



**FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Tesis

**RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y
TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS EN
PLATAFORMAS DIGITALES PERIODO 2023**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ABOGADA**

Autoras

DÁVILA BRACAMONTE, Carmen Valeria (ORCID: 0000-0003-0032-6126)

ORTIZ QUISPE, Yldaura del Rocío (ORCID: 0000-0002-7172-4917)

Asesor

HUAMAN PILLHUAMAN, Moisés Noe (ORCID: 0009-0008-8122-4386)

Línea de investigación de programa

Promoción y mejora continua de los mecanismos alternativos de resolución de conflictos

Línea de acción RSU

Salud y Bienestar

LIMA, PERÚ, MARZO DE 2025



CC BY-NC-ND

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

Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente.

Referencia bibliográfica

Davila Bracamonte, C. V., & Ortiz Quispe, Y. del R. (2025). *Relación comercial entre empresas y trabajadores que prestan servicios en plataformas digitales periodo 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Carmen Valeria Davila Bracamonte
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	72030103
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0032-6126
Datos del autor	
Nombres y apellidos	Yldaura Del Rocio Ortiz Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	45281973
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-7172-4917
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Moises Noe Huaman Pillhuaman
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	42378796
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-8122-4386
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Antonio Agurto Gonzales
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	42378796
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Angel Espinoza Pajuelo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10594662
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Erick Daniel Vildoso Cabrera
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09949028
Datos de la investigación	

Título de la investigación	Relación comercial entre empresas y trabajadores que prestan servicios en plataformas digitales periodo 2023
Línea de investigación Institucional	Persona, Sociedad, Empresa y Estado
Línea de investigación del Programa	Promoción y mejora continua de los mecanismos alternativos de resolución de conflictos
Línea de acción RSU	Salud y Bienestar
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.05.02

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: el DR. CARLOS ANTONIO AGURTO GONZALES como presidente, el DR. LUIS ANGEL ESPINOZA PAJUELO como secretario y el DR. ERICK DANIEL VILDOSO CABRERA como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES PERIODO 2023

Presentado por la bachiller:
CARMEN VALERIA DAVILA BRACAMONTE

Para obtener el **Título Profesional de Abogada**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **TRECE. (13)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el **26 de marzo** del 2025.



PRESIDENTE
DR. CARLOS ANTONIO
AGURTO GONZALES



SECRETARIO
DR. LUIS ANGEL ESPINOZA
PAJUELO



VOCAL
DR. ERICK DANIEL
VILDOSO CABRERA

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: el DR. CARLOS ANTONIO AGURTO GONZALES como presidente, el DR. LUIS ANGEL ESPINOZA PAJUELO como secretario y el DR. ERICK DANIEL VILDOSO CABRERA como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN
SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES PERIODO 2023**

Presentado por la bachiller:

YLDAURA DEL ROCIO ORTIZ QUISPE

Para obtener el **Título Profesional de Abogada**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **TRECE. (13)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el **26 de marzo** del 2025.



PRESIDENTE
DR. CARLOS ANTONIO
AGURTO GONZALES



SECRETARIO
DR. LUIS ANGEL ESPINOZA
PAJUELO



VOCAL
DR. ERICK DANIEL
VILDOSO CABRERA

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

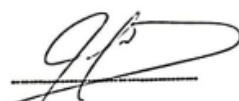
Yo MOISES NOE HUAMAN PILLHUAMAN docente de la Facultad de Derecho de la Escuela Profesional de Derecho de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES PERIODO 2023

De las bachilleres CARMEN VALERIA DAVILA BRACAMONTE/ YLDAURA DEL ROCIO ORTIZ QUISPE , certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que 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, 4 de Marzo de 2025



MOISES NOE HUAMAN PILLHUAMAN

DNI N°43226902

DEDICATORIA

Mi tesis está dedicado a mis padres y a mi hermano, por hacer el sacrificio de darme estudios y creer en mí, ellos día a día han sido mi impulso para seguir adelante. Gracias a ellos sus consejos estuvieron presentes y su apoyo incondicional, que con perseverancia todo se puede.

Carmen Valeria Dávila Bracamonte

Esta tesis está dedicada a Dios, pues gracias a él he podido culminar mi carrera. También quisiera tomar un momento para expresar mi más sincero agradecimiento a mi tía, quien ha estado incondicionalmente a mi lado, brindándome su apoyo y valiosos consejos. A mi esposo, le agradezco por permitirme disponer del tiempo para crecer profesionalmente. Y reconocer a todas las personas que, de diversas maneras, han contribuido al logro de mis metas.

Yldaura del Rocío Ortiz Quispe

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios y a la vida por permitir terminar mi carrera, a mi familia por darme la oportunidad de terminar mis estudios satisfactoriamente para así ustedes sentirse orgullosos de mí. A mi enamorado, por su apoyo incondicional en momentos difíciles y por sus consejos. A las personas que hoy en día no están presentes físicamente, pero tienen un lugar guardado en mi corazón. Este logro es gracias a todos ustedes.

Carmen Valeria Dávila Bracamonte

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mis familiares, quienes siempre me han ofrecido su apoyo incondicional en mi camino hacia el cumplimiento de mis objetivos personales y académicos. Además, han sido un pilar fundamental en mi vida, brindándome el respaldo material y económico necesario para que pudiera concentrarme en mis estudios y mantenerme firme en ellos.

Yldaura del Rocío Ortiz Quispe

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
LISTA DE TABLAS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
1. INTRODUCCIÓN	8
2. MÉTODO	17
2.1 Tipo y diseño de investigación	17
2.2 Población, muestra y muestreo.....	17
2.3 Hipótesis.....	17
2.4 Variables y operacionalización.....	18
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.6 Procedimiento.....	19
2.7 Análisis de datos.....	20
2.8 Aspecto ético:	20
3. RESULTADOS	21
4. DISCUSIÓN	24
5. CONCLUSIONES	28
6. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de las variables
Tabla 2	Prueba de normalidad
Tabla 3	Correlación entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales
Tabla 4	Correlación entre la relación comercial y los tipos de modelos
Tabla 5	Correlación entre la relación comercial y la confiabilidad del servicio
Tabla 6	Correlación entre la relación comercial y el servicio online

RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES PERIODO 2023

CARMEN VALERIA DÁVILA BRACAMONTE

YLDAURA DEL ROCÍO ORTIZ QUISPE

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

Esta investigación se propuso como objetivo establecer la relación entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023. En cuanto a la metodología, se aplicó un diseño no experimental, tipo básico, de alcance correlacional y de corte transversal. Respecto a la población estuvo conformada 150 trabajadores de diversas empresas de plataformas digitales, entre quienes se aplicó un muestreo probabilístico, a fin de hallar la muestra que fue de 108 trabajadores. Además, en el recojo de información se utilizaron dos instrumentos de acuerdo con las variables de estudio, que en ambos casos fueron validados a través de juicio de expertos conformado por tres temáticos, y también se halló el alfa de Cronbach en una prueba piloto para hallar la confiabilidad de la prueba. Así, los resultados obtenidos demostraron que la variable relación comercial destacó el nivel eficiente en un 54.6% y la variable servicios en plataformas digitales, en el nivel regular (45.4%). De esta manera, se concluyó que existe relación significativa entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023.

Palabras clave: relación comercial, trabajadores, servicios, plataformas digitales

**COMMERCIAL RELATIONSHIP BETWEEN COMPANIES AND WORKERS
PROVIDING SERVICES ON DIGITAL PLATFORMS PERIOD 2023**

**CARMEN VALERIA DÁVILA BRACAMONTE
YLDAURA DEL ROCÍO ORTIZ QUISPE**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The objective of this research was to establish the relationship between business interaction and services on digital platforms among workers during the year 2023. Regarding the methodology, a non-experimental design was used, of basic type, with a correlational and cross-sectional scope. The population consisted of 150 workers belonging to various digital platform companies, from which a probabilistic sampling was applied to select a sample of 108 workers. In addition, two instruments aligned with the variables of the study were used in the collection of information, which were validated through the judgment of experts, composed of three specialists. A pilot test was also carried out to calculate Cronbach's alpha, in order to verify the reliability of the tools used. Thus, the results obtained showed that the commercial relationship variable highlighted the efficient level in 54.6% and the services on digital platforms variable in the regular level (45.4%). Thus, it was concluded that there is a significant relationship between the business relationship and services on digital platforms among workers during the period 2023.

Keywords: relationship commercial, workers, services, digital platforms

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, debido a la era digital, las plataformas digitales son una forma cada vez más recurrente de conectar a empresas y trabajadores independientes que requieren de un trabajo. Esta situación se traduce en la conexión del trabajador con aplicaciones digitales por medio de la prestación de servicios. Sin embargo, este vínculo comercial plantea diversos desafíos legales y laborales que deben ser analizados a profundidad, con la finalidad de ser regulados de forma óptima en el Perú. De esta manera, es necesario abordar dicha problemática, las implicancias y las consecuencias jurídicas del vínculo comercial entre las empresas y los trabajadores que prestan servicios a plataformas digitales (Colas, 2020).

Entre 2015 y 2017, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020) realizó dos encuestas dirigidas a 3,500 trabajadores. Estos empleados residen en 75 países y están vinculados a cinco de las principales plataformas que ofrecen micro tareas para empresas y otros clientes. De estos encuestados, un 52% contaba con otros empleos remunerados, mientras que un 33% se encontraba en situaciones de empleo atípico, como trabajos a tiempo parcial y trabajos ocasionales.

En Latinoamérica, Moncaleano y Hoyos (2020) señalan que México, Brasil, Perú y Argentina son líderes respecto de la iniciativa de la economía colaborativa la cual promueve el empleo, el transporte y la educación; sin embargo, los trabajadores de estas empresas se encuentran expuestos a condiciones de seguridad, tales como accidentes de tránsito, riesgos físicos, biomecánicas y psicosociales.

En el contexto peruano, Arce (2021) sostiene que no se cuenta con regulación propia del trabajo autónomo, a excepción de lo indicado en la legislación civil o mercantil; sin embargo, la legislación peruana determina un sistema de garantías eficiente respecto de los derechos de quienes prestan servicios a las plataformas digitales. Por ello, es evidente la necesidad de una regulación orientada a la defensa de los derechos laborales de los trabajadores digitales (Ballester, 2020).

En el aspecto local, se ha observado la existencia de una conexión, a través de las plataformas digitales, entre los trabajadores y las empresas. Por su parte, Boza y Briones (2022) señalan que el efecto de la seguridad social no percibida, así como de la precariedad laboral en el medio digital, perteneciente a la ciudad. Por esta razón, se requiere resaltar las singularidades halladas en la prestación de servicios desarrolladas en plataformas digitales, pues su regulación es importante, tanto como los derechos de trabajadores digitales, ya que es diferente ser un trabajador

subordinado o ser uno autónomo derechos de los (Arroyo & Najar, 2021).

Así, es necesario que la reglamentación enfocada en los derechos de los trabajadores y su categorización se aborde con la responsabilidad debida, puesto que dichas iniciativas promoverán la protección de los trabajadores y, con ello, una mejor relación entre los participantes.

De esta manera, se establece el problema general del trabajo ¿Cuál es la relación entre el ámbito comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023? Asimismo, se consideran como problemas específicos ¿Cómo negocian los trabajadores acuerdos de servicios y establecen colaboración a través de plataformas digitales durante el periodo 2023? y ¿Qué desafíos surgen para mantener relaciones comerciales entre trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales durante el periodo 2023?.

En este contexto, la justificación social de la investigación se sostiene por la necesidad de entender y combatir los desafíos y dificultades surgidos a partir de esta modalidad nueva de empleo. En el Perú, así como en otros países, el desenvolvimiento de las plataformas digitales ha originado diversos cambios en cuanto al mercado laboral, estos cambios significativos han promovido un debate acerca de cómo proteger los derechos de los colaboradores. Esto conlleva a que la problemática evidenciada se aborde desde un punto de vista jurídico y así asegurar que los derechos de cada participante sean respetados de forma justa conforme a su situación.

Desde un aspecto teórico, esta investigación promueve la atención hacia un contexto legal, en el cual se hayan desarrollado reglamentos y normas que regulen, a nivel nacional, a los agentes que intervienen en este mercado, proporcionando así un respaldo científico. De esta manera, el estudio sostiene una justificación en el aspecto práctico, ya que bajo su desarrollo se orientará y se brindará mayor dirección a los que participan en este mercado. Así, los trabajadores y las empresas percibirán un beneficio en cuanto al marco legal, que vele por sus derechos y promueva sus obligaciones (Ruiz, 2021).

Asimismo, entre las principales limitaciones que se pudo evidenciar durante el desarrollo del estudio se resalta la siguiente: la disponibilidad de los trabajadores que participaron del estudio, quienes por cuestiones de tiempo y/o desgano, es decir, no mostrar interés en responder los instrumentos, no lograban terminar las encuestas; sin embargo, se logró su ejecución y se obtuvieron todas las respuestas

para el procesamiento de los datos en esta investigación.

En el ámbito internacional, se encuentra referenciado el estudio de Romero y Vásquez (2021) donde se estableció el objetivo de evaluar y revisar las circunstancias del medio digital en su comercialización, ello con el motivo de proponer un respaldo legal que garantice la seguridad y bienestar de los participantes. La metodología utilizada fue de carácter descriptivo y no experimental. Los resultados identificaron elementos de subordinación y dependencia, junto con indicios que sugieren la posibilidad de la existencia de una relación laboral. En conclusión, el estudio determinó la identificación de indicios de empleo y la aplicación de los principios pertinentes, lo que llevó a la conclusión de que este tipo de prestación de servicios está protegido por el derecho laboral.

Toapanta (2022) elaboró su investigación con el objetivo de examinar las condiciones laborales de los repartidores que trabajan para plataformas digitales y evaluar la factibilidad de una regulación en Ecuador. La metodología aplicada fue descriptiva y dogmáticas basadas en fuentes primarias y secundarias, la muestra la conformaron 4 participantes que fueron entrevistados. Según los resultados obtenidos, se ha establecido que el 99% de los repartidores son considerados autónomos y enfrentan condiciones laborales precarias. Sin embargo, la relación entre estos repartidores y las empresas de plataformas podría abordar a través de la implementación de los criterios establecidos en la legislación laboral ecuatoriana, así como también tomando en cuenta la doctrina y la jurisprudencia.

Todoí (2020) elaboró su investigación con el objetivo analizar la doctrina laboralista que está de acuerdo en que el concepto de trabajador debe ser interpretado según la realidad social del momento en el que se aplica. La metodología aplicada fue no experimental. En este sentido, este trabajo se enfoca en analizar qué significa esta afirmación en la actualidad, en un momento en el que se expanden las plataformas digitales y del trabajo independiente. De esta manera, se concluyó que, en vista de la producción a gran escala de autónomos y es posible que se requiera un cambio legislativo para enfrentar las nuevas realidades económicas.

Martín (2020) desarrolló su investigación con el propósito de examinar las características que hacen que una relación laboral sea considerada como tal y se estudiarán tres fallos judiciales para definir si la relación entre la empresa y los trabajadores que realizan sus servicios para estas plataformas digitales puede ser calificada como laboral. La investigación empleó una metodología descriptiva no

experimental. Luego de analizar la información pertinente, el autor llegó a la conclusión de que la clasificación jurídica de los trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales es un tema polémico, ya que estos trabajadores no poseen una organización empresarial independiente, aunque asumen cierto riesgo y costes, la existencia de ajenidad persiste.

En el panorama nacional, se revisó a Muguerza (2022) quien llevó a cabo su investigación cuyo objetivo fue examinar cómo la digitalización del trabajo, enfocándose en las empresas que operan dentro de la economía colaborativa, en particular la empresa Rappi, impacta en los derechos laborales de los repartidores en Perú. La metodología empleada en la investigación fue deductiva, inductiva y analítica. Los datos fueron recolectados mediante el análisis bibliográfico y documental, mediante fichas bibliográficas. En base a los resultados la investigadora concluyó que la digitalización del empleo en Perú, especialmente en la economía colaborativa de empresas como Rappi, ha afectado los derechos laborales.

Fernández (2021) desarrolló su investigación cuya finalidad fue proponer que se establezca una obligación legal para que las empresas que gestionan servicios de transporte privado mediante plataformas virtuales. Se utilizó una metodología mixta de diseño no experimental para llevar a cabo la investigación, seleccionando una muestra de 50 participantes. Para recopilar los datos necesarios, se les aplicó a los participantes una encuesta. A partir de los resultados obtenidos, se concluyó que las empresas encargadas de proveer servicios de transporte privado, especialmente aquellas que operan a través de plataformas virtuales, tienen una clara responsabilidad civil. En consecuencia, se determinó que son responsables de compensar los daños ocurridos dentro del vehículo, ya sean robos, accidentes de tránsito u otros perjuicios físicos que puedan tener lugar.

Gamarra (2023) llevó a cabo su investigación con la finalidad de establecer métodos para identificar una relación laboral en las plataformas digitales de servicios. Se utilizó una metodología descriptiva cualitativa en la investigación, empleando la técnica de análisis documental, jurisprudencial y legislativo a través de la revisión bibliográfica. En relación con los hallazgos, se identificó una problemática en torno a la economía digital, donde los empresarios de las plataformas digitales de servicios niegan la existencia de una relación laboral con los trabajadores, considerándolos simplemente colaboradores. Sin embargo, la realidad demuestra que estos colaboradores están sujetos a un contrato establecido de manera unilateral, quienes

se autodenominan como intermediarias, imponiendo condiciones no negociables y sin reconocimiento de los riesgos sociolaborales.

Boza y Briones (2022) desarrollaron su investigación cuyo objetivo fue explorar la precariedad laboral en el trabajo prestado mediante plataformas digitales para proteger las genuinas relaciones laborales de subordinación que pueden surgir en la prestación de servicios a través de plataformas digitales offline, se examinan algunas herramientas de prueba. Este estudio se planteó bajo un enfoque descriptivo no experimental. Luego de la evaluación de sus resultados, fue posible concluir que el desenvolvimiento de una adaptación especializada en el medio digital ha generado que muchas personas consideren esta forma de empleo en su ingreso esencial de vida, produciéndose así una automatización en la comunicación.

De tal manera, en el marco teórico se ha considerado lo planteado por Ballester (2020) quien sostiene que el nexo comercial dado en el medio digital requiere principalmente de trabajadores autónomos que logren cumplir metas comerciales de forma específica, ello con el fin de proponer condiciones equitativas, junto a una remuneración adecuada y acordada entre los participantes. Además, Benfeld (2020) sostiene que, en el marco jurídico, este vínculo comercial debe ser regulado por principios de autonomía, para acordar la libertad contractual y normas laborales justas que estén vigentes, protegiendo los derechos e indicando las obligaciones para ambas partes.

Asimismo, Arce (2021) argumenta que, debido a los nuevos requerimientos, la necesidad de poseer una plataforma digital es cada vez mayor y esto se refleja en la diversidad de estos espacios virtuales dedicados al comercio. Su presentación es una forma de anunciar su factibilidad en el proceso comercial. Es evidente que existen marcas que destacan en el comercio electrónico, como Linio y Mercado Libre Perú, empresas que proporcionan dichas facilidades para vender productos *online*, y posicionarse como una empresa segura en la que el público puede confiar.

Además, Arroyo y Najjar (2021) han advertido que los servicios de transporte ofrecidos en el mercado digital, como Beat y Cabify han tenido la acogida del público y son los que se emplean mayormente. Estas opciones de transporte tienen la particularidad de establecer un contacto directo con el conductor, presentar sus datos como garantía y la sofisticada idea de elegir el intervalo de precio a pagar. Adicionalmente, se otorga la potestad de calificar o retroalimentar el servicio dado, pues así la confianza y la calidad del servicio será mejorado.

También, Ballester (2020) ha indicado que marcas de servicio de entrega de productos tienen ciertos reconocimientos, como PedidosYa y Rappi. Estas marcas ofrecen la entrega, principalmente, de comida, productos esenciales o incluso medicinas, pero con la característica de ser rápido y efectivo. Asimismo, este tipo de plataformas han contribuido al crecimiento del sector de entrega a domicilio y han brindado oportunidades de empleo para repartidores independientes.

En el mismo sentido, Stucchi et al. (2021) destaca que estas marcas han obtenido el reconocimiento de sus clientes por su flexibilidad, ya sea en cuanto al horario de entregas, o también la comunicación con la misma persona encargada del negocio, quien puede manejar sus tiempos para efectuar las entregas. No obstante, Calderón (2021) indica que, en la relación comercial, tanto las empresas como los trabajadores tienen derechos y obligaciones mutuas, como el respeto del contrato, el cumplimiento de los plazos acordados. Por todo ello, la relación comercial en plataformas digitales puede estar regulada por acuerdos términos y condiciones de uso de la plataforma o normas de la empresa, con el objetivo de garantizar la calidad y seguridad de los servicios prestados (Bulchand & Melián, 2020).

Desde un enfoque teórico, es importante abordar que el derecho mercantil es un contexto que debe respaldar todo el proceso comercial digital, con la finalidad de que los clientes y vendedores perciban este respaldo como un impulso a continuar consumiendo y produciendo, la libertad de establecer contratos adecuados a cada situación debe ser atractivo y no un factor negativo. Por tanto, la autonomía característica de las partes involucradas debe constituir una facilidad que fortalezca a las empresas y promueva la confianza en los consumidores, pues esto se adecúa a sus requerimientos (Chiesa & Ayelén, 2021).

Bajo esta idea, se ha planteado la importancia de esquematizar una relación de subordinación entre ambos participantes o si solo se trata de una relación equitativa y comercial que se maneja de forma autónoma. Esto se debe a que las implicancias de sostener una subordinación en el proceso conllevan al establecimiento de medidas legales que deben proteger los derechos de consumidores y trabajadores. Específicamente, en el contexto peruano, se ve necesario que se planteen ciertos reglamentos que establezcan un mejor procedimiento y que ello se incluya en las legislaciones para cualquier caso de compra y venta online, puesto que ello garantizará un proceso comercial digital seguro para todos los involucrados (Scolari, 2022).

Por tanto, esta interacción entre ambos participantes es un punto clave que aporta significativamente en la economía peruana, lo cual debe, por esta misma razón, ser fortalecida. Como una forma de promover confianza y futura fidelidad, las empresas ofrecen un espacio accesible a sus clientes para que la compra se realice efectivamente (González & Roca, 2021). Es sumamente importante también destacar que los derechos de los trabajadores deben guardar similitudes con los derechos de todos los trabajadores en general, pero ello debe promoverse las adecuaciones circunstanciales de los empleos. Es decir, las mismas consideraciones laborales deben beneficiar a todos, sus horarios, su seguridad y la protección frente a posibles estafas (Torres, 2021).

De acuerdo con los tipos de relaciones comerciales, según Calderón (2021) las relaciones comerciales en cuanto al vínculo comercial entre empresas y trabajadores en plataformas digitales se refieren a las relaciones jurídicas y económicas que se fundan entre las empresas intermediarias, los trabajadores y los clientes. Estas relaciones se basan en acuerdos comerciales, contratos y transacciones que definen los derechos y obligaciones.

Según Del Bono (2020) sostiene que la planificación estratégica es el proceso mediante el cual las empresas y los trabajadores que prestan servicios en plataformas digitales establecen una visión, definen sus objetivos y determinan los cursos de acción necesarios para alcanzarlos. Esto conlleva a la responsabilidad de informarse sobre el respaldo legal reglamentado para que se pueda acudir con predisposición a las instancias adecuadas.

Para Ferro (2020) los servicios en plataformas digitales conforman actividades del ámbito económico que se procesan a través de medios electrónicos, estas son efectuadas por el vínculo que establecen ambos participantes, es decir, los proveedores y los consumidores, todo ello siempre en un espacio virtual. Además, de acuerdo con Fernández (2020) los servicios en plataformas digitales son aquellos que específicamente se establecen y se acuerdan por páginas web, espacio que se emplea únicamente para estas compras y con medio tecnológicos y comunicacionales.

Estas plataformas proporcionan factibilidad en la conexión, transacción y coordinación, originando una nueva forma de intermediación económica (Bulchand & Melián, 2020). Por lo tanto, de acuerdo con la teoría de la cocreación de valor, la base de los servicios digitales es la interactividad comercial que permite el

mejoramiento de los servicios a partir de la experiencia de cada usuario, pues es posible la retroalimentación instantánea, por medio de una calificación (Ferro, 2020). Entonces, esta nueva modalidad comercial promueve una amplia diversidad de compra, ya que no existirán limitaciones geográficas que restrinjan ciertas actividades de compra y venta, sino más bien se originará una globalización (Benfeld, 2020). Asimismo, esto significará una forma de facilitar a los trabajadores de poder establecer sus horarios y limitaciones.

En otras palabras, este tipo de comercialización, por medio digitales, ha comprobado, desde ya, su factibilidad en muchos sentidos y, por ende, la preferencia de compra y venta ha sido evidenciada. Cada proceso comercial por este medio ha demostrado la eficiencia en su entrega y seguridad, a excepción de ciertos casos, pero sigue siendo una forma rápida para realizar compras y ventas (González & Roca, 2021). Por otro lado, las plataformas digitales fomentan la innovación y el emprendimiento al ofrecer un espacio para el progreso de nuevas ideas y modelos de negocio en la economía digital. Esto impulsa la creatividad empresarial y la generación de valor en los servicios (Chiesa & Ayelén, 2021).

Surgen luego de ello, las dimensiones de la variable, considerando los tipos de modelos que de acuerdo con Rodríguez (2021) se pueden identificar diferentes tipos de modelos de servicios en plataformas digitales:

Modelo de intermediación que actúa como intermediario entre los proveedores de servicios y usuarios, facilitando contratación y prestación (Diario El Peruano, 2020).

Modelo para prestación de servicios directos que es la propia proveedora de servicios, ofreciendo directamente los servicios a los cibernautas a través de la plataforma (Ruay, 2022).

Modelo de agregación que reúne a múltiples proveedores de servicios en un solo lugar, y permite a los usuarios tener una gran variedad de servicios en un mismo sitio web o aplicación.

Modelo de suscripción que refiere que los cibernautas pagan una tarifa de forma periódica para acceder a una variedad de servicios ofrecidos por la plataforma digital, generalmente en forma de membresía o suscripción.

La confiabilidad está relacionada con la transparencia en la información proporcionada por la plataforma, lo cual se traduce a que los usuarios tengan acceso a información clara y precisa sobre los servicios, términos y condiciones, así como a

mecanismos de resolución de conflictos (Scolari, 2022). Además, esta definición involucra la implementación de mecanismos de control y supervisión por parte de la plataforma para garantizar que los proveedores de servicios cumplan con los estándares de calidad, profesionalismo y ética requeridos (Morales et al., 2020).

Entonces, se propone como objetivo general de esta investigación establecer la relación entre el ámbito comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023. Además, de los objetivos específicos tenemos el establecer como los trabajadores negocian y establecen acuerdos de servicios en favor de plataformas digitales durante el periodo 2023 y determinar los desafíos que surgen ante las relaciones comerciales entre trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales durante el periodo 2023.

2. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

El enfoque considerado en el presente estudio fue cuantitativo; ya que la información recopilada fue numérica y tabulada para obtener datos cuantificables que sirvieron para responder los objetivos investigativos. Así, el estudio presentó el tipo básico y el nivel fue correlacional, de acuerdo con Carrasco (2020) debido a que describen los aspectos problemáticos; además, se explica cómo correlacional porque las variables se relacionan una sobre la otra.

En este estudio, se utilizó un diseño no experimental y transversal, siguiendo la propuesta de Carrasco (2020) siendo el propósito fue abordar la problemática y ofrecer una descripción precisa de la situación actual de la población, sin llevar a cabo modificaciones ni intervenciones.

2.2 Población, muestra y muestreo

Respecto a la población, de acuerdo con Baena (2021) se debe entender como la agrupación de varios elementos que se relacionan en un ámbito donde se desarrolla la indagación científica. Así, la población estudiada estuvo compuesta por 150 trabajadores diversas empresas de plataformas digitales.

La muestra se debe entender como una porción poblacional que recoge la data de interés en la investigación (Baena, 2021). De este modo, se usó y estableció la muestra de estudio de acuerdo con la cantidad total de trabajadores diversas empresas de plataformas digitales. Por lo tanto, la muestra estuvo conformada por 108 trabajadores de diversas empresas de plataformas digitales.

Baena (2021) sostiene que el muestreo es un proceso de selección que se realiza dentro de un contexto para obtener un subconjunto. En concordancia con el contexto, se seleccionó una muestra de trabajadores de diferentes empresas de plataformas digitales. El muestreo utilizado fue probabilístico, lo que permitió seleccionar de manera aleatoria a 108 trabajadores.

2.3 Hipótesis

Hipótesis general: Existe relación significativa entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023.

Hipótesis específicas:

He1: Existen negociaciones y acuerdos entre los trabajadores para brindar los servicios en plataformas durante el periodo 2023.

He2: Existen desafíos que surgen en las relaciones comerciales entre

trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales durante el periodo 2023.

2.4 Variables y operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala	Nivel o rango		
Relación comercial	Regulación de la ley	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento de los derechos y obligaciones de las empresas 	Ordinal	Deficiente (11 – 26)		
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Información de la ley que regula el servicio digital 		Regular (27 – 40)		
		<ul style="list-style-type: none"> • Disposiciones legales y reglamentarias en plataformas digitales 		Eficiente (41 – 55)		
	Tipos de relaciones comerciales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relación entre empresas y trabajadores en plataformas digitales 		Ordinal	Inadecuado (12 – 28)	
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vínculos jurídicos y económicos que se establecen entre las empresas y los trabajadores 				
		<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales, contratos y transacciones 				
Planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis comercial 	Ordinal	Regular (29 – 44)			
	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidades legales 					
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo por suscripción donde el acceso se realiza por pago 					
Tipos de modelos	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo por publicidad donde el cliente emplea las redes sociales 			Ordinal	Adecuado (45 – 60)	
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de prestación donde la plataforma 					
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de prestación donde la plataforma 					
Servicios en plataformas digitales	Tipos de modelos	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de prestación donde la plataforma 	Ordinal			Adecuado (45 – 60)
		<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de prestación donde la plataforma 				
		<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de prestación donde la plataforma 				

	ofrece servicios de manera directa mediante una cuenta personal
Confiabilidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad de los datos personales de los clientes • Autenticación mediante contraseñas • Posicionamiento de la plataforma
Servicio online	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de los clientes • Rapidez en la generación del servicio

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Respecto a la recopilación de datos, Hernández y Mendoza (2020) indican que esto significa utilizar una variedad de herramientas para analizar en función de la información necesaria en el momento de la solicitud. Por lo tanto, en esta investigación se utilizó la encuesta como método de recopilación de datos, ya que esta herramienta permite obtener información que puede revelar la relación entre variables.

Se empleó un cuestionario estructurado como instrumento de recolección de datos, compuesto por 10 ítems destinados a evaluar la relación comercial y otros 10 enfocados en los servicios ofrecidos en plataformas digitales.

La validez de los instrumentos fue determinada a través del juicio de expertos, mientras que la confiabilidad se evaluó utilizando el coeficiente alfa de Cronbach. Esta confiabilidad fue obtenida mediante una prueba piloto aplicada en un 50% de la muestra de estudio. En el primer instrumento un coeficiente de confiabilidad de $\alpha = ,981$; y en el segundo instrumento, un coeficiente de confiabilidad de $\alpha = ,898$. Por ello, ambos valores señalaron una confiabilidad “óptima” para su posterior análisis en el procesamiento de los resultados.

2.6 Procedimientos

La investigación comenzó con una búsqueda exhaustiva de revistas, libros y artículos relevantes que sirvieron como base para el desarrollo del estudio. La

muestra seleccionada otorgó su autorización y consentimiento para el uso de sus datos, incluyendo sus respuestas al instrumento aplicado. Además, se realizó una prueba piloto con el fin de evaluar la confiabilidad de la muestra antes de proceder con el procesamiento de los resultados obtenidos. Por último, se utilizó el software SPSS para analizar toda la información cuantitativa recabada en esta investigación.

2.7 Análisis de datos

En cuanto al análisis de los datos, se realizó un minucioso procesamiento de la información mediante diversas técnicas estadísticas. Para ello, se creó una base de datos en Excel y se utilizó el software SPSS v26. Se llevaron a cabo pruebas de normalidad para verificar la distribución de los datos, y se aplicaron métodos de correlación, como el coeficiente de Spearman, según su relevancia, con el objetivo de evaluar la relación entre las variables.

2.8 Aspectos éticos

En la investigación se observaron rigurosamente aspectos éticos, comenzando por el principio de beneficencia, que garantizó que sirviera como un valioso aporte para futuros investigadores en el ámbito. Además, el principio de justicia fue fundamental, ya que todos los participantes recibieron un trato equitativo, lo que evitó la generación de conflictos.

3. RESULTADOS

En relación a la hipótesis general tenemos lo siguiente:

Tabla 2

Prueba de normalidad

	Estadístico	Kolmogorov-Smirnov ^a	
		gl	Sig.
Relación comercial servicios	,182	108	,000
en plataformas digitales	,166	108	,000

Nota. a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: En la tabla 2 se presenta el resultado del análisis de normalidad, dado que la población superó los 50 trabajadores. Se aplicó la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov, cuyos resultados indicaron que el valor de significancia bilateral fue inferior a 0,005. Esto sugiere una distribución no normal de los datos. Por lo tanto, se utilizó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman para evaluar las hipótesis planteadas en esta investigación.

En relación a la hipótesis específica 1 tenemos lo siguiente:

Tabla 3

Correlación entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales

			Relación comercial	Servicios en plataformas digitales
Rho de Spearman	Relación comercial	Coeficiente de correlación	1,000	,785**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Servicios en plataforma digitales	Coeficiente de correlación	,785**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Interpretación: En la tabla 3 se presenta el análisis de la relación entre el comercio y los servicios en plataformas digitales. El coeficiente obtenido es de 0,785, lo que indica una relación positiva con un nivel de correlación muy fuerte, abarcando el 79% de los trabajadores. En relación con la hipótesis general, se reporta un valor p de 0,000, lo que sugiere un nivel de significancia estadística alto. Por ende, nuestro

planteamiento es acorde a lo probado.

En relación a la hipótesis específica 2 tenemos lo siguiente:

Tabla 4

Correlación entre la relación comercial y los tipos de modelos

			Relación comercial	Tipos de modelos
Rho de Spearman	Relación comercial	Coefficiente de correlación	1,000	,735**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Tipos de modelos	Coefficiente de correlación	,735**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Interpretación: En la tabla 4 se presenta la relación entre las variables comerciales y los diferentes modelos estudiados, obteniendo un valor de 0,735. Esto indica una relación positiva y un nivel de correlación notable, abarcando al 74% de los trabajadores. En relación con la hipótesis específica 1, se observa que el p-valor es igual a 0,000, lo que sugiere una fuerte significancia estadística.

Tabla 5

Correlación entre la relación comercial y la confiabilidad del servicio

			Relación comercial	Confiabilidad del servicio
Rho de Spearman	Relación comercial	Coefficiente de correlación	1,000	,780**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Confiabilidad del servicio	Coefficiente de correlación	,780**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	108	108

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Interpretación: En la tabla 5, se evidencia la relación entre la actividad comercial y la confiabilidad del servicio, con un valor de 0,780. Esto indica una relación positiva y un nivel de correlación muy fuerte, representando el 78% de los trabajadores. En cuanto a la segunda hipótesis específica, se presenta un valor $p = 0,000$, lo que indica que p es significativo.

En relación a la hipótesis específica 3 tenemos lo siguiente:

Tabla 6

Correlación entre la relación comercial y el servicio online

			Relación comercial	Servicio online
Rho de Spearman	Relación comercial	Coefficiente de correlación	1,000	,746**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	108	108
	Servicio online	Coefficiente de correlación	,746**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		108	108	

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Interpretación: En la tabla 6, se puede observar la relación obtenida entre la actividad comercial y el servicio en línea, la cual presenta un valor de 0,746. Esto indica una relación positiva y un nivel de correlación considerable, abarcando al 75% de los trabajadores. En cuanto a la tercera hipótesis específica, se muestra un valor p de 0,000, lo que sugiere una significativa vinculación entre la variable y la dimensión.

4. DISCUSIÓN

En el contexto investigativo, la relación comercial se debe entender como el vínculo jurídico y económico establecido entre empresas y trabajadores que prestan servicios en plataformas digitales, regido por normas y principios del derecho mercantil (Tascón & Montolío, 2020). Además, esta relación comercial entre empresas y trabajadores en plataformas digitales se fundamentan en la libre competencia, donde los trabajadores tienen la capacidad de ofrecer sus servicios por medio de diferentes plataformas y las empresas compiten por atraer a los mejores profesionales (Faizal, 2020). Asimismo, las plataformas digitales se caracterizan por la autonomía y flexibilidad del trabajador, quien tiene la libertad de elegir cuándo, cómo y dónde prestar sus servicios, siempre y cuando cumpla con los requisitos y normas establecidas por la plataforma (Stucchi et al., 2021).

Así, entre los resultados descriptivos de la investigación se encontró que los años de trabajo en las empresas destacaron aquellos que laboran entre 0 a 3 meses (52.8%); además, la plataforma más empleada fueron Rappi (36.2%) y PedidosYa (34.3%). Este resultado coincide con lo propuesto por Ballester (2020) quien señaló que principalmente las personas emplean PedidosYa y Rappi para solicitar la entrega de alimentos, productos de supermercado y otros artículos. Además, se señaló que el estudio de Muguerza (2022) identificó que empresas como Rappi, ha afectado los derechos laborales de los repartidores, afectando el modelo de las relaciones laborales actuales. Además, la investigación de Toapanta (2022) determinó que el 99% de los repartidores que laboran en plataformas digitales son clasificados como trabajadores autónomos y enfrentan condiciones laborales precarias.

Asimismo, la variable relación comercial fueron comprobados en un nivel eficiente que obtuvo un 54.6% y sus dimensiones coincidieron en el nivel eficiente, siendo 60.2%, 49.1% y 82.4% en las dimensiones regulación de la ley, tipos de relaciones comerciales y planificación estratégica, respectivamente (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021).

De acuerdo con el objetivo general de investigación se estableció que la relación entre la variable relación comercial y la variable servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023 fue expresado en el valor de 0,785, siendo considerada como una relación positiva y un nivel de correlación muy fuerte. Así, se coincidió con el estudio de Romero y Vásquez (2021) quienes señalaron que existe una relación laboral y las plataformas tecnológicas. Esto se basó

en la identificación de indicios de empleo y la aplicación de los principios pertinentes, por lo que este tipo de prestación de servicios está protegido por el derecho laboral.

Además, los resultados del estudio que realizó Gamarra (2023) identificó que los empresarios de las plataformas digitales de servicios niegan la existencia de una relación laboral con los trabajadores, no obstante, la realidad demuestra que estos colaboradores están sujetos a un contrato establecido de manera unilateral, imponiendo condiciones no negociables y sin reconocimiento de los riesgos. Así, la relación comercial, tanto las empresas como los trabajadores tienen derechos y obligaciones mutuas, donde también está regulada por acuerdos marco, términos y condiciones de uso de la plataforma o normas establecidas por la empresa, con el objetivo de garantizar la calidad y seguridad de los servicios (Bulchand & Melián, 2020).

En esta situación, las plataformas digitales no solo amplían las oportunidades laborales, sino que también ofrecen herramientas y mecanismos que pueden mejorar la eficiencia, la seguridad y el desarrollo profesional en el entorno laboral moderno. Por ello, proporcionan un mercado amplio para los trabajadores, facilitando el acceso a oportunidades comerciales que de otro modo podrían ser inalcanzables. Así, estos trabajadores pueden ofrecer sus servicios a una audiencia global, lo que puede aumentar significativamente sus posibilidades de encontrar empleo o proyectos.

Según el primer objetivo específico de la investigación, se estableció que la relación entre la variable de relación comercial y la dimensión de tipos de modelos entre los trabajadores durante el año 2023 se expresa en un valor de 0,735. Esto indica una relación positiva y un nivel de correlación considerable. Por lo que se coincidió con la investigación que realizaron Boza y Briones (2022) donde el desarrollo y la adopción continua de las tecnologías de la información; es decir, los tipos de modelos que emplean los trabajadores han consolidado la automatización de las plataformas digitales. Además, el estudio que realizó Núñez (2021) señaló que los abogados dedicaron una considerable cantidad de tiempo a adquirir conocimiento sobre leyes, eventos y tipos de modelos para tener una actualización entre la tecnología y el derecho.

Sin embargo, López (2022) expresa que en este tipo de negocios existe una pugna entre la declaración de laboralidad, cuya actuación como trabajadores ocasiona casos de relación de carácter especial donde a veces no existe una solución, y se opta por la presunción de laboralidad. Así estos tipos de modelos pueden ser de

intermediación, donde la plataforma digital es intermediaria entre los proveedores de servicios y los usuarios; de prestación de servicios directos, donde la plataforma digital es la propia proveedora; de agregación, donde la plataforma digital reúne a múltiples proveedores de servicios y de suscripción donde se paga una tarifa de manera periódica (Rodríguez, 2021).

Por esta razón, laborar mediante plataformas digitales brinda una mayor flexibilidad en cuanto a horarios y ubicación. Así, los trabajadores tienen la posibilidad de organizar su tiempo a su antojo y seleccionar los proyectos que más les apasionen, lo que favorece una mejor conciliación entre la vida profesional y personal. Así, los trabajadores freelance ofrecen servicios a diferentes clientes de manera independiente y no están empleados a tiempo completo por una sola empresa, sino que trabajan en proyectos específicos según el contrato, teniendo flexibilidad en horarios y proyectos, control sobre la carga de trabajo, y la posibilidad de trabajar para múltiples clientes.

Conforme al segundo objetivo específico de la investigación, se estableció la relación entre la variable "relación comercial" y la dimensión "confiabilidad del servicio" entre los trabajadores durante el año 2023. Este análisis reveló un valor de 0,780, lo que indica una relación positiva y una correlación muy fuerte. No obstante, el estudio que realizó Horna y Lobato (2022) encontraron que el principio de condición más beneficiosa fue prioritario para darle confiabilidad al servicio. Asimismo, la investigación que desarrolló Mejia et al. (2021) confirmaron varias suposiciones, demostrando una correlación directa entre la inversión en activos específicos y la confiabilidad, así como con la inversión y la conducta oportunista entre los usuarios de estas plataformas digitales.

Así, la capacidad de un trabajador para cumplir con sus compromisos y mantener altos estándares de calidad afecta directamente su reputación, la fidelización de clientes y la estabilidad de sus relaciones comerciales. Por eso, la confianza y la satisfacción mutua, que resultan de una alta confiabilidad, son esenciales para el crecimiento y éxito en el entorno laboral actual.

De acuerdo con el tercer objetivo específico de investigación se determinó que la relación entre la variable relación comercial y la dimensión servicio online entre los trabajadores durante el periodo 2023 fue expresado en el valor de 0,746, por lo que se encuentra una relación positiva y un nivel de correlación considerable. Esto coincidió con lo establecido por Espinoza (2022) quien señaló que entre los servicios

en línea existe una falta de regulación en un régimen laboral específico, por lo que su impacto es perjudicial para los repartidores de plataformas digitales. Además, el estudio que desarrolló Balboa (2021) señaló que existen indicios de una relación laboral entre los proveedores de servicios y las aplicaciones en línea.

Sin embargo, el estudio de Riche (2021) el servicio representó ajenidad ante los medios, debido a la poca importancia que se les brindó a las herramientas aportadas por las partes, donde el uso del transporte y del celular, aportado por el repartidor, no cumplen como herramientas principales para prestar el servicio.

Asimismo, también López (2022) expuso este desacuerdo señalando que en las plataformas digitales se dificulta el conteo de un tiempo mínimo de trabajo o su encuadre en una jornada de trabajo, sobre todo, para realizar los pagos de salarios y prestaciones económicas, ya que en general son tareas temporales y esporádicas.

En este contexto, las plataformas digitales ofrecen oportunidades para una mayor eficiencia, flexibilidad y alcance global, mientras que una comunicación clara, una buena reputación y mecanismos de seguridad ayudan a construir relaciones comerciales sólidas y sostenibles. Asimismo, mantener relaciones comerciales efectivas en un entorno online puede implicar adaptarse a nuevas tecnologías y tendencias del mercado. Esto puede fomentar el crecimiento profesional y la adaptación a un entorno laboral cambiante.

Entonces, por eso es importante desarrollar la relación comercial entre empresas y trabajadores en plataformas digitales, a fin de que ambos sean beneficiadas durante su vinculación, por lo que esta relación comercial permitirá fundamentar más oportunidades laborales y acceso otros servicios. Asimismo, se podrá configurar un marco jurídico que brinde seguridad tanto a las empresas como a los trabajadores.

Este marco se debe cumplir con los derechos laborales, así como la responsabilidad laboral y la protección de los consumidores, por ello, el empleo de estas plataformas digitales deben tener los mismos derechos y protecciones laborales que los trabajos tradicionales. En consecuencia, es necesaria una evolución en la legislación laboral en el país para adaptarse a esta nueva categoría de trabajadores.

5. CONCLUSIONES

Primera: Existe relación significativa entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023 ($\rho = 0,785$). Entonces, la manera en que se establece y desarrolla la relación comercial entre los trabajadores y las plataformas digitales tiene un impacto directo en la calidad y el nivel de servicio que se brinda hacia el cliente.

Segunda: Existe relación significativa entre la relación comercial y los tipos de modelos entre los trabajadores durante el periodo 2023 ($\rho = 0,735$). Esto implica que la forma en que se establece y desarrolla la relación comercial entre los trabajadores está relacionada con los tipos de modelos utilizados en su trabajo.

Tercera: Existe relación significativa entre la relación comercial y la confiabilidad del servicio entre los trabajadores durante el periodo 2023 ($\rho = 0,780$). Por ello, la forma en que se establece y desarrolla la relación comercial entre los trabajadores está relacionada con la confiabilidad percibida en el servicio que brindan en el contexto.

Cuarta: Existe relación significativa entre la relación comercial y el servicio online entre los trabajadores durante el periodo 2023 ($\rho = 0,746$). Esto implica que la forma en que se establece y desarrolla la relación comercial entre los trabajadores está relacionada con la calidad y eficacia del servicio que se ofrece en línea.

6. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda que las plataformas digitales establezcan políticas internas más transparentes, donde se firmen acuerdos voluntarios que incluyan condiciones mínimas justas (tiempos de conexión, pagos, descansos, y mecanismos de reclamos). Estos acuerdos no serían contratos laborales formales, pero sí compromisos claros que reduzcan el abuso.

Segunda: Se recomienda impartir un régimen especial para que los trabajadores de plataformas digitales que operan bajo un modelo de trabajo flexible y autónomo contemplen sus particularidades. Este régimen debe equilibrar la flexibilidad laboral con la protección de sus derechos, garantizando condiciones de trabajo dignas, sin caer en la informalidad ni en la explotación.

Tercera: Se sugiere considerar y promover la transparencia del servicio, antes, durante y después del proceso, pues es importante tener la información completa de los plazos, restricciones y beneficios que se brinda a los usuarios, generando confiabilidad en el servicio. La confianza adquirida desde el primer momento garantiza el éxito y toda decisión que se tome será desde el pleno conocimiento.

Cuarta: Se recomienda permanecer constantemente informado de las novedades pertinentes a los servicios ofrecidos, así como las tendencias. Con estas atenciones, se logrará proporcionar al consumidor una experiencia mejorada que establezca su continuidad, además de una competitividad estable en el mercado.

REFERENCIAS

- Arce, E. (2021). El trabajo en plataformas digitales en Perú: más allá de la calificación jurídica. Reflexiones sobre la organización del tiempo y el pago de remuneraciones. *Revista Jurídica del Trabajo*, 2(6), 188-202. <http://revistajuridicadeltrabajo.com/index.php/rjt/article/view/116>
- Arroyo, E., & Najjar, C. (2021). *Implicancias laborales y tributarias de la economía colaborativa en las plataformas digitales que prestan servicios en Perú*. [Tesis de maestría, Universidad de Newman]. Repositorio de la Universidad de Newman. <https://hdl.handle.net/20.500.12892/199>
- Baena, G. (2021). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Balboa, A. (2021). *La naturaleza de la prestación de servicios en las plataformas digitales On Demand Economy vía apps en el Perú: hacia una regulación objetiva* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/28428>
- Ballester, B. (2020). La protección de los trabajadores en el marco de la economía colaborativa y en las plataformas digitales. *Revista de Derecho, Empresa y Sociedad*, 9(15), 39-54. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7468233>
- Benfeld, J. (2020). Profesión legal y tecnologías de la información y las comunicaciones: Una discusión necesaria. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 9(2), 5-31. <https://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2020.53309>
- Boza, G., & Briones, J. (2022). Precariedad laboral en el trabajo prestado mediante plataformas digitales en el Perú. *Revista Jurídica Del Trabajo*, 3(9), 138-175. <http://revistajuridicadeltrabajo.com/index.php/rjt/article/view/147>
- Bulchand, J., & Melián, S. (2020). *The collaborative economy revolution*. Lid Editorial.
- Calderón, C. (2021). Las plataformas digitales y la particularidad de su papel en el Mercado: su actividad económica y las implicancias laborales que se generan como consecuencia de su incorrecta implementación. *Revista de Derecho*, 72(79), 419-434. <https://doi.org/10.18800/themis.202101.024>
- Carrasco, S. (2020). *Metodología de la Investigación Científica*. Editorial San Marcos.
- Chiesa, J., & Ayelén, C. (2021). *Legal Regime of the Telework Contract*. Editorial EIDial.
- Colas, E. (2020). Prestazione di servizio attraverso le piattaforme digitali nella giurisprudenza spagnola. Lavoratori subordinati o autonomi?. *Labour & Law*

Issues, 5(1), 18-46. doi:10.6092/issn.2421-2695/9628

- Del Bono, A. (2020). Trabajadores de Plataformas Digitales: condiciones laborales en plataformas de reparto a domicilio en Argentina. *Cuestiones de Sociología*, 20(21), 1-14. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/120280>
- Diario El Peruano. (2020, 13 de septiembre). Decreto Legislativo N.º 1412. *Boletín del Diario El Peruano*. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-aprueba-la-ley-de-gobierno-digital-decreto-legislativo-n-1412-1691026-1/>
- Espinoza, V. (2022). *Regulación de un régimen laboral especial para los repartidores de plataformas digitales en el Perú* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/9319>
- Faizal, E. (2020). *Riesgos laborales* (3º ed.). Ediciones de la U
- Fernández, M. (2020). La prestación de servicios a través de plataformas digitales. El caso Deliveroo. *Revista Andaluza de Trabajo y Bienestar Social*, 150(151), 193-217. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7464150>
- Fernández, M. (2021). *Análisis de las plataformas virtuales de servicio de transporte privado y la aplicación de la responsabilidad civil ante las empresas administradoras de Chiclayo* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio de la Universidad Señor de Sipán. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/10399>
- Ferro, V. (2020). *Derecho individual del trabajo en el Perú*. Fondo Editorial PUCP.
- Gamarra, C. (2023). *Implicancias de las plataformas digitales de servicios para la determinación de una relación laboral en Trujillo, años 2015 – 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/33211>
- González, R., & Roca, G. (2021). *Plataformización de la economía y plataformas digitales*. Editorial Centro de Estudios en Administración Tributaria. <https://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2021/05/Plataformizacion-de-la-economia-y-plataformas-digitales.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

- Horna, C., & Lobato, J. (2022). *La vinculación de los trabajos que utilizan plataformas digitales a un régimen privado, bajo la aplicación del principio de condición más beneficiosa* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/2092>
- López, E. (2022). *Redefinición de la Relación laboral: Análisis del Trabajo en las plataformas digitales de Servicios. Un enfoque de justicia y equidad* [Tesis doctoral, Universidad de Barcelona]. Repositorio de la Universidad de Barcelona. https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/193608/1/EJLL_TESIS.pdf
- López, L. (2022). *Plataformas digitales 'de reparto' y presunción de laboralidad. Algoritmos y relación laboral*. Editorial Informe y análisis coyuntural. <https://www.ga-p.com/wp-content/uploads/2021/05/Plataformas-digitales.pdf>
- Martín, O. (2020). Work on digital platforms (divergent pronouncements and opinions on their legal qualification). *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies: IJISEBC*, 6(2), 98-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7218456>
- Mejía, V., Mendoza, S., Prado, M., & Schreiber, M. (2021). *Evaluación de las relaciones comerciales entre fabricantes y distribuidores del canal de distribución de ladrillos cerámicos en Lima Metropolitana* [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio de la Universidad ESAN. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1605>
- Moncaleano, D., & Hoyos, J. (2020). Los desafíos de la economía colaborativa en la seguridad y salud en el trabajo. *Mente Joven*, 8(7), 1-19. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/mente_joven/article/view/7558
- Morales, K., Negri, S., Grohmann, R., Dinegro, A., Salazar, C., Hidalgo, K., & Cortina, R. (2020). *Precarización laboral en plataformas digitales: una lectura desde América Latina*. Editorial Friedrich-Ebert-Stiftung Ecuador.
- Muguerza, X. (2022). *La digitalización del empleo y los derechos laborales de los repartidores de plataformas digitales en el Perú* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio de la Universidad Privada Antenor Orrego <https://hdl.handle.net/20.500.12759/8628>
- Núñez, J. (2021). El derecho digital y de las nuevas tecnologías: su importancia en el gobierno y en la empresa. *Revista de Derecho Corporativo*, 2(3), 85-104.

<https://doi.org/10.46631/Giuristi.2021.v2n3.06>

- Organización Internacional del Trabajo. (2020, 22 de noviembre). Las plataformas digitales y el futuro del trabajo. *Boletín de la Organización Internacional del Trabajo*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_684183.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2021, 17 de febrero). El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo. *Boletín de la Organización Internacional del Trabajo*. <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/lang-es/index.htm>
- Riche, E. (2021). *The existence of employment relationship on digital work platforms* [Tesis de maestría, Universidad Empresarial Siglo 21]. Repositorio de la Universidad Empresarial Siglo 21. <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/22347/TFG%20-%20Riche%2C%20Esteban.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, M. (2021). Working on digital platforms. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies: IJISEBC*, 17(151), 89-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7464150>
- Romero, L., & Vásquez, M. (2021). *effects of recognition of the employment relationship between digital platforms and workers: worker protection* [Tesis de pregrado, University of Valparaíso]. Repository of the University of Valparaíso. <http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvsc/4089>
- Ruay, F. (2022). Trabajadores mediante plataformas en Chile. Comentarios a propósito de su regulación legislativa. *Revista Jurídica del Trabajo*, 3(7), 125-161. <http://revistajuridicadeltrabajo.com/index.php/rjt/article/view/125>
- Ruiz, F. (2021). *Peruvian Tax Law*. Palestra Editores.
- Scolari, C. (2022). *The War of the Platforms*. Editorial Anagrama.
- Stucchi, P., Bezada, J., & García, O. (2021). *Manual de Derecho del consumidor aplicado a los servicios bancarios*. Palestra Editores.
- Tascón, M., & Montolío, E. (2020). *The right to understand: Clear communication, the best defense of citizens*. The Cataract Books.
- Toapanta, A. (2022). *Trabajadores de reparto en plataformas digitales: condiciones de trabajo y alternativa de regulación en Ecuador* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio de la Universidad Andina

Simón Bolívar. <http://hdl.handle.net/10644/9022>

Todolí, A. (2020). Digital platforms and the expansion of the concept of worker: Spanish jurisprudence and the new California law. *Labor Legal Review*. 1(1),278-311. <http://revistajuridicadeltrabajo.com/index.php/rjt/article/view/15>

Torres, R. (2021). The Delivery Worker and a Delivery App: Arguments of an Employment. *Relationship. Journal of Labor Procedural Law*, 3(3), 181-193. <https://doi.org/10.47308/rdpt.v3i3.9>

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES				
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la relación entre el ámbito comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo negocian los trabajadores acuerdos de servicios y establecen colaboración a través de plataformas digitales durante el periodo 2023? • ¿Qué desafíos surgen para mantener relaciones comerciales entre trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales durante el periodo 2023? 	<p>Objetivo general: Establecer la relación entre el ámbito comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer como los trabajadores negocian y establecen acuerdos de servicios en favor de plataformas digitales durante el periodo 2023. • Determinar los desafíos que surgen ante las relaciones comerciales entre trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales durante el periodo 2023. 	<p>Hipótesis general: Existe relación significativa entre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales entre los trabajadores durante el periodo 2023.</p> <p>Hipótesis específicas: He1: Existen negociaciones y acuerdos entre los trabajadores para brindar los servicios en plataformas durante el periodo 2023. He2: Existen desafíos que surgen en las relaciones comerciales entre trabajadores que brindan servicios en plataformas digitales durante el periodo 2023.</p>	<p>Variable 1. Relación comercial</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regulación de la ley • Tipos de relaciones comerciales • Planificación estratégica <p>Variable 2. Servicios en plataformas digitales</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de modelos • Confiabilidad del servicio • Servicio online 	<p>Tipo de investigación: Básica.</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional.</p> <p>Método: Hipotético –Deductivo.</p> <p>Diseño de investigación: No experimental.</p> <p>Técnicas e instrumentos: Encuesta y Cuestionario.</p>

Anexo 2: Instrumentos

CUESTIONARIOS DE LA INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

EDAD: _____ SEXO: _

TIEMPO TRABAJANDO EN LA EMPRESA: _____ PLATAFORMA

DIGITAL EMPLEADA: _____

II. INSTRUCCIONES

Estimado (a) le presentamos un cuestionario sobre la relación comercial y los servicios en plataformas digitales. Por favor, leer y responder con toda sinceridad; además, tienes cinco posibles respuestas, por lo que se le pide que marque solo una con un aspa (X), aquella que considera que es próximo a su apreciación acerca de la realidad, considerando en cuenta la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Asimismo, se le recuerda que no hay respuesta buena ni mala solo interesa conocer la manera como se percibe según su opinión.

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
V1: Relación comercial						
D1: Regulación de la ley						
1	¿Considera que conocer sobre los derechos laborales le permite exigir garantías a las empresas?					
2	¿Considera que conocer sobre las obligaciones laborales le permite exigir garantías a las empresas?					
3	¿Cree que la información sobre las leyes que regulan el servicio digital es difundido por la empresa?					
4	¿Considera que las disposiciones legales no sirven de manera adecuada en su trabajo?					

5	¿Cree que el reglamento que cada empresa maneja es distinto a lo estipulado por las leyes?					
D2: Tipos de relaciones comerciales						
6	¿Le resulta agradable la relación que ha generado con la empresa a la que brinda el servicio?					
7	¿Usted considera que se cumplen los acuerdos jurídicos entre las empresas y las plataformas digitales?					
8	¿Cree que la retribución económica en la plataforma digital permite una relación comercial adecuada?					
D3: Planificación estratégica						
9	¿Considera que las empresas realizan un análisis comercial según las necesidades del cliente?					
10	Al existir inconvenientes con el servicio del cliente, ¿la empresa se hace responsable?					
V2: Servicios en plataformas digitales						
D1: Tipos de modelos						
11	¿Considera que el modelo de suscripción, es más empleado entre los usuarios del servicio digital?					
12	¿Cree que los usuarios emplean los servicios digitales debido a la publicidad en las redes sociales?					
13	¿Cree que trabajar de manera directa para las empresas le otorga mayores beneficios laborales?					
D2: Confiabilidad del servicio						
14	¿Usted cree que la seguridad que brinda la empresa cuando se adquiere el servicio es funcional?					
15	Si en caso se vulnera la seguridad, ¿la empresa asume su responsabilidad?					
16	¿Considera que la autenticación mediante el empleo de contraseña permite darle seguridad al usuario?					
D3: Servicio online						
17	En su experiencia, ¿el posicionamiento de la plataforma le permite recopilar mayores servicios en su					

	trabajo?					
18	¿Considera que la satisfacción del cliente se debe al servicio que usted brinda?					
19	¿Cree que la satisfacción depende del tipo de servicio que ha contratado durante su jornada?					
20	¿La rapidez del servicio depende de su trabajo para la empresa?					

Anexo 3: Validación del instrumento

Experto 1: Dr. Moisés Noe Huamán Pillhuaman

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE RELACIÓN COMERCIAL

N.º	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Regulación de la ley										
1	¿Considera que conocer sobre los derechos laborales le permite exigir garantías a las empresas?	X		X		X		X		
2	¿Considera que conocer sobre las obligaciones laborales le permite exigir garantías a las empresas?	X		X		X		X		
3	¿Cree que la información sobre las leyes que regulan el servicio digital son difundidas por la empresa?	X		X		X		X		
4	¿Considera que las disposiciones legales no sirven de manera adecuada en su trabajo?	X		X		X		X		
5	¿Cree que el reglamento que cada empresa maneja es distinto a lo estipulado por las leyes?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Tipos de relaciones comerciales										
6	¿Le resulta agradable la relación que ha generado con la empresa a la que brinda el servicio?	X		X		X		X		
7	¿Usted considera que se cumplen los acuerdos jurídicos entre las empresas y las plataformas digitales?	X		X		X		X		
8	¿Cree que la retribución económica en la plataforma digital permite una relación comercial adecuada?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Planificación estratégica										
9	¿Considera que las empresas realizan un análisis comercial según las necesidades del cliente?	X		X		X		X		
10	Al existir inconvenientes con el servicio del cliente, ¿la empresa se hace responsable?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia*): Si hay suficiencia

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


Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg/ Abog. Moisés Noe Huamán Pillhuaman

DNI: 43226907

Especialidad del validador: abogado civil

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
⁴Suficiencia: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lince, junio de 2023


 Firma del Experto Informante.

Experto 2: Mg. Marlene Olivares Vidal

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE RELACIÓN COMERCIAL

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Regulación de la ley										
1	¿Considera que conocer sobre los derechos laborales le permite exigir garantías a las empresas?	X		X		X		X		
2	¿Considera que conocer sobre las obligaciones laborales le permite exigir garantías a las empresas?	X		X		X		X		
3	¿Cree que la información sobre las leyes que regulan el servicio digital son difundidas por la empresa?	X		X		X		X		
4	¿Considera que las disposiciones legales no sirven de manera adecuada en su trabajo?	X		X		X		X		
5	¿Cree que el reglamento que cada empresa maneja es distinto a lo estipulado por las leyes?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Tipos de relaciones comerciales										
6	¿Le resulta agradable la relación que ha generado con la empresa a la que brinda el servicio?	X		X		X		X		
7	¿Usted considera que se cumplen los acuerdos jurídicos entre las empresas y las plataformas digitales?	X		X		X		X		
8	¿Cree que la retribución económica en la plataforma digital permite una relación comercial adecuada?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Planificación estratégica										
9	¿Considera que las empresas realizan un análisis comercial según las necesidades del cliente?	X		X		X		X		
10	Al existir inconvenientes con el servicio del cliente, ¿la empresa se hace responsable?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁴): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg/ Abog: MARLENE OLIVARES VIDAL

DNI: 08671109

Especialidad del validador: CONSTITUCIONAL Y DDHH.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
⁴Suficiencia: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lince, junio de 2023



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Tipos de modelos										
1	¿Considera que el modelo de suscripción es más empleado entre los usuarios del servicio digital?	X		X		X		X		
2	¿Cree que los usuarios emplean los servicios digitales debido a la publicidad en las redes sociales?	X		X		X		X		
3	¿Cree que trabajar de manera directa para las empresas le otorga mayores beneficios laborales?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Confiabilidad del servicio										
4	¿Usted cree que la seguridad que brinda la empresa cuando se adquiere el servicio es funcional?	X		X		X		X		
5	Si en caso se vulnera la seguridad, ¿la empresa asume su responsabilidad?	X		X		X		X		
6	¿Considera que la autenticación mediante el empleo de contraseña permite darle seguridad al usuario?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Servicio online										
7	En su experiencia, ¿el posicionamiento de la plataforma le permite recopilar mayores servicios en su trabajo?	X		X		X		X		
8	¿Considera que la satisfacción del cliente se debe al servicio que usted brinda?	X		X		X		X		
9	¿Cree que la satisfacción depende del tipo de servicio que ha contratado durante su jornada?	X		X		X		X		
10	¿La rapidez del servicio depende de su trabajo para la empresa?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia*): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg/ Abog: MARLENE OLIVARES VIDAL

DNI: 08671109

Especialidad del validador: CONSTITUCIONAL Y DDHH.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
⁴Suficiencia: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lince, junio de 2023



Firma del Experto Informante.

Experto 3: Mg. Wilfredo Herbert Gordillo Briceño

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE RELACIÓN COMERCIAL

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Regulación de la ley										
1	¿Considera que conocer sobre los derechos laborales le permite exigir garantías a las empresas?	X		X		X		X		
2	¿Considera que conocer sobre las obligaciones laborales le permite exigir garantías a las empresas?	X		X		X		X		
3	¿Cree que la información sobre las leyes que regulan el servicio digital son difundidas por la empresa?	X		X		X		X		
4	¿Considera que las disposiciones legales no sirven de manera adecuada en su trabajo?	X		X		X		X		
5	¿Cree que el reglamento que cada empresa maneja es distinto a lo estipulado por las leyes?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Tipos de relaciones comerciales										
6	¿Le resulta agradable la relación que ha generado con la empresa a la que brinda el servicio?	X		X		X		X		
7	¿Usted considera que se cumplen los acuerdos jurídicos entre las empresas y las plataformas digitales?	X		X		X		X		
8	¿Cree que la retribución económica en la plataforma digital permite una relación comercial adecuada?	X		X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Planificación estratégica										
9	¿Considera que las empresas realizan un análisis comercial según las necesidades del cliente?	X		X		X		X		
10	Al existir inconvenientes con el servicio del cliente, ¿la empresa se hace responsable?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁴): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg/ Abog: WILFREDO HERBERT GORDILLO BRICEÑO
 DNI: 00337343

Especialidad del validador: DERECHO CIVIL

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
⁴Suficiencia: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lince, junio de 2023


 Firma del Experto Informante.

Experto 4: Mg. Karina Tatiana Alfaro Poma

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE RELACIÓN COMERCIAL

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Regulación de la ley										
1	¿Considera que conocer sobre los derechos laborales le permite exigir garantías a las empresas?	✓		✓		✓		✓		
2	¿Considera que conocer sobre las obligaciones laborales le permite exigir garantías a las empresas?	✓		✓		✓		✓		
3	¿Cree que la información sobre las leyes que regulan el servicio digital son difundidas por la empresa?	✓		✓		✓		✓		
4	¿Considera que las disposiciones legales no sirven de manera adecuada en su trabajo?	✓		✓		✓		✓		
5	¿Cree que el reglamento que cada empresa maneja es distinto a lo estipulado por las leyes?	✓		✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Tipos de relaciones comerciales										
6	¿Le resulta agradable la relación que ha generado con la empresa a la que brinda el servicio?	✓		✓		✓		✓		
7	¿Usted considera que se cumplen los acuerdos jurídicos entre las empresas y las plataformas digitales?	✓		✓		✓		✓		
8	¿Cree que la retribución económica en la plataforma digital permite una relación comercial adecuada?	✓		✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Planificación estratégica										
9	¿Considera que las empresas realizan un análisis comercial según las necesidades del cliente?	✓		✓		✓		✓		
10	Al existir inconvenientes con el servicio del cliente, ¿la empresa se hace responsable?	✓		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁴): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr (Mg) Abog: Alfaro Poma, Karina Tatiana
 DNI: 29704147

Especialidad del validador: Abogada

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
⁴Suficiencia: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Lince, junio de 2023


 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Tipos de modelos										
1	¿Considera que el modelo de suscripción es más empleado entre los usuarios del servicio digital?	✓		✓		✓		✓		
2	¿Cree que los usuarios emplean los servicios digitales debido a la publicidad en las redes sociales?	✓		✓		✓		✓		
3	¿Cree que trabajar de manera directa para las empresas le otorga mayores beneficios laborales?	✓		✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Confiabilidad del servicio										
4	¿Usted cree que la seguridad que brinda la empresa cuando se adquiere el servicio es funcional?	✓		✓		✓		✓		
5	Si en caso se vulnera la seguridad, ¿la empresa asume su responsabilidad?	✓		✓		✓		✓		
6	¿Considera que la autenticación mediante el empleo de contraseña permite darle seguridad al usuario?	✓		✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Servicio online										
7	En su experiencia, ¿el posicionamiento de la plataforma le permite recopilar mayores servicios en su trabajo?	✓		✓		✓		✓		
8	¿Considera que la satisfacción del cliente se debe al servicio que usted brinda?	✓		✓		✓		✓		
9	¿Cree que la satisfacción depende del tipo de servicio que ha contratado durante su jornada?	✓		✓		✓		✓		
10	¿La rapidez del servicio depende de su trabajo para la empresa?	✓		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁴): Si hay suficiencia

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

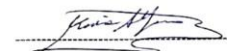
Apellidos y nombres del juez validador: Dr./Mg./Abog: Alfonso Ramos, Karina T. Tattana

DNI: 29204842

Especialidad del validador: Derecho Empresarial

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
⁴Suficiencia: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lince, junio de 2023



Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. **ESPIÑOZA PAJUELO, LUIS ÁNGEL**

Coordinador de Investigación de la Escuela Profesional de DerechoPresente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es un honor comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, en mi calidad de tesista de la Escuela Profesional de Derecho de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma del Perú, presenté el instrumento para ser validado del proyecto de investigación titulado: "RELACIÓN COMERCIAL ENTRE EMPRESAS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES EN LIMA-SUR", cuyo desarrollo le permitirá al recurrente, poder optar el Título de Abogado.

En tal sentido, es imprescindible validar el instrumento con los cuales se recogerán los datos pertinentes, para lo cual es necesario contar con la aprobación de especialistas y llevara cabo la aplicación del instrumento(s) en mención. Concedor de su connotada experiencia en temas de investigación jurídica, se ha considerado recurrir a su persona.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definición conceptual) de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Dávila Bracamonte Carmen Valeria

2181890222

DNI N.º 72030103

Ortiz Quispe Yldaura del Rocio

2172891994

DNI N.º 45281973

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1: RELACIÓN COMERCIAL

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	POLITÓMICA
Regulación de la ley	Conocimiento de los derechos y obligaciones de las empresas	¿Considera que conocer sobre los derechos laborales le permite exigir garantías a las empresas?	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre
		¿Considera que conocer sobre las obligaciones laborales le permite exigir garantías a las empresas?	
	Información de la ley que regula el servicio digital	¿Cree que la información sobre las leyes que regulan el servicio digital es difundida por la empresa?	
	Disposiciones legales y reglamentarias en plataformas digitales	¿Considera que las disposiciones legales no sirven de manera adecuada en su trabajo?	
		¿Cree que el reglamento que cada empresa maneja es distinto a lo estipulado por las leyes?	
Tipos de relaciones comerciales	Relación entre empresas y trabajadores en plataformas digitales	¿Le resulta agradable la relación que ha generado con la empresa a la que brinda el servicio?	
	Vínculos jurídicos y económicos que se establecen entre las empresas y los	¿Usted considera que se cumplen los acuerdos jurídicos entre las empresas y las plataformas digitales?	

	trabajadores		
	Acuerdos comerciales, contratos y transacciones	¿Cree que la retribución económica en la plataforma digital permite una relación comercial adecuada?	
	Análisis comercial	¿Considera que las empresas realizan un análisis comercial según las necesidades del cliente?	
	Responsabilidades legales	Al existir inconvenientes con el servicio del cliente, ¿la empresa se hace responsable?	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 2: SERVICIOS EN PLATAFORMAS DIGITALES

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	POLITÓMICA
Tipos de modelos	Modelo por suscripción donde el acceso se realiza por pago	¿Considera que el modelo de suscripción es más empleado entre los usuarios del servicio digital?	<p style="text-align: center;">Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre</p>
	Modelo por publicidad donde el cliente emplea las redes sociales	¿Cree que los usuarios emplean los servicios digitales debido a la publicidad en las redes sociales?	
	Modelo de prestación donde la plataforma ofrece servicios de manera directa mediante una cuenta personal	¿Cree que trabajar de manera directa para las empresas le otorga mayores beneficios laborales?	
Confiabilidad del servicio	Seguridad de los datos personales de los clientes	¿Usted cree que la seguridad que brinda la empresa cuando se adquiere el servicio es funcional?	
		Si en caso se vulnera la seguridad, ¿la empresa asume su responsabilidad?	
	Autenticación mediante contraseñas	¿Considera que la autenticación mediante el empleo de contraseña permite darle seguridad al usuario?	
	Posicionamiento de la plataforma	En su experiencia, ¿el posicionamiento de la plataforma le permite recopilar mayores servicios en su	

Servicio online		trabajo?	
	Satisfacción de los clientes	¿Considera que la satisfacción del cliente se debe al servicio que usted brinda?	
		¿Cree que la satisfacción depende del tipo de servicio?	

Observaciones (prestar si hay suficiencia⁴): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: ~~Dr~~ Mg/ Abog: _____

DNI: _____

Especialidad del validador: _____

¹~~Pertinencia~~: El ítem corresponde al concepto
teórico formulado.

²~~Relevancia~~: El ítem es
apropiado para representar al componente o
dimensión específica del constructo

³~~Claridad~~: Se entiende sin dificultad alguna el
enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

⁴~~Suficiencia~~: Los ítems planteados son suficientes
para medir la dimensión

Linos, 16 de junio de 2023

Firma del Experto Informante.

Observaciones (prelucir si hay suficiencia⁴): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: ~~Dr~~ Mgr/ Abog: _____

DNI: _____

Especialidad del validador: _____

¹**Fertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

Lince, 16 de junio de 2023

formulado. ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para
representar al componente o dimensión específica del
constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el
enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

⁴**Suficiencia:** Los ítems planteados son suficientes para
medir la dimensión

Firma del Experto Informante.