	31
3.3. Hipótesis.....	32
3.4. Categoría – Operacionalización	32
3.5. Métodos y técnicas de investigación	33
3.6. Procesamiento de los datos.....	34
CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	
4.1. Matrices de Triangulación.....	37
4.2. Resultado de Investigación.	46
CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. Discusiones.....	50
5.2. Conclusiones.....	53
5.3. Recomendaciones.....	55
REFERENCIAS	
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Proposiciones teóricas sobre el comercio electrónico
Tabla 2	Proposiciones teóricas sobre seguridad en internet
Tabla 3	Referencia de Entrevistados
Tabla 4	Cuadro de categorización
Tabla 5	Pregunta N°1 de entrevista
Tabla 6	Pregunta N°2 de entrevista
Tabla 7	Pregunta N°3 de entrevista
Tabla 8	Pregunta N°4 de entrevista
Tabla 9	Pregunta N°5 de entrevista
Tabla 10	Pregunta N°6 de entrevista
Tabla 11	Resultado de la interpretación de la matriz N°1
Tabla 12	Resultado de la interpretación de la matriz N°2
Tabla 13	Resultado de la interpretación de la matriz N°3
Tabla 14	Resultado de la interpretación de la matriz N°4
Tabla 15	Resultado de la interpretación de la matriz N°5
Tabla 16	Resultado de la interpretación de la matriz N°6

PARADOJA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO CON LOS RIESGOS Y BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET

WILSON BORI RODRIGUEZ VARGAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo determinar los riesgos y beneficios que asume el consumidor, al adquirir productos mediante el comercio electrónico, con el avance de la tecnología y la internet ha cambiado la vida, hoy en día la internet es el espacio en donde los productos y servicios se vienen ofertando de manera virtual, lo cual se conoce como el comercio electrónico o el e-commerce, como es el caso de los servicios de televisión digital, que en la actualidad se contrata por medio de la internet, además de las ofertas que se realizan por las redes sociales, e incluso haciendo uso del aplicativo whatsapp, para la compra de productos tanto nacionales como internacionales. Por lo tanto el presente trabajo de investigación cuenta con la debida observancia de personas expertas en el tema investigado como es el comercio electrónico o e-commerce, con el fin de que sirva como lectura para los legisladores y tomen en cuenta, que los peruanos se han modernizado y vienen haciendo uso del comercio electrónico, y donde deben de analizar y optar por nuevos mecanismos de regulación en los contratos virtuales para que se enmarquen en el ámbito de la legalidad y no sean tomados como vacíos legales.

Palabras clave: riesgo, comercio, electrónico, beneficios

**PARADOX OF ELECTRONIC COMMERCE WITH THE RISKS AND BENEFITS
ASSUME BY THE CONSUMER OF PRODUCTS AND SERVICES THROUGH THE
INTERNET**

WILSON BORI RODRIGUEZ VARGAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The present research work was carried out with the objective of determining the risks and benefits assumed by the consumer, when purchasing products through electronic commerce, with the advancement of technology and the Internet has changed our lives, today the Internet It is the space where products and services have been offered virtually, which is known as electronic commerce or e-commerce, as is the case of digital television services, which are currently contracted through the internet, in addition to the offers that are made through social networks, and even using the whatsapp application, for the purchase of both national and international products. Therefore, this research work has the due observance of experts in the subject investigated, such as electronic commerce or e-commerce, in order to serve as a reading for legislators and take into account that Peruvians are They have modernized and are making use of electronic commerce, and where they must analyze and opt for new regulatory mechanisms in virtual contracts so that they are framed in the field of legality and are not taken as legal vacuums.

Keywords: risk, trade, electronic, benefits

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación cuyo título es Paradoja del comercio electrónico con los riesgos y beneficios que asume el consumidor de productos y servicios por internet, se ha realizado debido al cambio tan brusco que se viene dando en los últimos 20 años en el suelo patrio, siendo la globalización, el desarrollo tecnológico computacional, donde las personas tienen acceso a la red informática mundial más grande como es la internet.

En la actualidad toda persona que cuenta con un teléfono celular de alta gama con internet o cuenta en casa con una computadora conectada a un modem router con acceso a internet, podrá navegar y buscar los distintos productos y servicios que se ofrecen vía internet, lugar donde se viene desarrollando un vertiginoso avance en del marketing digital, en el que se puede ver que existen distintos mercados virtuales, que operan las 24 horas del día.

La educación es uno de los servicios, que también se viene ofreciendo en la red de redes, donde grandes empresas y entidades educativas nacionales como extranjeras vienen brindando sus plataformas virtuales para que las personas sigan sus estudios de manera remota, sin la necesidad de salir de casa, además de una variada cantidad de servicios que están siendo adquiridos o celebrados por los clientes a través de contratos vía web.

Es por ello, que este trabajo académico de investigación consta de cinco capítulos, en el primer capítulo se ha desarrollado el marco contextual, en el cual se encuentra la problemática con la formulación de las preguntas, una de ellas es general y dos son específicas, que requiere la investigación científica, dichas preguntas tienen relación con los objetivos que se han trazado, un objetivo general y dos objetivos

específicos, teniendo como fin obtener resultados que sustenten el presente trabajo de investigación.

El segundo capítulo está compuesto por el marco teórico, el cual tiene como base los estudios de investigación sobre el comercio electrónico, desde nacionales como internacionales, los cuales son tesis, artículos, revistas científicas, etcétera, en el que conforman los antecedentes.

Mientras que el tercer capítulo consta de la metodología de la investigación empleada, donde se ha recurrido a la recolección de datos, mediante la técnica de la entrevista a profesionales expertos en el tema sobre comercio electrónico y su respectiva legislación con el que está regulado dicha actividad económica.

El cuarto capítulo, que está determinado por el análisis e interpretación de los resultados de la investigación obtenidos, por último, el quinto capítulo se abordó las discusiones, conclusiones y recomendaciones, mostrando los resultados de los datos procesados.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Realidad problemática

El avance tecnológico, la globalización y por qué no decir también la pandemia por la que atraviesa hoy en día el planeta tierra como es la COVID-19, mal que vienen padeciendo muchos los seres humanos en los diferentes países, con un impacto de alta mortalidad, donde se transmite de persona a persona, en estos tiempos difíciles, debido a ello, el gobierno se vio la necesidad de poner a la población peruana en cuarentena y por lo consiguiente no se podía salir de casa por miedo al contagio y a la propagación de la COVID-19, por lo tanto también se ha visto afectado las actividades económicas de compra y venta de manera tradicional, por lo que se tuvo que recurrir al comercio electrónico mediante la internet.

El comercio electrónico o el e-commerce se viene dando desde que el usuario de un ordenador, utilizando una tarjeta bancaria, puede realizar sus compras en línea a los diferentes proveedores a nivel nacional como internacional, desde productos que pueden ser de línea blanca, equipos de sonido, menajes, mueblería, libros, entre otros accesorios vía web, también se puede mencionar el acercamiento a las distintas plataformas educativas que ofrecen las universidades nacionales como internacionales, en el cual muchos alumnos han logrado retomar sus estudios académicos, a nivel pregrado, así como también de postgrado de manera no presencial, lo cual lo han adquirido de una forma muy fácil, solo bastó con aceptar las condiciones, donde han realizado el llenado de formatos virtuales y realizado el pago haciendo uso de la tarjeta de crédito.

Por lo tanto con la evolución de la tecnología de información, se ha incrementado también el comercio electrónico, que ha traído consigo los riesgos de que los clientes sean víctimas de fraudes informáticos, cuando el cliente al realizar la compra de un producto que ha sido ofertado en la página web del proveedor, este no

cumple con entregar el producto, o en algunos casos al momento de entregar el producto adquirido, lo cambian por otro productos similar de menor calidad, pero también existe la otra cara de la moneda, pues al comprar de manera virtual el cliente obtiene algunos beneficios, como son las grandes ofertas de productos rebajados en su precio normal, como por ejemplo de un treinta por ciento en descuentos, dichas ofertas son adquiridas sin salir de casa, realizando una transferencia bancarizada por las páginas webs.

1.2 Formulación del problema

En esta parte de la investigación, es donde se ha planteado la problemática del presente trabajo de investigación en mención, en donde se realizó el planteamiento del problema, en el cual se ha sustentado la problemática sobre el comercio electrónico en el Perú.

Problema general

¿Cómo se interpreta los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos y servicios cuando hace uso del comercio electrónico?

Problemas específicos

¿Cómo la legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual?

¿Cuáles son las ventajas que obtiene el consumidor al usar el comercio electrónico para adquirir sus servicios y productos?

1.3 Justificación e importancia de la investigación

Este trabajo de investigación de pregrado, explica cómo se está desarrollando el comercio electrónico en el Perú, con la finalidad de contribuir a que más personas incursionen en este sistema virtual, donde se explica los riesgos que conlleva si no se tiene el debido cuidado, pero si cliente o consumidor tiene el conocimiento correcto,

sobre lo que implica el comercio electrónico pueden ser beneficiados, ya sean por las ofertas, el ahorro de tiempo, además de poder comprar en cualquier momento de las 24 del día, y que el producto llegue hasta la casa del cliente, entre otras bondades que ofrece el comercio electrónico.

Justificación teórica

La presente investigación tiene como objetivo brindar información relevante sobre los riesgos y beneficios que implica el hacer uso del comercio electrónico por parte de las personas jurídicas o también por parte de las personas naturales, que ofertan y comercializan sus productos mediante la internet a los consumidores, ya sea por sus páginas webs o por las redes sociales. Es de vital importancia el saber los pro y contras del comercio electrónico tanto para los vendedores o compradores virtuales.

Justificación practica

La presente investigación, tiene como finalidad que las personas tengan un mayor conocimiento de lo que implica usar el comercio electrónico, que riesgos asumen y que beneficios pueden obtener, y romper muchos mitos de los cuales se dice que no es una buena opción y muchos prefieren realizar sus ventas o negocios de manera tradicional, ya sea al crédito o al contado.

Justificación legal

En la presente investigación se pone de manifiesto, como las normas sustantivas, como el código civil, el código penal, el código de protección y defensa del consumidor, la ley especial 30096 de protección de delitos informáticos que regulan también el comercio electrónico en el país, el cual es una información necesaria de las normas legales que amparan jurídicamente a las personas que compran o adquieren productos por internet, siendo el marco de la legalidad del comercio electrónico en el Perú.

1.4 Objetivos de la investigación: general y específicos

Hernández et al. (2014), afirman que es de vital importancia en la investigación científica de trazar los objetivos, a donde queremos llegar con el trabajo, como es de conocimiento que algunas investigaciones solo se centran desarrollar un problema determinado, mientras otras buscar apoyar una teoría, experimentando y contrastando con la realidad.

Objetivo general

Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico

Objetivos específicos

Explicar como la legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Explicar las ventajas que obtiene el consumidor al usar el comercio electrónico para adquirir sus servicios o productos.

1.5. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que se ha tenido para lograr desarrollar el presente trabajo de investigación, es que debido a que la actividad económica del comercio electrónico en el país, es un tema novedoso y por lo consiguiente no existe jurisprudencia relevante al respecto, que sirva de ejemplo, como se sabe para los delitos que se han producido por parte de los ciberdelincuentes, los consumidores afectados han recurrido a realizar sus denuncias en la DIVINDAT, la cual es la división de investigación de delitos de alta tecnología de la Policía Nacional del Perú, también existe la Fiscalía Provincial Corporativa Especializada en Ciberdelincuencia de Lima Centro, pero aún encontramos un Poder Judicial que falta implementarse en los temas de ciberdelitos, quedando muchas veces solo en denuncias.

Limitaciones temporales

El factor tiempo es una de las limitaciones que se ha tenido, debido a que, para un estudiante, que cursa los últimos ciclos en la universidad, el tiempo se le es muy reducido, porque tiene que realizar prácticas preprofesionales, además de trabajar y desarrollar otras actividades, para poder mantenerse en la universidad privada, por lo expuesto es una limitación, donde se ha tenido que sacrificar horas de sueño para realizar el presente trabajo de investigación.

Limitaciones bibliográficas

Para realizar los antecedentes internacionales de este trabajo de investigación, se ha tenido la dificultad de encontrar pocas tesis de autores internacionales, debido a ello se ha sustentado en los artículos de investigación que se han venido publicando en las diferentes indexaciones como son Dialnet, Redalyc, Scielo, entre otros. Además de encontrar información desfasada del tema sobre negocios electrónicos de años del 2003 hasta 2010.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

Para la realización del presente trabajo de investigación, se ha recurrido a tesis de diferentes repositorios, donde los autores han manejado las que variables con el nombre de Comercio Electrónico o e-commerce, siendo estos estudios previos para elaborar los antecedentes nacionales como internacionales, además de otros trabajos de investigación como artículos científicos, que tienen una vigencia de los últimos cinco años.

Antecedentes nacionales

Osorio (2019) afirmó en su trabajo de investigación sobre el comercio electrónico que realizó en Lima Metropolitana, que los productos femeninos ofertados en las respectivas páginas web que son propiedad de las tiendas por departamento; éstas fomentan las compras de las féminas que están en un rango de 25 a 35 años, las cuales haciendo uso de las plataformas electrónicas o virtuales podían interactuar de tal manera que podían adquirir sus productos de una manera más fácil, generando un clima de confianza entre el vendedor y el consumidor, a tal punto que volvían a comprar. Lo que concluyó que, a pesar de que se da la recompra, también se debe utilizar mejoras en el comercio electrónico en las tiendas por departamento.

Ávalos (2021) afirmó al realizar su investigación de tipo relacional, teniendo como variables el comercio electrónico y los comercios textiles de Gamarra, en el distrito de la Victoria, de una población de 33,002, trabajó con una muestra 37 comercios o empresas que se dedican al rubro textil, obtuvo como resultado, que si existe la relación entre sus variables, en un nivel básico, llegando a la conclusión que si se implementa bien el comercio electrónico, también aumentarían los usuarios de ello y aumentarían las ventas.

Córdova (2020) realizó un estudio de investigación de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Chachapoyas en el año 2019. Para lo cual contó con una muestra conformado por 49 empresarios siendo su objetivo definir las causas que impiden que las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Chachapoyas se sirvan del comercio electrónico, y al procesar sus datos recolectados se dio con la sorpresa, que un 53.1 % no usan el comercio electrónico en sus empresas, el 24.5% están en una etapa primaria en lo que es el verdadero comercio electrónico, el 16.3% poco y solo el 6.1% regular. Donde observo además que existe muy poco conocimiento de estas herramientas virtuales, tanto para los vendedores como para los consumidores o clientes, siempre tienen la desconfianza de uno u otro lado. Por lo que prefieren el negocio tradicional.

Guillermo (2018) afirmó en su investigación científica, que las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Pucallpa lograrán obtener mejores ganancias conforme vayan implementando sus plataformas virtuales orientadas al comercio electrónico, para dicho estudio contó con una muestra de 50 empresarios, donde 24 pertenecían a la microempresa y el resto eran de pequeña empresa, al recolectar los datos y procesarlos, pudo concluir que los empresarios que realizaron sus ventas por internet habían incrementado sus ganancias, por lo que recomienda a los empresarios que aún no hacen uso del comercio electrónico deben emplear las plataformas virtuales para que sus ventas se puedan incrementar y aumentar sus ganancias.

León (2018) afirmó en su investigación que estuvo orientada a la seguridad del comercio electrónico desde el plano jurídico, donde pudo observar el escaso interés que contribuya para el crecimiento del comercio electrónico, además detalló sobre los delitos que este sistema virtual conlleva, reafirma que como una medida de seguridad y prevención para evitar los delitos informáticos en el comercio electrónico, se debe

de implementar los IP estáticos, para canalizar bien el comercio electrónico, para que los usuarios no sean víctimas de fraudes por los delincuentes informáticos, siendo ello regulado en la ley especial número 30096.

Esteves y Fernández (2019) afirman en su investigación que lograron determinar en qué medida el comercio electrónico hace posible la mayor colocación de tarjetas de crédito de los clientes de las entidades financieras, como es de conocimiento general las tarjetas de crédito son el mecanismo más usado para hacer el pago de los servicios o productos que se adquiere vía internet, para su investigación académica consigno una población de 80 personas con tendencia a ser los clientes ideales para usar las tarjetas de crédito en sus compras virtuales o también llamado el comercio electrónico, llegando a la conclusión que el comercio electrónico es un factor importante para que las entidades financieras capten mayores clientes facilitándoles las tarjetas de créditos.

Amy (2020) afirma en su investigación científica, siendo su objetivo explicar de qué manera el e-commerce, influenció en las pequeñas y medianas empresas, para su recuperación en su economía, debido al estado de emergencia decretado por el gobierno por la pandemia de COVID-19, realizando dicho estudio en la provincia de Sullana, para ello contó con la participación de 24 Mypes para su muestra, usando el instrumento de medición como es el cuestionario, donde al procesar sus datos obtuvo que solo ayudaría en un 5% del empresariado, debido de la mayoría de los empresarios en Sullana no ofertan sus productos en la internet.

Nolasco (2020) afirma en la investigación que realizo en el año 2020, en la ciudad de Huanta en el departamento de Ayacucho, pudo comprobar como las empresas evaden el pago de sus impuestos tributarios, al hacer uso del comercio electrónico, siendo ello más preponderante en la temporada que se dio la propagación

del COVID-19, en el cual trabajo con una población de 45 proveedores del área electrónico, concluyendo que si se incurría en mucha informalidad, siendo ello un factor importante en la evadían impuestos por parte de los proveedores en el giro de productos electrónicos.

Orihuela y Siuce (2019) afirmaron en su trabajo de investigación que realizaron en el Centro Comercial Constitución de Huancayo, cuyo propósito fue hallar las causas que limitan la adopción del comercio electrónico en los negocios del Centro Comercial Constitución de Huancayo, para ello encuestó a 160 dueños de negocios de dicho centro comercial, donde lograron hallar que una de las causas principales es el desconocimiento del modo como opera el comercio electrónico, además de no contar con la debida experiencia en el sistema virtual del e-commerce.

Cancino et al. (2018) afirmaron con su tesis titulada “El consumidor del sector moderno y la compra electrónica en Lima y zona norte del Perú” que a comparación con otros países de Latinoamérica el Perú está aún lejos de facturar como lo vienen operando con el comercio electrónico como es el caso del Brasil, Argentina entre otros, por lo que concluyen que el Perú cuenta aún con un comercio electrónico que está dando sus pasos muy lentamente.

Antecedentes internacionales

Perdigón y Pérez (2020) afirmaron que ha sido muy beneficioso para las empresas el nuevo sistema virtual que se viene implementando en América Latina, como es el de ofrecer los productos o servicios en línea o vía internet, en la región de América Latina la información sobre comercio electrónico si bien es copiosa, han podido observar cómo se han venido realizando este tipo de sistema negocio electrónico desde el año 2014 hasta el año 2019 en América Latina, apoyándose de fuentes confiables como Scielo, Scholar y SciencaDirect. Realizaron la debida

triangulación teórica donde se involucró a varios sectores como el empresariado, los consumidores, sistema bancario, los entes del gobierno entre otros, que utilizan el comercio electrónico. Donde concluyeron en su investigación que este sistema de comercio electrónico si es beneficioso tanto para las empresas como para los clientes.

Fiallos (2019) investigó que el sector del turismo, en el país del Ecuador no es ajeno al comercio electrónico, pues se vienen ofreciendo sus servicios, y productos, vía comercio electrónico, donde han logrado un crecimiento a nivel empresarial, debido que hay un medio que le permite interactuar con el mundo, como es el internet, donde turistas de países europeos han podido contactarse con las diferentes agentes de turismo de América Latina, y viceversa, obteniendo mejores ganancias como es el caso del país del Ecuador, que está a la vanguardia con las nuevas tecnologías de información y por ende el sector del turismo va en crecimiento, haciendo uso del comercio electrónico.

Cúneo y Ortiz (2020) afirmaron en su estudio de investigación cuyo nombre es “Determinantes que impiden la adopción del comercio electrónico por las pymes de Puerto Rico”, donde se enfocaron en determinar qué es lo que llevaba a las pequeñas y medianas empresas en Puerto Rico el no optar por el comercio electrónico, donde usando las herramientas de recolección de datos como la entrevista que le hicieron a 6 empresas, pudieron hallar en su investigación que la principal causa de que las pymes no están haciendo uso del comercio electrónico es porque desconocen los mecanismos tecnológicos como operan dichas plataformas, por lo que recomiendan se dé una mayor capacitación a las pymes sobre el e-commerce o comercio electrónico.

Castrillón y Restrepo (2021) Afirmaron en su trabajo de investigación que hicieron sobre el comercio electrónico en Colombia, que la regulación colombiana, aun

es no es lo suficiente y que la tecnología de la información avanza a pasos agigantados, lo cual se tiene que tener mejores leyes que garanticen esta actividad económica que se viene ejecutando en la internet, aseguran que en la región de Latinoamérica, son muchos de los países que no cuentan con la debida regulación, por lo que hacen el llamado a buscar que unificar en cuanto a las leyes concernientes al comercio electrónico, para que a nivel mundial se tenga la debida garantía de poder desarrollar un buen comercio electrónico, evitando de esta manera los fraudes para los consumidores y vendedores de los diferente países que hacen uso del comercio electrónico. .

Fernández (2019) afirmó en su investigación que, con respecto al marketing digital, donde hizo uso de la palabra omnicanal, sostiene que el consumidor de tiendas por retail, debe ser distinto, siendo este el reto que deben tomar las empresas retail que ofertan vía internet productos de moda, su trabajo de investigación se centró en los consumidores capaces de utilizar la tecnología digital, de los cuales están inmersos en la virtualidad o tendencias de las redes sociales.

Esparza (2020) afirmó en su trabajo de investigación al contrastar el comercio tradicional frente al comercio electrónico, donde hizo su análisis sobre cómo se vienen dando los cambios en el área del comercio en la nueva era digital, afirma además que muchas empresas tuvieron que emigrar a dichas ventas virtuales, al verse atados de pies y manos por la pandemia COVID-19, Esparza manifiesta desde la experiencia propia que las personas que tengan un emprendimiento puedan realizarlo haciendo uso del comercio electrónico donde economizaran muchos costos. Por lo que concluye que el comercio electrónico es mucho más beneficioso que el comercio tradicional.

Sukno y Pascual (2019) afirmaron en su estudio de investigación del comercio electrónico en la economía chilena, que dicha actividad está bien encaminada, pero aún falta para llegar a los estándares internacionales sobre las ventajas que representa en si el Comercio electrónico, el cual contribuye a que las PYMES, logren obtener una buena competitividad, para ello se debe dar una mayor difusión sobre este tema.

Sánchez y Montoya (2017) afirmaron en su investigación en la provincia colombiana de Antioquia, donde dio a conocer que la confianza, es el componente fundamental para que los clientes utilicen el comercio electrónico, el cual va darse desde la imagen con que se da a conocer el vendedor, que si cumple con lo que ofrece en internet, lo cual garantiza, que esta actividad económica siga creciendo, y dará las ventajas respectivas a los clientes que usan comercio electrónico en la región de Antioquia en Colombia.

Ixmatlahua et al. (2015) afirmaron en su investigación, la cual se llevó a cabo en México, donde concluyó que ya existen páginas web que hacen uso del comercio electrónico, que están interconectadas, donde se le brinda al usuario la mayor facilidad de uso, para que pueda conseguir con mayor rapidez el producto que busca, recomienda crear todo un sistema virtual de compra y ventas en línea, dando una opción a las pequeñas y medianas empresas puedan desarrollarse en este tipo de plataformas virtuales además donde ahorren sus costos de implementación para un debido comercio electrónico.

2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado.

Comercio electrónico

Alderete y Giagante (2019) manifestaron en su investigación que el comercio electrónico o e-commerce es una opción de compra de productos o también donde

se puede adquirir servicios, en el cual los agentes que intervienen están en diferentes lados usando la tecnología de comunicación conjuntamente con la internet, como nexo para la realización de la transferencia financiera de la venta. Hoy por hoy es posible gracias al avance tecnológico a través del hilo telefónico o por los aparatos celulares pueden los consumidores comprar el producto que se ofrecen por medio de catálogos, incluso lo llevan al domicilio del cliente que concreto la compra.

Zuluaga et al. (2020) en su investigación sobre el comercio electrónico, afirmaron el gran problema, es que, al interactuar el cliente al comprar virtualmente, tiene que hacer uso de su tarjeta de crédito, donde pone de manifiesto sus datos personales, siendo ello una información muy delicada, donde recomienda que las empresas, que están implantando este sistema deben velar por la seguridad del cliente a fin de las transacciones sean seguras.

Página web o plataforma del Comercio electrónico

Pacherres (2018) detalló cómo se tiene que dar el comercio electrónico, donde la empresa que hace el papel de proveedor de productos o servicios, debe tener una página web dinámica capaz de que pueda ofrecer dichos productos y servicios, donde el cliente pueda interactuar con la virtualidad de manera amigable, dándole el beneficio de poder moverse de manera fácil por la página web, donde se brinde una información detallada y actualizada de lo que en si quiere el empresario vender por su página web.

Riesgo del Comercio electrónico

Vidal (2019) afirmó que al realizar su trabajo de investigación sobre los riesgos jurídicos que conlleva al incursionar en el comercio electrónico, al contrastar con la Carta Magna en el Perú, y al revisar la normativa positiva como es el Código Civil vigente concluyó que aún faltan implementarse más leyes que hagan más fiables el

contratar de manera virtual con algún proveedor de producto o servicio, debido a que no hay un documento firmado que acredite dicha transacción.

Beneficios del Comercio electrónico

Monjarás (2021) en su investigación analizó sobre los beneficios a que conllevó, a muchas tiendas por departamento, al llegar el COVID-19, al suelo patrio donde los empresarios se vieron atados de pies y manos al no poder vender sus productos de manera presencial, tuvieron que usar estos mecanismos electrónicos donde utilizaron el marketing digital y realizar las debidas transacciones que conlleva el comercio electrónico, llegando a un binomio de consumidor y proveedor, en el cual si el consumidor no recibe buen trato con lo que adquiere, simplemente nunca más compra en dicha tienda virtual y podrá hacer uso de sus redes sociales, donde recomendará a otros usuarios no comprar a más en dicha tienda.

Constantemente buscando la mejor experiencia de compra, con lo cual si no reciben un buen trato o una buena experiencia van a referir de forma negativa en redes sociales y hoy en día, ser mal visto en redes sociales implica un temor muy grande para las empresas, debido a ello, el empresariado ha optado en dar buenas ofertas de manera virtual, engancho de este modo al consumidor.

Tabla 1

Proposiciones teóricas sobre el comercio electrónico

Proposiciones teóricas	Explicación
Teoría Comercio electrónico (e-commerce)	<p>Se le ha denominado como comercio electrónico, a la actividad donde los entes como el vendedor y el comprador, llegan a un acuerdo y realizan el intercambio comercial de un modo de contra entrega. Pero el comercio electrónico en la actualidad es de hacer uso de todo lo que nos ofrece la tecnología, conjuntamente con el avance de las telecomunicaciones, que proporciona interactuar con el pago de manera virtual donde se concreta la venta, donde el comprador por medio de entidad financiera que esta intercomunicado con las distintas plataformas, se hace el respectivo desembolso de una cuenta corriente, para adquirir los productos o servicios deseados, o que fueron ofrecidos por la persona jurídica que pone en línea sus productos o servicios. (Malca, 2001)</p>
Teoría E-business	<p>Hay que tener presente que los términos e-business y e-commerce no tienen el mismo significado, lo que difiere uno de lo otro es que el e-commerce está orientado a satisfacer los procesos que realizan las compañías, con sus potenciales consumidores y proveedores, lo cual viene con un valor agregado con el marketing, y toda la gama promociones, que les pueda brindar en esta actividad comercial. Por lo que se concluye que entre e-business y el e-commerce, están en una relación de género y especie, donde el e-business puede ingresar al ámbito de procesos internos desde la producción, almacenamiento e inventarios, como también procesos de administrativos, con el uso de la internet, las redes privadas como son la intranet y Extranet corporativas. (Malca, 2001)</p>
Teoría M-business (Mobil Business)	<p>La era digital ha evolucionado tanto que actualmente los teléfonos móviles, como son los celulares de alta gama proporcionan aplicaciones que hacen posible las transacciones electrónicas, permitiendo que se del comercio entre el vendedor y el comprador, donde encontramos aplicativos de banca móvil, y tiendas virtuales.</p> <p>La inteligencia artificial con lo que cuentan hoy en día los teléfonos móviles inalámbricos, ayudan a la adquisición de productos que se comercializan en la internet, los 365 días del año y a cualquier hora. Siendo de esta manera como se da el M-business o Mobil Business (Malca, 2001)</p>

Tabla 2

Proposiciones teóricas sobre seguridad en internet

Proposiciones teóricas	Explicación
Teoría Seguridad en Internet	La seguridad de la internet, es muy vulnerable, debido a su forma como se encuentra estructurado, es un medio donde los hackers, pueden hacer uso indebido de los datos, por lo que se concluye, que no es muy confiable para el manejo abundante de información que es muy delicada para el ámbito financiero, y siendo los cortafuegos los medios de defensa que se usa para disminuir algunos riesgos de pérdidas, de la red de redes más grande planeta. (Malca, 2001)
Teoría Seguridad en el sitio Web	Es un tema muy importante el hablar de la seguridad de los sitios Web, donde en los últimos años se ha ido mejorando, con el avance tecnológico, hoy contamos con una minería de datos, de la información que es procesada, donde se ha hecho gran inversión en los servidores para que no sean víctima de los ataques cibernéticos, pero cada día los delincuentes informáticos, van mejorando sus estrategias de ataque por lo que las grandes compañías siguen invirtiendo para dar mayor seguridad a las grandes bases de datos que se maneja en los sitios webs. (Malca, 2001)
Teoría protección del sitio Web	El modo de protección del cual se ha hecho uso para brindar una buena seguridad a los sitios web, es el encriptarlo o aislarlo, mediante cortafuegos también llamados muros de protección y el manejo de backup, o copias de respaldo de la información o datos que pueden ser alterados. (Malca, 2001)

2.3 Definición de la terminología empleada

Pagejacking. Es una forma de fraude electrónico, donde personas inescrupulosas, con conocimiento de sistemas informáticos crean páginas web, donde hacen creer a los usuarios de páginas oficiales que es la supuesta página del proveedor, realizando tal engaño, logran obtener sus datos personales, así como los nombres de usuarios asignados y sus respectivas contraseñas (Diario Gestion, 2021).

Usurpación de cuenta. Muy usada este mecanismo, en la realización de fraude electrónico, donde los estafadores una vez de hacer caer en páginas falsas a los clientes, hacen uso de su información financiera, como cuentas bancarias, para

realizar las compras o adquirir servicios haciéndose pasar por otra persona (Diario Gestion, 2021).

Ofertas fraudulentas. Esta forma de fraude, es muy usado en la internet, donde se crean páginas web, donde pueden ofrecer algunos productos o servicios, a un costo mucho menor del mercado virtual, para atraer la atención del cliente y realice la compra de manera virtual, una vez que los clientes hacen el respectivo deposito, el supuesto proveedor nunca hace la entrega del producto, ni contesta las llamadas (Diario Gestion, 2021).

Recojo de tarjeta. En esta modalidad, muchos clientes que van a incursionar en el comercio electrónico, necesitan de una tarjeta de crédito para interactuar con las diferentes plataformas que utilizan las empresas para poder operar en el mercado electrónico, donde una persona le llama a su celular haciéndose pasar como un trabajador de la entidad financiera que le entrego la tarjeta para que devuelva dicha tarjeta porque se ha visto que hay un movimientos sospechosos por otros usuarios en otra provincia, donde el cliente por desconocimiento hace entrega al supuesto trabajador del banco que le ha pedido su tarjeta, téngase en cuenta que las entidades financieras o bancos no le pedirán su tarjeta de crédito y no ser sujeto de fraude electrónico (Diario Gestion, 2021).

Clonación. Muy conocido este tipo de fraude financiero para realizar las compras por internet, donde personas colocando dispositivos en los cajeros logran clonar las tarjetas de crédito que los clientes utilizan con mayor movimiento financiero, de esta forma clonan las tarjetas además que logran descifrar cuál es la clave de dicha tarjeta para usarlas como propias (Diario Gestion, 2021).

Vishing. En esta forma de estafa, se da cuando los sujetos dedicados a los delitos informáticos, se comunican con los clientes, suplantando ser un trabajador del

banco, y le pide información de su cuenta bancaria, muchas veces el cliente confiado hasta da su contraseña, siendo así víctima de compras fraudulentas por internet, donde le vacían la cuenta bancaria en cuestión de minutos. (Diario Gestion, 2021).

Phishing. Por lo general se ven en mensajes de correos electrónicos, otras veces se valen de llamadas telefónicas o por celular, donde los delincuentes informáticos, haciéndose pasar por, algún programa televisivo, entidades financieras, ONG, entre otros tratando de engañar, donde le hacen creer que han sido favorecidos con algún premio, o descuentos le piden al cliente el número de su tarjeta, contraseña, entre otros datos de los cuales harán uso indebido de su tarjeta de crédito (Diario Gestion, 2021)

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación

En la presente investigación sobre el comercio electrónico se centra en el enfoque cualitativo y documental, donde se enfoca en el análisis de la documentación sobre las investigaciones realizadas del comercio electrónico utilizando la hermenéutica para llegar a la comprensión e interpretación de la problemática en sí, de prever los riesgos o los beneficios que toda persona puede asumir al hacer uso del comercio electrónico, además se ha utilizado un tipo de investigación socio crítico donde se pone de manifiesto la experiencia de las personas encuestadas, y el conocimiento adquirido, a través de los años sobre el tema en cuestión.

3.2. Escenario y participantes

Sujetos participantes

En cuanto a los participantes, se buscó personas que sean expertas del tema del comercio electrónico o e-commerce, desde la perspectiva legal como letrados, o personas en el ámbito financiero, personas que puedan aportar su conocimiento, como fuente viva, que nutra el presente trabajo de investigación, siendo estos profesionales capaces de analizar la realidad nacional de la actividad económica del comercio electrónico, de como se viene desarrollando en el Perú, este nuevo sistema virtual, donde han podido brindar el conocimiento con el cual está debidamente regulado el comercio electrónico en el país, el cual es de vital importancia conocer, debido a que actualmente se presenta una actividad económica virtual, que sí cuenta con la debida reglamentación y no es una actividad informal.

Con la técnica de recolección de datos como es la encuesta, se pudo extraer la debida información, logrando concatenar las ideas principales y sacar un extracto para el presente trabajo de investigación.

Tabla 3*Referencia de Entrevistados*

Nro.	Nombres y apellidos	Especialidades	Universidad
1	Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto	Derecho Civil, Procesal Civil, Constitucional y Derechos humanos	Inca Garcilaso de la Vega
2	Dra. Ana Cecilia Alegría Trujillo	Derecho Penal.	Inca Garcilaso de la Vega
3	Mag. Wilfredo Herbert Gordillo Briceño	Derecho Civil, Procesal Civil, familia, Constitucional.	Pontificia Universidad Católica del Perú
4	Mag. Zacarias Wilber Paredes Chávez	Derecho Civil, Comercial.	Universidad Nacional Mayor de San Marcos
5	Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona	Derecho Civil, Procesal Civil y Gestión Pública.	Inca Garcilaso de la Vega

3.3. Hipótesis

Hipótesis general

Existen relaciones entre los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos y servicios cuando hace uso del comercio electrónico.

Hipótesis específicas

Existe la debida legislación que ampare a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Existirán ventajas para el consumidor al usar el comercio electrónico para adquirir sus servicios y productos a diferencia de la manera tradicional.

3.4. Categorías – Operacionalización

Unidad de análisis: categoría y subcategoría

La unidad de análisis, es un objeto primordial para el debido estudio de la presente investigación, como son las ventas de productos y servicios que se dan por la internet.

La información se maneja técnicamente por categorías, siendo ello los conceptos claves y como categoría se tiene al comercio electrónico, actividad económica que se desarrolla mediante la internet, además se tienen como sub categorías a riesgos y beneficios.

Tabla 4

Cuadro de categorización

Unidad de análisis	Categorías (Principales)	Subcategoría o Descripción
Ventas de productos y servicios por internet	Comercio electrónico	<p>Riesgos</p> <p>-Por la falta de conocimiento son víctimas de fraudes electrónicos.</p> <p>Beneficios</p> <p>-Saber usar el comercio electrónico los usuarios adquieren grandes beneficios de manera segura.</p>

3.5. Método y técnica de investigación

Siendo el método inductivo, una estrategia para abordar esta investigación donde se ha partido de premisas particulares para llegar luego a conclusiones generales, donde haciendo uso de la lectura y la apreciación de los expertos en el tema como es el comercio electrónico, se verifica existen riesgos en el comercio electrónico, pero también existen beneficios, por lo tanto el comercio electrónico es un buen sistema virtual tanto para las empresas que tienen la función de ser los proveedores de productos y servicios como para los consumidores o clientes, que si toman las precauciones necesarias no serán víctimas de fraudes electrónicos, al

contrario se dará una buena transacción obteniendo grandes descuentos en las ofertas que se ofrece vía *online* y como un medio de prevención se cuenta con las leyes que regulan el comercio electrónico. La técnica utilizada en la presente investigación fue la entrevista a los participantes que asumieron con responsabilidad y dieron su valioso tiempo a responder las preguntas que se les formuló.

3.6. Procesamiento de los datos

El Instrumento que se ha utilizado es la guía de entrevista semiestructurada donde los participantes colaboraron, aportando su conocimiento sobre el comercio electrónico, tanto como la experiencia debida, además de las diferentes lecturas o capacitaciones que han tenido sobre este tema e-commerce o comercio electrónico.

El Diseño de la investigación que se manejó para obtener los datos que sirven como base para definir todo con respecto de los riesgos y beneficios que ofrece el comercio electrónico a nivel nacional como internacional. El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo, procediendo primero a realizar un análisis de las teorías, para poder afirmar en que consiste en comercio electrónico, que ventajas y desventajas con el que se enfrenta el consumidor, luego se tomó la opinión de personas expertas en este campo del e-commerce, siendo además conocedores de la normativa vigente, y el modo como se viene desarrollando el comercio electrónico en el Perú, luego una vez obtenido los datos, se procedió a procesar los datos, obteniendo como resultado una buena información, donde se lleva a una triangularización de información para finalmente interpretar sus opiniones donde el trabajo de investigación da sus frutos y ponerlo a disposición de las personas interesadas en este tema de actualidad.

Las preguntas que fueron seleccionadas para este instrumento, como es la técnica de la entrevista, fueron las siguientes:

1. ¿Cómo interpreta usted el comercio electrónico que se viene desarrollando en el Perú?
2. ¿Cómo interpreta usted los riesgos de ciberdelitos que tienen que asumir los usuarios del comercio electrónico?
3. ¿Qué normas sustantivas, interpreta usted que respaldan el comercio electrónico en el Perú?
4. ¿Cómo interpreta usted que existen beneficios o ventajas para los consumidores del comercio electrónico?
5. ¿Cómo interpreta usted que el beneficio, de obtener los productos a menores precios comprando por internet, es debido a que los vendedores hacen uso de la evasión de impuestos?
6. ¿Qué mejoras considera usted, que se deben realizar en la legislación nacional para que el comercio electrónico sea más beneficioso para los usuarios de este sistema virtual?

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 Matrices de Triangulación

La triangulación hace referencia al uso de diversas fuentes de información, por ejemplo, la contrastación de la opinión de expertos respecto de un tema específico. Hernández et al. (2014) afirman que siempre y cuando el tiempo y los recursos lo permitan, es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para recolectar los datos. En el enfoque cualitativo se tiene una mayor riqueza, amplitud y profundidad de datos si provienen de diferentes actores del proceso, de distintas fuentes y de una mayor variedad de formas de recolección.

Tabla 5

Pregunta N°1 de entrevista

Entrevistados	1. ¿Cómo interpreta usted el comercio electrónico que se viene desarrollando en el Perú?
1. Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona	Bien a raíz de la pandemia hemos podido observar obviamente un incremento mayor de comercio electrónico y ya no era una situación alternativa, sino una situación obligatoria, porque casi en ningún sitio se atendía por las disposiciones normativas de ese entonces de que estaba prohibido la interacción humana humano directa, tenía que ser bajo cierta distancia, algunos servicios, etc., entonces el empresario se reinventa y dice oye ya se están vendiendo por internet, pero nuestras ventas son pocas, entonces lancemos todo por internet y muchos para no quedarse estoqueados, como dicen empezaron a rematar muchos productos y en la internet se encontraron precios baratísimos, incluso yo aproveche muchas ofertas de esas que estaban allí y si ha sido positivo, ahora tiene ventajas y desventajas, porque hay algunas cosas que tú las quieres ver en vivo y en directo, por ejemplo el calzado hay medidas en otros países está permitido establecer cuál es la talla de tu zapato etc., acá en Perú hasta ahora no he visto eso, hay algunos detalles que habría que ajustar
2. Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto	La pandemia ha provocado el crecimiento del comercio electrónico en el Perú en todos los niveles, incluso entrando categorías, desde el mínimo producto hasta los más grandes servicios que se pueden dar en la enseñanza de un doctorado una maestría virtual.
3. Dra. Ana Cecilia Alegría Trujillo	Es uno de los mecanismos que realmente hoy en día se está efectuando con bastante frecuencia, es uno de los mecanismos que dada la globalización, dada justamente la tecnología y la informática y las comunicaciones se ha venido dando de una manera muy primordial se pudiera llamar así, pienso que es una forma que dada justamente las coyunturas y la situación de la globalización esta se ha desarrollado de manera inmediata en toda la comunidad social y también en todas las entidades e instituciones públicas y privadas.
4.	Según afirma el gerente de ventas de Ecomsur Perú, Daniel Guevara (El Peruano, 02/05/2022): "En estos dos últimos años en el mercado

Mag. Zacarías Wilber Paredes Chávez peruano, observamos que el e-commerce se encuentra en constante crecimiento; así, el número de transacciones que realizamos en el 2021 fue de 66,993 frente a las 31,408 transacciones efectuadas en el 2020; es decir, se incrementaron en un 46.8% año a año; acerca de este indicador, Lima se ubicó como la región con más transacciones realizadas”. Esta influencia fue debido a la coyuntura nacional y mundial por la emergencia sanitaria COVID-19 desde el año 2020, que originó las restricciones presenciales para hacer la compra en físico, así es como nació el full commerce de las empresas locales que se adaptaron a nuevas tendencias para satisfacer la necesidad del cliente.

Así también, Jaime Montenegro, gerente de comercio electrónico de la cámara de Comercio de Lima (CCL) señaló: “Ya hemos superado el millón de visitas únicas al portal web www.cyberdays.pe, esto tan solo entre el 28 y 29 de marzo. Tomando en cuenta esto y gracias al éxito en esta campaña acordamos con las marcas participantes extender a cinco días los Cyber Days 2022” (El Comercio, 01/04/2022). Considerando que los Cyber Days, es uno de los eventos de comercio electrónico más importante del Perú. Las regiones que más destacan en esta actividad a nivel nacional son: Lima, La Libertad, Arequipa. Ica, Piura, Cusco, Lambayeque, entre otras.

5. Mag. Wilfredo Herbert Gordillo Briceño Con respecto a la pregunta hoy en día los contratos pues ya no son cara a cara, como tradicionalmente se hacía. Hoy en día con el avance de la ciencia y la tecnología, ya se utiliza mucho no solamente para el tema de comercio electrónico sino también para otras labores propias de la contratación, no como son los contratos telefónicos, lo podemos hacer vía teléfono, lo podemos hacer los contratos vía internet como es el caso que lo señala Ud., y como bien señala es ágil, rápido, pero también se presta en algunos casos, no puedo generalizar a que se produzcan hechos ilícitos como le acabo de mencionar, entonces lo que se aconseja en este caso tener la cautela necesaria para poder evitar este tipo de actos ilícitos que cometen pues los timadores, entonces si yo pienso que todo se puede perfeccionar, pienso que en la medida que las personas tengan más cautelas en el desarrollo de sus actividades vía internet, sobre todo en la contratación creo que esto va mejorar muchísimo, todavía estamos en un proceso de conocimiento tratando de ajustar algunas piezas que son propias de la tecnología, pero considero que es necesario, las transacciones tienen que ser rápidas, las transacciones no pueden esperar, el esperar cara a cara ya no es el momento, salvo algunas excepciones en las cuales si pues inevitablemente se tendrá que seguir siendo cara a cara, pero para el tema del comercio, yo pienso que, no solo el comercio nacional como internacional también, es una herramienta que no se puede dejar de lado el tema del internet.

Tabla 6

Pregunta N°2 de entrevista

Entrevistados	2. ¿Cómo interpreta usted los riesgos de ciberdelitos que tienen que asumir los usuarios del comercio electrónico?
----------------------	---

-
- 1. Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona**
- Bueno el tema de riesgo para los ciberdelitos siguen siendo altos, porque tenemos varios factores, muchos debido a los precios altos de comprar licencias originales para los programas antivirus, entonces eso decanta ya lo hemos dicho a prelación de ciberseguridad, para que puedan cometerse esos ciberdelitos, entonces ahí habría que hacer en todo caso a las empresas originales que puedan dar una especie de convenio o una regulación que permita estas empresas dar facilidad para que en el Perú por lo menos puedan tener acceso a precios más accesibles a softwares originales, antivirus originales, ayudar a cerrar esa brecha porque hay demasiados hackers que pueden vulnerar la seguridad de una pc como la que estamos transmitiendo ahorita, que pueden meterse a nuestra señal, activar nuestra cámara y robar todo, y nosotros ni cuenta nos damos, y lo han hecho con el mismo estado peruano. Salió una noticia en un diario de circulación nacional, hace como casi un mes aproximadamente, una noticia que hay hackers rusos habían roTbado información del servicio de inteligencia, una cosa de temer, increíble, o sea, se supone que es un lugar donde tienen pues información secreta o algún tipo de secretos y no pueden entrar pues hackers y llevarse así nomás la información, entonces el estado es tan vulnerable, entonces imagínate pues un pc de una persona común y corriente como nosotros. Y aun así en el tema por ejemplo de las transacciones comerciales hay que tener en cuenta las compras por internet, las tarjetas de crédito de débito, se supone que el banco te las protege, porque si tu estas depositando tu dinero, teniendo tu cuenta ahí, es de debería decir una garantía de que el banco tenga mecanismo para evitar justamente eso, sin embargo lo hacen es curioso, de que te llaman y te dicen señor le damos un descuento especial para que usted tenga un seguro de tarjeta por robos bancarios de compras por internet un seguro que no tiene sentido desde mi punto personal de vista que el banco te esté vendiendo un producto aparte, cuando ellos tienen que garantizar "per se" - por sí mismos el hecho de que tienes tu plata ahí con ellos, punto de vista personal.
- 2. Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto**
- Usualmente los ciberdelitos, se viene dando debido al poco conocimiento que tienen las personas en usar la tecnología, para vender productos o servicios, y son presas fáciles de estafas, por lo tanto, los ciberdelitos son aquellos actos ilegales realizados en el espacio digital a través de las redes informáticas. Debido a ello todo usuario que interactúa en esta era digital debe estar bien capacitado para que no sufra la vulneración de su patrimonio.
- 3. Dra. Ana Cecilia Alegría Trujillo**
- Con respecto a esta pregunta, si, si bien es cierto la tecnología y la informática son un gran avance del desarrollo de un país, pero también lo es que el hecho que cuando se emplean estos mecanismos informáticos también debe haber seguros jurídicos, debe haber justamente normas de seguros jurídicos para que exista una responsabilidad civil y penal cuando en efecto producen perjuicios y agravios en la comunidad

4. **Mag. Zacarías Wilber Paredes Chávez** Todo sujeto en la actividad del comercio electrónico está expuesto a riesgo, porque los delincuentes cibernéticos navegan en las redes sociales en busca de obtención de los datos de la víctima. Es a través de las TICs (Tecnologías de la Información y Comunicación) que los consumidores acceden a las ofertas de los productos y servicios de los productores. En ese sentido, prueba de ello según información de los medios de comunicación, entre ellos El Comercio (08/06/2022) titula en su noticia versión electrónica “Capturan a banda delincuencia que obtenía huellas dactilares de clientes y realizaban costosas compras por internet”. Así también, según versión electrónica de “El Regional de Piura” (21/5/2022) dice: “El RENIEC informó que detectaron que delincuentes cibernéticos, a través de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado Peruano (PIDE), causaron filtración de datos personales a través de plataformas virtuales que fueron advertidas por Asbanc”. En conclusión, según evidencias públicas los usuarios del comercio electrónico están expuestos a los riesgos de ciberdelitos. Es tarea para la actuación del Estado, entre ellos a la Fiscalía de delitos informáticos para intervenir en estos actos ilícitos.
5. **Mag. Herbert Briceño** **Wilfredo Gordillo** Ciberdelitos está ahí, está latente, tiene mucho que ver con la primera pregunta, y lo uno que yo veo es que estamos expuestos y la única alternativa que veo por el momento hasta que le dije que esto se perfeccione y camine como debe ser perfectamente es que los contratantes deben tener mucho cuidado con el ciberdelito, no hay otra opción, deben tener la cautela necesaria hasta que esto ya se pueda perfeccionar.

Tabla 7

Pregunta N°3 de entrevista

Entrevistados	3. ¿Qué normas sustantivas, interpreta usted que respaldan el comercio electrónico en el Perú?
1. Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona	Bueno hay varias, por ejemplo la ley de comercio electrónico, ley de protección de datos personales que eso es importantísimo, pero sin embargo, tenemos ciertas brechas porque digamos tenemos estos aplicativos que recaudan tu información, visitando una página web, por ejemplo las redes sociales, no voy a mencionar nombres, pero ya sabemos que redes sociales existen de mucho uso en el Perú, no las menciona por alguna demanda o cosas por el estilo, pues ellos recaudan tu información, mientras estas ahí haciendo hora, revisando, ellos ya están recabando tu información tus gustos y todo eso, en teoría todos tus datos personales deberían estar protegidos pero, habría que ajustar más la regulación sobre todo con estas empresas, el estado peruano debería ser más fuerte y decirle oye momentito solamente ya quieres recopilar datos pero

	<p>puntualmente esto nada más, ya no tampoco no ser abierta la brecha en ese sentido, algunas empresas si son más serias, más responsables, cumplen ello pero también hay ahí que existen ciberdelitos de nuevo ahí los hacker, ha habido muchas fugas y robos de información a nivel mundial, en internet podemos encontrar montón de casos que se han encontrado códigos de acceso, claves de acceso, vemos el tema de las firmas de los certificados digitales, que también es importante por ejemplo en esta pandemia hemos tenido que firmar con documentos digitales, firmas digitales, si es del estado, robo al estado, propiedad intelectual, derechos de autor, protección y defensa del consumidor, competencia desleal, entonces entra en un conjunto de normas que están relacionadas al tema de comercio electrónico.</p>
<p>2. Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto</p>	<p>La Ley 30096, Ley de delitos informáticos se publicó el 22 de octubre de 2013, la cual tiene como objetivo tiene por objeto prevenir y sancionar las conductas ilícitas que afectan los sistemas y datos informáticos y otros bienes jurídicos de relevancia penal, cometidas mediante la utilización de tecnologías de la información o de la comunicación, con la finalidad de garantizar la lucha eficaz contra la ciberdelincuencia.</p>
<p>3. Dra. Ana Cecilia Alegría Trujillo</p>	<p>Bueno pienso que las normas sustantivas son el código civil, el código penal, código administrativo, lo que es el derecho del consumidor y la competencia, las normas procesales obviamente, el derecho comercial corporativo, realmente pienso que todo lo que es comercio electrónico tiene mucha relación con muchas ramas interdisciplinarias del sistema jurídico.</p>
<p>4. Mag. Zacarías Wilber Paredes Chávez</p>	<p>Las normas sustantivas que respaldan el comercio electrónico en el Perú son:</p> <p>a.- Ley 29571 – Código de Protección y Defensa del consumidor En su artículo I, establece las normas de protección y defensa de los consumidores, en concordancia con el principio rector de la política social y económica del Estado, dentro del marco del art. 65 de la Constitución Política del Perú.</p> <p>b.- Decreto Supremo 011-2011-PCM y sus modificatorias – Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor. En el art 1° señala que son de obligatorio cumplimiento para los proveedores que desarrollen sus actividades económicas contar con un Libro de Reclamaciones, establecimiento comercial abierto al público, atender reclamo y queja.</p> <p>c.- Ley 29733 – Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento En el art. 1, dispone que es un derecho fundamental garantizar la protección de los datos personales, conforme establece el artículo 2 numeral 6 de la Constitución Política del Perú.</p> <p>d.- Ley 27291 – Manifestación de Voluntad La presente ley modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios electrónicos para la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica.</p> <p>e.- Decreto Legislativo 1075 y Decreto Legislativo 1076 – Normas de protección de propiedad intelectual y derechos de autor. El Decreto Legislativo 1075 aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la</p>

		<p>Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial.</p> <p>El Decreto Legislativo N° 1076 aprueba la modificación del Decreto Legislativo N° 822 sobre el Derecho de Autor.</p> <p>f.- Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de Competencia Desleal</p> <p>La presente Ley reprime todo acto o conducta de competencia desleal que tenga por efecto, real o potencial, afectar o impedir el adecuado funcionamiento del proceso competitivo.</p>
5.	<p>Mag. Herbert Briceño</p> <p>Wilfredo Gordillo</p>	<p>Las normas sustantivas, es la libertad de contratación, la libertad de contratar que la tenemos inclusive ambas reguladas en la constitución política, nosotros podemos contratar con quien queramos y sobre lo que creamos conveniente, con quien queramos contratar, con qué persona, y contratar sobre lo que creamos, que cosas creo yo me conviene contratar en determinada materia, sea la materia obligacional, sea un contrato de alquiler, cualquier materia, eso tenemos plena libertad, entonces a partir de ello nosotros tenemos plena libertad de contratar y por lo tanto la norma principal sería esta no! la libertad de contratar y la libertad de contratación.</p>

Tabla 8

Pregunta N°4 de entrevista

Entrevistados	4. ¿Cómo interpreta usted que existen beneficios o ventajas para los consumidores del comercio electrónico?
<p>1.</p> <p>Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona</p>	<p>Ventajas podemos citar, por ejemplo, de que yo termino la entrevista con usted y un miembro de mi familia me dice necesito comprar una olla arrocera, porque se acaba de malograr como ejemplo no, a esta hora de la noche de hoy viernes 17 de junio, entro a la internet, y busco y compro una olla arrocera y dependiendo del servicio de la tienda pues me lo entregaran mañana, a los dos días o también lo puedo ir a recoger a la tienda. Cosa que no podría hacer en situaciones normales o digamos antes de la era COVID, hasta marzo del 2020 no podía hacer eso, digamos a ya caballero nomas mañana tenemos que ir a la tienda, entonces ahí en esas situaciones podríamos decir ventajas, otras ventajas también, podría encajar a su investigación el uso de los aplicativos de los bancos, yo puedo pagar las cuentas ahí ya no hago colas, perdiendo el tiempo, pasajes, yo solo agarro mi aplicativo y pago, o puedo cargar el monto a mi tarjeta de crédito. Ahorro de tiempo, las ventajas, sigue existiendo las debilidades del comercio que van hacer del tema que te puedan hackear, de ser susceptible de timar, sino de estafas a través de sitios webs clonados por parte de gente inescrupulosa, que pone una tienda virtual a través de estas redes sociales y tu inocentemente bajo la buena fe, vas y compras y nunca te llega el producto, y quien te devuelve después el producto, tienen que hacer toda una investigación, ubiquen en IP, todo un tema.</p>
<p>2.</p> <p>Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto</p>	<p>Dentro de las ventajas que ofrece el comercio electrónico es que ahorra el tiempo del usuario y ofrecen precios rebajados que no lo encuentras en las tiendas físicas, siendo una de las ventajas principales de una tienda virtual es que no tienes que preocuparte</p>

por los horarios de atención, los clientes podrán comprar por la mañana o la madrugada; siempre estará disponible la tienda los 365 días del año.

3. **Dra. Ana Cecilia
Alegría Trujillo** Si en efecto hay un gran beneficio ventaja, puesto que hoy en día vivimos, en un ámbito plenamente consumidor, vivimos justamente del comercio del consumidor, puede ser que existen beneficios o ventajas, pero también hay que manejarlo con mucho cuidado y seguridad en el entorno jurídico para que no se vulneren los bienes jurídicos de la sociedad.
4. **Mag. Zacarías
Wilber Paredes
Chávez** En el comercio electrónico existe competencia de los productos o servicios que ofrecen los vendedores en el mercado para beneficio o ventaja de los consumidores. En esa línea, por la ventaja el comprador puede comparar las características y funcionalidades técnicas de un determinado producto o servicio que está buscando para la satisfacción de sus necesidades. Puede ser la eficiencia en calidad, servicio técnico disponible para garantizar el funcionamiento, empresa reconocida en el mercado, la marca, etc. Por otro lado, los beneficios facilitan al consumidor en la adquisición del producto o servicio ahorrando tiempo y dinero, en comparación para hacer de manera presencial la contraprestación de la obligación entre el comprador y vendedor. Los beneficios están dirigidos a los consumidores que desde su teléfono o computadora o tablet, etc. donde se encuentre realizando otra actividad puede solicitar un pedido al vendedor.
5. **Mag. Wilfredo
Herbert Gordillo
Briceño** Los beneficios y las ventajas, creo yo radica mucho en la rapidez de la transacción, es como cuando se implementó el Delivery, antes nosotros teníamos que ir a comprar un producto, traerlo a casa, ahora a través de este contrato Delivery con una llamada telefónica pues solucionamos el tema, ya no es necesario que nosotros nos moviliemos, ellos vienen hacia a nosotros. En el tema del consumidor del comercio con el servicio de internet, lo principal es la agilidad del servicio, rapidez siempre pues con este sujeto oscuro que puede ser el ciberdelito que esta por ahí latente, pero creo yo que tomando las precauciones necesarias podemos sacarlo adelante.

Tabla 9

Pregunta N°5 de entrevista

Entrevistados	5. ¿Cómo interpreta usted que el beneficio, de obtener los productos a menores precios comprando por internet, es debido a que los vendedores hacen uso de la evasión de impuestos?
1. Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona	Los vendedores informales, hay que ver ese punto hemos hablado hasta ahora los vendedores formales, tiendas conocidas, que sabemos que tienen una formalidad, pero que pasa con una persona que es un emprendedor pero muy malo o sea un estafador, vende su producto ahí recibe la plata y no entrega el producto, está evadiendo impuesto y además está cometiendo un delito, entonces

		es importante que se tenga en cuenta, porque ahí tiene que entrar a tallar la famosa Divindat - División de Investigación de Delitos de Alta Tecnología, PNP, tiene que indicar cuál fue el IP, a quien le pertenece, la geolocalización, entonces desde el punto de vista económico perjudica, cualquier tipo de informalidad, sea electrónica o sea presencial.
2.	Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto	En la actualidad no se puede decir que los que venden productos o prestan servicios por internet, evaden impuestos, debido a que se ha implementado que dichas transacciones se deben estar obligados a estar inscritos en el RUC. Para poder emitir comprobantes de pago por las ventas y/o servicios que realizan.
3.	Dra. Ana Cecilia Alegria Trujillo	Si es cierto comprar por internet nos ha traído facilidades, pero también pienso que también puede darse de una manera informal en lo que pueda afectar toda la tributación, hecho que nos relaciona a que el mundo o sistema jurídico crezca o establezca la norma de seguridad con respecto lo que es el comercio electrónico.
4.	Mag. Wilber Chávez Zacarías Paredes	Toda empresa constituida de manera formal debe pagar sus impuestos a la SUNAT, el problema es con la empresa informal que realiza evasión de impuestos perjudicando a la economía nacional. La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) en el año 2020 detectó que las ventas electrónicas que realizaron 12,700 contribuyentes evadían el pago de impuestos a través del comercio electrónico (El Comercio, 08/06/2022). Entonces, ese beneficio en la compraventa informal a menores precios para un comprador, perjudica a todos por evasión de impuestos, porque el Estado tendrá menos presupuesto para la administración pública.
5.	Mag. Herbert Briceño Wilfredo Gordillo	Bueno si hay situaciones, pero que no debemos generalizar, yo creo que hay vendedores que, si se sujetan a las normas tributarias, que cumplen con todas sus obligaciones tributarias, pero siempre los ha habido, siempre los hay, siempre los habrán, de aquellos que no apuestan por el tributo no están dispuestos a tributar, porque consideran que pues que eso los afecta, según ellos no Divina va con ellos, por eso el tema de evasión tributaria pero esa situación siempre se va a dar, el tema va por detectar quienes son, para que se les imponga las sanciones que ameritan según nuestra legislación, pero eso es creo yo que es inevitable siempre va ver que personas que evadan la tributación en cualquier orden también se da en el comercio vía internet.

Tabla 10

Pregunta N°6 de entrevista

Entrevistados	6. ¿Qué mejoras considera usted, que se deben realizar en la legislación nacional para que el comercio electrónico sea más beneficioso para los usuarios de este sistema virtual?
1.	Bueno en primer lugar internet para todos, porque yo no puedo hacer comercio con un internet deficiente y en el Perú, si usted

- Mag. Arturo Adolfo Medrano Carmona** busca ahí en internet encontrara que existen un montón de noticias que el Perú tiene uno de los pésimos servicios de internet en la región, es uno de los países que tiene uno de los internet más caro de la región, y me imagino ya usted hizo su investigación, entonces comencemos por el inicio, valga la redundancia, como quiere tener un comercio electrónico si tenemos un internet deficiente, un internet caro, donde muchos de nuestros compatriotas no tienen acceso a internet y lo hemos visto en las clases virtuales, mucha gente diciendo que se le fue la señal, profesor no tengo datos para poder seguir la clase, de ahí nomás que clase de comercio electrónico como vamos a fomentar si la gente no tiene acceso al internet, con un internet deficiente que se para cayendo, tenemos empresas que no están dando buen servicio, entonces el estado tiene que poner las cosas bien claras, y decir dame internet en todo el Perú, entonces la empresa dirá no puedo poner internet en todo el Perú, por lo accidentado de nuestra geografía, si pero puede poner internet satelital, soluciones hay, en caso de ser el único proveedor, el Perú tendrá que desarrollar su internet satelital. Si generamos competencia, entonces los precios bajan y es así, pero no hay esa iniciativa, ni la voluntad política de hacerlo, puede usted sugerir en su investigación 50,000 formas de leyes, de mejoras, pero si usted no tiene internet ni la voluntad política, no va pasar nada.
- 2. Dra. Yda Rosa Cabrera Cueto** Se debe tener un organismo fiscalizador, para esta área específica como es la era virtual, para poder mejorar implementando desde el Congreso nuevas leyes que den mayor seguridad y garantía para poder usar este servicio, que ha crecido a pasos agigantados debido a la pandemia.
- 3. Dra. Ana Cecilia Alegría Trujillo** Mejoras en todo aspecto, tendríamos talvez que verificar, interpretar sobre todo las normas jurídicas en defensa del consumidor para que este comercio electrónico tenga quizás clausulas especiales, donde el vendedor o los empleadores no vulneren o perjudiquen en este caso a la sociedad con respecto a la venta a través del comercio electrónico.
- 4. Mag. Wilber Chávez Zacarías Paredes** El art. 44 de la Constitución establece que son deberes del Estado promover el bienestar general que se fundamenta en la justicia y en el desarrollo integral y equilibrado de la Nación.
El derecho es una ciencia social que evoluciona en el tiempo conforme suceden los hechos jurídicos que suceden en la realidad. En ese contexto, la legislación cuyas normas jurídicas (explicadas en la respuesta de la pregunta 3) que respaldan el comercio electrónico deben ser actualizadas conformes al desarrollo de las TICs (Tecnología de la Información y Comunicación). Según PerúRetail (10/06/2022) proyecta que las “Empresas de Retail en el metaverso tienen posibilidades infinitas de multiplicar sus ganancias”, debido al metaverso, como espacio digital que permite superar las limitaciones físicas y temporales del mundo real. Para que el desarrollo sea más extensivo requiere la masificación de los servicios públicos de electricidad e Internet a todas las regiones, es política de Estado de los gobiernos de turno cumplir con sus deberes.

5. **Mag. Herbert Briceño** **Wilfredo Gordillo** Lo primero que creo yo es que hay que preparar un proyecto de Ley sobre comercio electrónico, promover una ley específica, para ello, mira ya es un uso tan común, que ya necesita que se le presta atención a este tipo de comercio, no, es urgente que necesita normas específicas, de repente las que hay son dispersas, pero ya se necesita normas específicas que regule el comercio y brinde mayor confianza, cuanto tenemos normas dispersas en cualquier materia como que no te alienta a celebrar contratos, considero si se dicta una norma para el comercio vía internet, que no te quede duda que esto va caminar mucho mejor.

4.2 Resultado de Investigación

Tabla 11

Resultado de la interpretación de la matriz N° 1

Resultado N° 1	
COMPARACIÓN	Los expertos coinciden que el Comercio Electrónico, que se viene desarrollando en el Perú, se ha venido incrementando su uso debido a la pandemia del COVID-19 y también por la Globalización. Hoy en día los contratos se realizan también ya de manera virtual y no cara a cara como se ha venido desarrollando tradicionalmente.
RESULTADOS	La pandemia dio un impulso a esta nueva forma de realizar los comercios electrónicos por plataformas virtuales, llegando a contratar vía virtual los consumidores, tanto de productos como los servicios que se vienen ofertando en la red.

Tabla 12

Resultado de la interpretación de la matriz N° 2

Resultado N° 2	
COMPARACIÓN	Con respecto a que los consumidores deben estar expuesto a los ciberdelitos, los expertos coinciden que es un riesgo latente, debido a que los delincuentes informáticos están al acecho en la red, por ello que toda persona debe tener el conocimiento debido como tener un buen pc con softwares originales, como los antivirus capaces de reconocer los programas maliciosos capaz de robar información muy delicada como las claves y cuentas bancarias.
RESULTADOS	Llegamos a la conclusión que todos los consumidores que usan el comercio electrónico, primero deben ser bien capacitados para no ser presa fácil del ciberdelito o de los delincuentes informáticos.

Tabla 13

Resultado de la interpretación de la matriz N° 3

Resultado N° 3	
COMPARACIÓN	Dentro de las normas sustantivas que respaldan jurídicamente al comercio electrónico en nuestro país, los expertos llegan a la conclusión que están dadas como son los diferentes códigos tanto civiles como penales, y los procesales y las demás de leyes como la que fija la protección al consumidor, la protección de datos, etc. Solo falta que se le dé mayor importancia a esta actividad como es el comercio electrónico y ajustar algunas leyes a nuestra realidad y grado de informalidad.
RESULTADOS	Llegamos a la conclusión que el comercio electrónico en el Perú, si está respaldado por las normas sustantivas dentro de ellas las procesales y demás leyes que de alguna manera protegen al consumidor al hacer uso de las compras por internet.

Tabla 14

Resultado de la interpretación de la matriz N° 4

Resultado N° 4	
COMPARACIÓN	Los expertos llegan a la conclusión que dentro de las ventajas que puede tener el comercio electrónico, es que ofrece un grado de mayor rapidez, que uno puede comprar o adquirir servicios a través de la internet, desde la comodidad en su hogar sin necesidad de perder tiempo en movilizarse y los 365 días del año en cualquier momento.
RESULTADOS	El comercio electrónico da muchas ventajas y beneficios a los consumidores, debido que es práctico, ahorro en todo sentido, desde tiempo, accesibilidad, a los productos y servicios, quedando como una buena alternativa a toda persona que quiera usar este modo de querer contratar.

Tabla 15

Resultado de la interpretación de la matriz N° 5

Resultado N° 5	
COMPARACIÓN	Los expertos gracias a sus conocimientos y experiencias en el comercio electrónico, coinciden que, de tener menores precios, en ese aspecto se daría por el comercio electrónico de personas que están envueltos en la informalidad, mas no en las personas jurídicas o naturales que si tributan y están formalizadas.

RESULTADOS Lo que llegamos a la conclusión es que debemos de contratar con negocios bien formalizados, que sean personas jurídicas o naturales confiables, capaz que nos brinden seguridad y no solo fijarnos en el precio, si no en que tal proveedor pueda garantizar lo que ofrece.

Tabla 16

Resultado de la interpretación de la matriz N° 6

Resultado N° 6

COMPARACIÓN Los expertos concuerdan que se debe aún mejorar las normas, para una mejor regulación jurídica en el campo del comercio electrónico, para brindar una buena tutela por parte del estado. Dentro de ello se debe de trabajar un nuevo proyecto de ley con todas las mejoras habidas y por haber.

RESULTADOS Llegamos a la conclusión que, para estar a la vanguardia de un comercio electrónico a nivel internacional, hay que mejorar el servicio de internet por parte del estado y luego regularizar a tal punto que se bloquee la mayor accesibilidad de

CAPÍTULO V

DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

5.1 Discusiones

Ahora bien, muchos se mantienen reacios a usar estas plataformas virtuales, para adquirir sus productos o servicios, pero esto va más allá desde la empleabilidad, si deseas postular a determinadas empresas se encuentran que todo se tramita de manera virtual, donde los currículos vitae son solicitados en formato PDF, en el que deben ingresar a plataformas para que postulen al puesto deseado, si deseas adquirir servicios educativos de manera virtual, se debe de ingresar a las páginas webs en donde se realiza el proceso de matrícula previo pago realizado mediante una transacción bancaria o haciendo uso de la tarjeta de crédito, donde el usuario puede solicitar e indicar virtualmente el horario al cual accederá a sus clases, por ello y tantas modificaciones que ha tenido la vida cotidiana con el avance de las tecnologías de información, es por eso importante que todas las personas deben de operar un celular de alta gama o una computadora, lo cual hará la persona tenga vigencia en este mundo computarizado, que cada vez es más competitivo.

Como lo manifestó Osorio en su trabajo de investigación, donde las féminas jóvenes de 25 a 35 años ya vienen haciendo uso del comercio electrónico, dicha investigación lo ha realizado en las tiendas por departamentos, siendo un grupo etario joven las cuales están más familiarizados con los avances tecnológicos, también poniendo de manifiesto que solo Lima no es todo el Perú, además lo que Córdova en su investigación en el año 2020 hiciera sobre el comercio electrónico en la ciudad de Chachapoyas, donde llegó a la conclusión que en las pequeñas y medianas empresas más del 53.1% no están haciendo uso del comercio electrónico, siendo el factor predominante de vendedores y consumidores la desconfianza de uno otro al otro, por lo que se inclinan a la manera tradicional, que es físicamente para poder concretar sus ventas y las compras por parte de los consumidores.

Colca por su parte, en el estudio que realizó en la selva peruana en la ciudad de Pucallpa, afirmó que para obtener mejores ganancias se deben implementar plataformas para que se brinde un buen comercio electrónico, además que debe de capacitarse al recurso humano para hacer uso de las tecnologías, en provecho del comercio electrónico, por lo que sin una buena tecnología de la información y sin un buen conocimiento tecnológico, no puede fluir este novedoso sistema virtual como es el comercio electrónico.

Para los internacionales Perdigón y Pérez, afirmaron según su investigación que es muy beneficioso para los empresarios, el promocionar vía internet sus productos y servicios, dicho estudio lo realiza en la región de América Latina, por lo que hicieron un estudio de gabinete amparándose en fuentes confiables como Scielo, Scholar y SciencaDirect, siendo este sistema del comercio electrónico, de beneficio para el ofertante como el cliente.

En cambio, Fiallos en el año 2019 también investigó que el sector turismo, han hecho uso de este sistema del comercio electrónico, los empresarios se han visto beneficiados debido a que han acercado fronteras, desde América Latina hasta Europa, donde ofrecen sus productos y servicios por la internet, como son las agencias de turismo, como es el caso de muchos empresarios del Ecuador que incursionan en el turismo, que ha logrado incrementar sus ingresos económicos.

Todo ello fruto de la experiencia de tanto de empresarios como consumidores que han visto las bondades del comercio electrónico, tanto a nivel nacional como internacional, que es el apoyo de esta investigación, se debe de recalcar que si existen beneficios, como es el tiempo, la comodidad de adquirir productos sin salir de casa, que incluso se ahorra desde el modo de cómo trasladar el producto adquirido a los proveedores o empresarios a la vivienda del consumidor, este trabajo va más allá,

donde se tiene que prever a que la persona se enfrenta, si se tiene la seguridad debida, de no ser estafados, con los productos o servicios que se adquieren vía comercio electrónico, que mecanismos legales, tecnológicos, dan la seguridad de que se puede incursionar de manera normal en el e-commerce.

En cuanto a lo que el investigado por León, en el año 2018, concluye que el comercio electrónico debe ofrecer una buena seguridad, para que no se den los fraudes o delitos informáticos. Además de ello se debe interactuar con los protocolos de internet como son las IP estática, debido a que gente inescrupulosa clonan páginas webs, desde las empresas que ofrecen productos y servicios, además de las páginas de entidades financieras que apoyan para que los consumidores hagan sus transacciones bancarias y realizar sus pagos de los productos que adquieren en internet.

En cuanto a la seguridad León afirma que el comercio electrónico estaría en tanto amparado en la ley 30096, siendo esta la “Ley De Delitos Informáticos”, que fue promulgada a los veintiún días del mes de octubre del año dos mil trece, por el presidente Ollanta Humala Tasso.

En tal virtud se observa una preocupación de los legisladores que ya desde el año 2013, se había previsto, como regular el comercio electrónico, además de tener esta ley 30096, también se cuenta con el código penal, el cual, si una persona no cumple con lo que ofrece, estaría en medio de una estafa; también se puede hacer uso de la ley N° 29571, código de protección y defensa del consumidor, por lo que existen mecanismos legales que dan una mayor seguridad.

Cúneo y Ortiz en el estudio de investigación que hicieron, sobre las determinantes que impiden la adopción del comercio electrónico en las pymes de Puerto Rico en el Brasil, es por desconocimiento de la tecnología que hace que no se

dé un buen comercio electrónico, donde los habitantes prefieren el comercio tradicional, con respecto a ello se puede asumir, que muchas personas en el suelo patrio también no hacen uso del comercio electrónico por desconocimiento y aunamos a ello la desconfianza de que tan seguro puede ser.

Como lo demuestran los estudios revisados que, en América Latina, los nacionales no son los únicos en desconocimiento del comercio electrónico, sino además de las tecnologías que hay que saber, los mecanismos que garantizan la seguridad de que ello tiene que tener. Siendo la solución principal una mayor capacitación tecnológica a la ciudadanía, además de implementar a las autoridades policiales, Ministerio Público y el Poder Judicial, para la poner en marcha las leyes prescritas frente a la protección del consumidor, además de los delitos informáticos.

5.2 Conclusiones

El país, tiene que estar a la vanguardia con la tecnología de información y los avances del comercio electrónico, para ello se sabe que siempre en la vida se toman riesgos y si se quiere dar el gran paso de obtener los beneficios y ventajas que da el adquirir los servicios y productos vía online.

Se tiene que estar bien informados, que tan seguro es este mecanismo virtual, en caso de ser víctimas de estafas vía internet, donde se tiene que denunciar y no quedarse callados; existe legislación vigente como la ley especial de delitos informáticos como es la norma legal N° 30086.

Tener el conocimiento adecuado al momento de realizar una transacción en línea, saber si estamos frente de páginas web oficiales y no estar frente a páginas clonadas siendo víctimas de hacker y/o delincuentes informáticos que se adueñan del patrimonio nacional, en tal forma siempre se debe estar en permanente capacitación, para poder interactuar con páginas oficiales de los empresarios o proveedores de

productos y servicios por internet, así como también de las entidades financieras, que hacen uso del comercio electrónico.

Adquirir productos tecnológicos con licencia, como es el caso de los softwares, o programas informáticos, que por ahorrarse unos soles, instalamos en el ordenador o computadora, programas que fueron adulterados o crakeados para no comprar la licencia como por ejemplo del sistema operativo Windows, o los programas de ofimática, siendo ello tan peligroso el instalar estos programas pirateados debido a que instalamos también virus troyanos que son capaces de copiar las claves secretas de las cuentas corrientes y redireccionado hacia los delincuentes informáticos.

En el año 2019, se creía que el comercio electrónico iba seguir su crecimiento paulatinamente, pero la pandemia COVID-19, hizo que el mundo se virtualizará, siendo ello que el comercio electrónico, aumentara tanto para los servicios, como por ejemplo la virtualización de las clases on-line, o clases virtuales, además de las ventas de diferentes productos, donde personas que no estaban capacitadas fueron víctimas de fraudes, como es el caso de las personas que compraban balones de oxígeno, que pagaron por dichos productos, pero nunca recibieron el bien supuestamente adquirido, tratándose de estafas.

Con el incremento que se dio a la actividad económica del comercio electrónico en estos últimos años en el Perú, se ha visto por conveniente por parte de los legisladores, la regularización, como es el caso de las firmas digitales, siendo ello muy práctico para personas que se encuentren de distintas partes puedan celebrar sus contratos privados para la adquisición de productos o servicios. Así como la ley especial 30096 que regula todo lo concerniente a los delitos informáticos por parte de los crackers.

5.3 Recomendaciones

Como resultado del presente trabajo titulado “Paradoja del comercio electrónico con los riesgos y beneficios que asume el consumidor de productos y servicios por internet” se debe de tener en cuenta, que el comercio electrónico es la actividad económica que ha tomado gran importancia, que ha servido de mecanismo alternativo, en las compras, ventas y adquisición de servicios, en tiempos de la pandemia COVID-19, por ello se debe de considerar como una actividad económica que se debe de utilizar con la normalidad del caso.

Para lo que en años pasados resultaba para los consumidores, un tanto difícil entrar a este mundo de la virtualización, la pandemia obligó a usar la tecnología de información, en donde a nivel nacional e internacional, han adquirido tanto productos como servicios de manera virtual, y como bien lo dicen la virtualidad vino para quedarse, no fue solo por un momento en pandemia, sino que los consumidores deben de tomarlo como una actividad económica normal para realizar las compras o también adquirir sus servicios, donde debemos de tener presente que es el mundo de hoy y del mañana, usar estos mecanismos con cuidado, para no ser timados por los delincuentes informáticos, que buscan de alguna manera timar a usuarios novatos en las redes sociales ofreciendo productos que nunca les entregaran, valiéndose de cuentas falsas, para apoderarse del patrimonio ajeno.

Toda persona que desee incursionar en el comercio electrónico tanto como proveedor o cliente de algún servicio o producto, debe de capacitarse y si es empresario capacitar muy bien a su personal, para ello cuentan con instituciones como la Cámara de Comercio Electrónico del Perú, que brinda diferentes servicios de capacitación permanente.

Por último, saber que la legislación peruana si cuenta con los mecanismos jurídicos, como es el código penal que regula las estafas así sean por internet, la ley especial número 30096 de la protección de delitos informáticos, y las leyes que protegen al consumidor entre otras y se sigue trabajando para tener un comercio electrónico seguro y confiable.

REFERENCIAS

- Alderete, M. y Giagante, M. (2019). Comercio electrónico en el sector hotelero: el caso de una localidad de Argentina. *Revista Academia & Negocios*, 5(1), 29-44. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560860148003>
- Amy, S. (2020). *Comercio electrónico y la reactivación económica de las Mypes de la provincia de Sullana durante el estado de emergencia por COVID-19, Perú, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/71618>
- Avalos, C. (2021). *El comercio electrónico y la actividad comercial en los comercios textiles de Gamarra, periodo 2019* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP <https://hdl.handle.net/20.500.12727/9460>
- Cancino, A., Huancayo, M., Romero, W. y Saavedra, J. (2018). *El consumidor del sector moderno y la compra electrónica en Lima y zona norte del Perú* [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio Institucional ESAN. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1453>
- Castrillón, G. y Restrepo, M. (2021). *El panorama legal del comercio electrónico y algunos de sus riesgos* [Tesis de pregrado, Universidad EAFIT]. Repositorio Institucional de la EAFIT. <http://hdl.handle.net/10784/29963>
- Cordova, L. (2020). *Factores que limitan la implementación del comercio electrónico en la MYPES de la ciudad de Chachapoyas 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza]. Repositorio Institucional de la UNTRM. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2126/Leyla%20Cordova%20Martinez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cúneo, F. y Ortiz, M. (2020). Determinantes que impiden la adopción del comercio electrónico por las pymes de Puerto Rico. *Foro Empresarial*, 25(1), 33-35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63166575002>
- Diario Gestion. (2021, 26 de marzo). *Estas son las principales estafas del comercio electrónico en 2021*. <https://gestion.pe/economia/comercio-electronico-conoce-las-principales-estafas-del-e-commerce-en-2021-fotos-nndc-noticia/?ref=gesr>
- Esparza, D. (2021). *E-commerce: experiencia en la creación de una tienda online* [Tesis de pregrado, Universidad Politecnica de Cartagena]. Repositorio Institucional de la UPC. <https://repositorio.upct.es/xmlui/bitstream/handle/10317/9455/tfg-esp-eco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esteves, A. y Fernández, V. (2019). Aplicación de estrategias de ventas de tarjetas crediticias para incentivar al comercio electrónico en los clientes de una cadena de bancos en Perú. *Revista Científica de la UCSA* , 6(1), 23-32 [https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006\(01\)023-032](https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2019.006(01)023-032)
- Fernández, A. (2019). La importancia de la omnicanalidad en el sector retail. *Análisis de los sectores de la moda y la alimentación* [Tesis de pregrado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Institucional UPCC. <http://hdl.handle.net/11531/28530>
- Fiallos, D. (2019). Influencia del comercio electrónico en el turismo. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 3(2), 32–38 <https://doi.org/10.37956/jbes.v3i2.24>
- Guillermo, A. (2018). *Incorporación del comercio electrónico y su aporte a la rentabilidad de las MYPES de la ciudad de Pucallpa 2018* [Tesis de pregrado,

Universidad Alas Peruanas]. Repositorio Institucional UAP.
<https://hdl.handle.net/20.500.12990/4364>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Ixmatlahua, S., Raygoza, R., Romero, O., Uribe, F. y Vargas, E. (2015). Metrópoli Digital: Una plataforma Web para la inclusión integral de las PyMES, Sociedad y Gobierno en el uso de las Tecnologías de la Información en la región de las Altas Montañas del estado de Veracruz, México. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(3). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242019000300072>

León, Y. (2018). *Bloqueo del ip dinamico dentro del comercio electronico como medida de prevención de los delitos informaticos de la ley 30096* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5463>

Malca, O. (2001). *Comercio Electronico*. Universidad Universidad del Pacífico. <http://hdl.handle.net/11354/76>

Monjarás, L. (2021). *La importancia del comercio electrónico y el comportamiento del consumidor en las líneas de moda de las tiendas por departamento en el Perú durante el COVID-19* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura]. Repositorio Institucional UDEP. <http://purl.org/pe-repo/renati/type#tesis>.

Nolasco, Z. (2020). *Comercio electrónico y su influencia en la evasión tributaria en tiempos de COVID – 19, en empresas electrónicas, Huanta - Ayacucho, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66547>

- Orihuela, G. y Siuce, G. (2019). *Factores que limitan la adopción del comercio electrónico en los negocios del Centro Comercial Constitución de Huancayo* [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional UC. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/7126>
- Osorio, M. (2019). *Los elementos de promoción en relación a la recompra en los sitios web de las tiendas por departamento en la categoría moda en e-commerce por parte de mujeres de 25 a 35 años de edad de NSE B en la zona 7 de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/627761>
- Pacherres, L. (2018). *Introducción, conceptos, creación de sitios web, diseño de páginas web, herramientas para generar páginas web, tipos, principales funciones, aplicaciones* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Educación]. Repositorio Institucional UNE. <http://200.60.81.165/bitstream/handle/UNE/5006/P%c3%a1ginas%20web.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perdigon, R y Pérez, M (15 de julio de 2020). Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019. *Revista de Tecnología y Sociedad* 24. doi:<https://doi.org/10.32870/Pk.a10n18.459>
- Sánchez, J. y Montoya, L.(2017). La confianza como elemento fundamental en las compras a través de canales de comercio electrónico. Caso de los consumidores en Antioquia. *Innovar*, 27(64), 11–22. <https://doi.org/10.15446/innovar.v27n64.62365>
- Sukno, R. y Pascual, I. (2019). E-Commerce C2C en Chile: Incorporación de La Reputación y de la Confianza en El TAM. *Journal of Technology Management & Innovation*, 1(3), 10.

Vidal, K. (2019). *Riesgo jurídico del comercio electrónico en el sistema de contratación vía internet en el Perú* [Tesis de pregrado. Universidad Santiago Antúnez de Mayolo]. Repositorio Institucional USAM. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/4377?show=full>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	1. Antecedentes:	Hipótesis General:	Variable 1	El paradigma cualitativo y documental, donde se enfoca en el análisis de la documentación sobre las investigaciones realizadas
¿Cómo se interpreta los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos y servicios cuando hace uso del comercio electrónico?	Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico	A nivel nacional - Osorio. (2019). Los elementos de promoción en relación a la recompra en los sitios web de las tiendas por departamento en la categoría moda en e-commerce por parte de mujeres de 25 a 35 años de edad de NSE B en la zona 7 de Lima Metropolitana.	Existen relaciones entre los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos y servicios cuando hace uso del comercio electrónico	Comercio electrónico Dimensiones: Beneficios Seguridad Ventajas	
Problemas específicos	Objetivos específicos		Hipótesis específicas:	Variable 2	Método inductivo, una estrategia para abordar esta investigación donde se ha partido de premisas particulares para llegar luego a conclusiones generales, donde haciendo uso de la observación
¿Cómo la legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual?	Explicar cómo la legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.	- León. (2018). bloqueo del ip dinamico dentro del comercio electronico como medida de prevención de los delitos informaticos de la ley 30096.	- Existe la debida legislación que ampare a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.	Servicio Productos Legislación	
¿Cuáles son las ventajas que obtiene el consumidor al usar el comercio electrónico para adquirir sus servicios y productos?	Explicar las ventajas que obtiene el consumidor al usar el comercio electrónico para adquirir sus servicios o productos	A nivel Internacional: - Perdígón, P. (julio de 15 de 2020). Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019. - Fiallos. (2019). Influencia del comercio electrónico en el turismo. Colloquium, 7.	- Existirán ventajas para el consumidor al usar el comercio electrónico para adquirir sus servicios y productos a diferencia de la manera tradicional.		

Anexo 2. Certificados de validez de los instrumentos por el MAG. Wilfredo

Herbert Gordillo Briceño

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA CATEGORÍA: COMERCIO ELECTRONICO

N°	SUBCATEGORIAS/ items	Veracidad ¹		Aplicabilidad ²		Consistencia ³		Neutralidad ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
SUBCATEGORIA 1: RIESGOS										
1	¿Como interpreta usted el comercio electrónico que se viene desarrollando en el Perú?	x		x		x		x		
2	¿Cómo interpreta usted los riesgos de ciberdelitos que tienen que asumir los usuarios del comercio electrónico?	x		x		x		x		
3	¿Qué normas sustantivas, interpreta usted que respaldan el comercio electrónico en el Perú?	x		x		x		x		
SUBCATEGORIA 2: BENEFICIOS										
1	¿Cómo interpreta usted que existen beneficios o ventajas para los consumidores del comercio electrónico?	x		x		x		x		
2	¿Cómo interpreta usted que el beneficio, de obtener los productos a menores precios comprando por internet, es debido a que los vendedores hacen uso de la evasión de impuestos?	x		x		x		x		
3	¿De qué manera interpreta usted, que se deben realizar mejoras en nuestra legislación nacional para que el comercio electrónico sea más beneficioso para los usuarios de este sistema virtual?	x		x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁵): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: **Mag. Wilfredo Herbert Gordillo Briceño** DNI: 08337343

Especialidad del validador: **Derecho Civil**

¹Veracidad: Autenticidad y credibilidad. Los resultados son verdaderos para las personas que fueron estudiadas y para otras personas que han experimentado o estado en contacto con el fenómeno investigado.

²Aplicabilidad: Transferibilidad o exportabilidad. La transferibilidad consiste en la posibilidad de transferir los resultados a otros contextos o grupos.

³Consistencia: Dependencia o estabilidad de los datos.

⁴Neutralidad: Confirmabilidad. Se refiere a la neutralidad de la interpretación o análisis de la información, que se logra cuando otro (s) investigador (es) puede seguir «la pista» al investigador original y llegar a hallazgos similares

⁵Suficiencia: Los items planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima Sur, 25 de mayo del 2022


Firma del Experto Informante.

Anexo 3. Certificados de validez de los instrumentos por el DR. Luis Ángel Espinoza Pajuelo

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LA CATEGORÍA: COMERCIO ELECTRONICO

N°	SUBCATEGORÍAS/ Items	Veracidad ¹		Aplicabilidad ²		Consistencia ³		Neutralidad ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
SUBCATEGORÍA 1: RIESGOS										
1	¿Como interpreta usted el comercio electrónico que se viene desarrollando en el Perú?	x		x		x		x		
2	¿Cómo interpreta usted los riesgos de ciberdelitos que tienen que asumir los usuarios del comercio electrónico?	x		x		x		x		
3	¿Qué normas sustantivas, interpreta usted que respaldan el comercio electrónico en el Perú?	x		x		x		x		
SUBCATEGORIA 2: BENEFICIOS										
1	¿Cómo interpreta usted que existen beneficios o ventajas para los consumidores del comercio electrónico?	x		x		x		x		
2	¿Cómo interpreta usted que el beneficio, de obtener los productos a menores precios comprando por internet, es debido a que los vendedores hacen uso de la evasión de impuestos?	x		x		x		x		
3	¿De qué manera interpreta usted, que se deben realizar mejoras en nuestra legislación nacional para que el comercio electrónico sea más beneficioso para los usuarios de este sistema virtual?	x		x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁵): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Espinoza Pajuelo, Luis Ángel DNI: 10594662

Especialidad del validador:

¹Veracidad: Autenticidad y credibilidad. Los resultados son verdaderos para las personas que fueron estudiadas y para otras personas que han experimentado o estado en contacto con el fenómeno investigado.

²Aplicabilidad: Transferibilidad o exportabilidad. La transferibilidad consiste en la posibilidad de transferir los resultados a otros contextos o grupos.

³Consistencia: Dependencia o estabilidad de los datos.

⁴Neutralidad: Confirmabilidad. Se refiere a la neutralidad de la interpretación o análisis de la información, que se logra cuando otro (s) investigador (es) puede seguir «la pista» al investigador original y llegar a hallazgos similares

⁵Suficiencia: Los items planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 25 de Mayo del 2022

Firma del Experto Informante.

Anexo 4. Consentimiento informado del participante MAG. Arturo Adolfo

Medrano Carmona



**Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Derecho**

Consentimiento Informado

La finalidad del presente documento, es trasladar a los señores participantes de una determinada investigación información y explicación sobre las características de la misma, así como el rol que ocuparán dentro de ella en el proceso de ejecución.

La presente investigación tiene como autor a Wilson Bori Rodríguez Vargas, de la tesis "UNA MIRADA AL COMERCIO ELECTRONICO Y SU PARADOJA DE LOS RIESGOS Y BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET" de la Universidad Autónoma del Perú. Los objetivos de la nuestra investigación son los siguientes:

General:

Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico.

Específicos:

Determinar que debe conocer el consumidor antes de comprar productos o contratar servicios de manera virtual.

Explicar cómo nuestra legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Si usted participa del proceso de recolección de datos, se solicitará absolver un conjunto de preguntas relacionadas a nuestra investigación mediante una entrevista o la técnica que resulte aplicable en el proceso de ejecución. Dicho proceso comprende una duración estimada de 60 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

Vuestra participación en el proceso de investigación es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y de ser el caso, previa autorización expresa será posible revelar su identidad en nuestro estudio, no siendo empleada la información en otro tipo de actividades. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación en caso no autorice la revelación de su identidad y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, vamos a conservar los archivos de audio para efecto de evidencia de nuestra investigación.

De tener dudas sobre este proceso de investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proceso de investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna

forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de no contestar o de solicitar su reformulación.

DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

El que firma y autoriza el presente documento, reconoce que la información facilitada en el proceso de ejecución de la presente investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la propuesta de investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, **puede contactar al correo electrónico amedranoc@autonoma.edu.pe**

Se me otorga una copia digital del presente documento y solicito sea notificado al siguiente correo electrónico: amedranoc@autonoma.edu.pe a fin de conocer sobre los resultados de la presente investigación.

COMPROMISOS ASUMIDOS POR EL PARTICIPANTE

De estar conforme con las condiciones señaladas, solicitamos consignar si autoriza o no vuestra participación.

AUTORIZACION:

Asimismo, de permitir la revelación de vuestra identidad, consignar SI colocando vuestra firma en el siguiente recuadro:

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature appears to be 'Arturo Medrano Carmona'.

AUTORIZACION: Sí.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PARTICIPANTE: MEDRANO CARMONA ARTURO ADOLFO.

Lima, 17 de junio del 2022

Anexo 5. Consentimiento informado del participante MAG. Wilfredo Herbert

Gordillo Briceño



Facultad de Ciencias Humanas Escuela de Derecho

Consentimiento Informado

La finalidad del presente documento, es trasladar a los señores participantes de una determinada investigación información y explicación sobre las características de la misma, así como el rol que ocuparán dentro de ella en el proceso de ejecución.

La presente investigación tiene como autor a Wilson Bori Rodríguez Vargas, de la tesis "UNA MIRADA AL COMERCIO ELECTRONICO Y SU PARADOJA DE LOS RIESGOS Y BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET" de la Universidad Autónoma del Perú. Los objetivos de la nuestra investigación son los siguientes:

General:

Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico.

Específicos:

Determinar que debe conocer el consumidor antes de comprar productos o contratar servicios de manera virtual.

Explicar cómo nuestra legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Si usted participa del proceso de recolección de datos, se solicitará absolver un conjunto de preguntas relacionadas a nuestra investigación mediante una entrevista o la técnica que resulte aplicable en el proceso de ejecución. Dicho proceso comprende una duración estimada de 60 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

Vuestra participación en el proceso de investigación es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y de ser el caso, previa autorización expresa será posible revelar su identidad en nuestro estudio, no siendo empleada la información en otro tipo de actividades. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación en caso no autorice la revelación de su identidad y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, vamos a conservar los archivos de audio para efecto de evidencia de nuestra investigación.

De tener dudas sobre este proceso de investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proceso de investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna

forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de no contestar o de solicitar su reformulación.

DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

El que firma y autoriza el presente documento, reconoce que la información facilitada en el proceso de ejecución de la presente investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la propuesta de investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, **puede contactar al correo electrónico** W5ORDILLO.B@AUTONOMA.EDU.PE

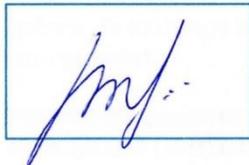
Se me otorga una copia digital del presente documento y solicito sea notificado al siguiente correo electrónico: W5ORDILLO.B@AUTONOMA.EDU.PE a fin de conocer sobre los resultados de la presente investigación.

COMPROMISOS ASUMIDOS POR EL PARTICIPANTE

De estar conforme con las condiciones señaladas, solicitamos consignar si autoriza o no vuestra participación.

AUTORIZACION:

Asimismo, de permitir la revelación de vuestra identidad, consignar SI colocando vuestra firma en el siguiente recuadro:



AUTORIZACION: *SI*

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PARTICIPANTE: BORDILLO BRICENO WILFREDO HERBERT

Lima, ¹⁶ de JUNIO del 2022

Anexo 6. Consentimiento informado del participante MAG. Zacarias Wilber

Paredes Chávez



**Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Derecho**

Consentimiento Informado

La finalidad del presente documento, es trasladar a los señores participantes de una determinada investigación información y explicación sobre las características de la misma, así como el rol que ocuparán dentro de ella en el proceso de ejecución.

La presente investigación tiene como autor a Wilson Bori Rodríguez Vargas, de la tesis “UNA MIRADA AL COMERCIO ELECTRONICO Y SU PARADOJA DE LOS RIESGOS Y BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET” de la Universidad Autónoma del Perú. Los objetivos de la nuestra investigación son los siguientes:

General:

Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico.

Específicos:

Determinar que debe conocer el consumidor antes de comprar productos o contratar servicios de manera virtual.

Explicar cómo nuestra legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Si usted participa del proceso de recolección de datos, se solicitará absolver un conjunto de preguntas relacionadas a nuestra investigación mediante una entrevista o la técnica que resulte aplicable en el proceso de ejecución. Dicho proceso comprende una duración estimada de 60 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

Vuestra participación en el proceso de investigación es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y de ser el caso, previa autorización expresa será posible revelar su identidad en nuestro estudio, no siendo empleada la información en otro tipo de actividades. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación en caso no autorice la revelación de su identidad y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, vamos a conservar los archivos de audio para efecto de evidencia de nuestra investigación.

De tener dudas sobre este proceso de investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proceso de investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna

forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de no contestar o de solicitar su reformulación.

DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

El que firma y autoriza el presente documento, reconoce que la información facilitada en el proceso de ejecución de la presente investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la propuesta de investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, **puede contactar al correo electrónico zparedes@autonoma.edu.pe**

Se me otorga una copia digital del presente documento y solicito sea notificado al siguiente correo electrónico: zparedes@autonoma.edu.pe a fin de conocer sobre los resultados de la presente investigación.

COMPROMISOS ASUMIDOS POR EL PARTICIPANTE

De estar conforme con las condiciones señaladas, solicitamos consignar si autoriza o no vuestra participación.

AUTORIZACIÓN: SI

Asimismo, de permitir la revelación de vuestra identidad, consignar SI colocando vuestra firma en el siguiente recuadro:



AUTORIZACIÓN: SI

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PARTICIPANTE: Zacarias Wilber Paredes Chávez.

Lima, 13 de junio del 2022

Anexo 7. Consentimiento informado de la participante DRA. Alegría Trujillo

Ana Cecilia



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Derecho

Consentimiento Informado

La finalidad del presente documento, es trasladar a los señores participantes de una determinada investigación información y explicación sobre las características de la misma, así como el rol que ocuparán dentro de ella en el proceso de ejecución.

La presente investigación tiene como autor a Wilson Bori Rodríguez Vargas, de la tesis "UNA MIRADA AL COMERCIO ELECTRONICO Y SU PARADOJA DE LOS RIESGOS Y BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET" de la Universidad Autónoma del Perú. Los objetivos de la nuestra investigación son los siguientes:

General:

- Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico.

Específicos:

- Determinar que debe conocer el consumidor antes de comprar productos o contratar servicios de manera virtual.
- Explicar cómo nuestra legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Si usted participa del proceso de recolección de datos, se solicitará absolver un conjunto de preguntas relacionadas a nuestra investigación mediante una entrevista o la técnica que resulte aplicable en el proceso de ejecución. Dicho proceso comprende una duración estimada de 60 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

Vuestra participación en el proceso de investigación es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y de ser el caso, previa autorización expresa será posible revelar su identidad en nuestro estudio, no siendo empleada la información en otro tipo de actividades. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación en caso no autorice la revelación de su identidad y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, vamos a conservar los archivos de audio para efecto de evidencia de nuestra investigación.

De tener dudas sobre este proceso de investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proceso de investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna

forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de no contestar o de solicitar su reformulación.

DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

El que firma y autoriza el presente documento, reconoce que la información facilitada en el proceso de ejecución de la presente investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la propuesta de investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, **puede contactar al correo electrónico** ana.alegria@autonoma.pe

Se me otorga una copia digital del presente documento y solicito sea notificado al siguiente correo electrónico: ana.alegria@autonoma.pe a fin de conocer sobre los resultados de la presente investigación.

COMPROMISOS ASUMIDOS POR EL PARTICIPANTE

De estar conforme con las condiciones señaladas, solicitamos consignar si autoriza o no vuestra participación.

AUTORIZACION:

Asimismo, de permitir la revelación de vuestra identidad, consignar SI colocando vuestra firma en el siguiente recuadro:



AUTORIZACION: Si

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PARTICIPANTE: ALEGRIA TRUJILLO, ANA CECILIA

Lima, de del 2022

Anexo 8. Consentimiento informado de la participante DRA. Cabrera Cueto

Yda Rosa



Facultad de Ciencias Humanas
Escuela de Derecho

Consentimiento Informado

La finalidad del presente documento, es trasladar a los señores participantes de una determinada investigación información y explicación sobre las características de la misma, así como el rol que ocuparán dentro de ella en el proceso de ejecución.

La presente investigación tiene como autor a Wilson Bori Rodriguez Vargas, de la tesis "UNA MIRADA AL COMERCIO ELECTRONICO Y SU PARADOJA DE LOS RIESGOS Y BENEFICIOS QUE ASUME EL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR INTERNET" de la Universidad Autónoma del Perú. Los objetivos de la nuestra investigación son los siguientes:

General:

Explicar los riesgos y beneficios de las personas al adquirir productos o servicios cuando hace uso del comercio electrónico.

Específicos:

Determinar que debe conocer el consumidor antes de comprar productos o contratar servicios de manera virtual.

Explicar cómo nuestra legislación garantiza a las personas para poder contratar servicios o comprar productos de manera virtual.

Si usted participa del proceso de recolección de datos, se solicitará absolver un conjunto de preguntas relacionadas a nuestra investigación mediante una entrevista o la técnica que resulte aplicable en el proceso de ejecución. Dicho proceso comprende una duración estimada de 60 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

Vuestra participación en el proceso de investigación es voluntaria. La información que se recoja será confidencial y de ser el caso, previa autorización expresa será posible revelar su identidad en nuestro estudio, no siendo empleada la información en otro tipo de actividades. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación en caso no autorice la revelación de su identidad y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, vamos a conservar los archivos de audio para efecto de evidencia de nuestra investigación.

De tener dudas sobre este proceso de investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proceso de investigación en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna

forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de no contestar o de solicitar su reformulación.

DECLARACIÓN DEL PARTICIPANTE

El que firma y autoriza el presente documento, reconoce que la información facilitada en el proceso de ejecución de la presente investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre la propuesta de investigación en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, **puede contactar al correo electrónico**

y.cabrera.c@u.antonoma.edu.pe

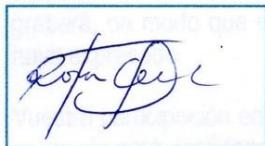
Se me otorga una copia digital del presente documento y solicito sea notificado al siguiente correo electrónico: a fin de conocer sobre los resultados de la presente investigación.

COMPROMISOS ASUMIDOS POR EL PARTICIPANTE

De estar conforme con las condiciones señaladas, solicitamos consignar si autoriza o no vuestra participación.

AUTORIZACION:

Asimismo, de permitir la revelación de vuestra identidad, consignar SI colocando vuestra firma en el siguiente recuadro:



AUTORIZACION:

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PARTICIPANTE: CABRERA CUETO Y DA ROSA

Lima, de del 2022



REPÚBLICA DEL PERÚ

**Autónoma**
Universidad Autónoma del Perú

A nombre de la Nación

El Consejo Universitario Académico, por acuerdo de fecha 04 de
Noviembre de 2022, a propuesta de la Facultad de Ciencias Humanas,
Escuela Profesional de Derecho, confiere el Grado Académico de:

BACHILLER EN DERECHO

a favor de:

WILSON BORI RODRIGUEZ VARGAS

Se expide el presente Diploma, que lo(a) acredita como tal.

Lima, 22 de Noviembre de 2022

**DR. EDUARDO ENRIQUE VASQUEZ HUAMAN**
Rector**DR. JOSÉ CARLOS ANICAMA GÓMEZ**
Decano Facultad De Ciencias Humanas**MG. LILIAM LESLY CASTRO RODRIGUEZ**
Secretaria General

