



**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**Análisis de la regulación del comercio electrónico en el derecho comparado**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN DERECHO**

**Autoras:**

**Rodriguez Atoche Semiramis Danice**

**<https://orcid.org/0009-0002-3711-467X>**

**Torres Peña Jennifer**

**<https://orcid.org/0009-0005-3482-6171>**

**Línea de Investigación**

**Desarrollo humano, comunicación y ciencias jurídicas para enfrentar los desafíos globales**

**Sublínea de Investigación**

**Derecho Público y Derecho Privado**

**Pimentel – Perú**

**2025**

# **ANÁLISIS DE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DERECHO COMPARADO**



## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la DECLARACIÓN JURADA, somos egresados del Programa de Estudios de Derecho de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, y declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

### **Análisis de la regulación del comercio electrónico en el derecho comparado**

El texto de nuestro trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informamos que la investigación cumple con ser inédito, original y auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

RODRIGUEZ ATOCHE SEMIRAMIS DANICE	DNI N° 75581805	
TORRES PEÑA JENNIFER	DNI N° 75047421	

Pimentel, 13 de febrero del 2025




## 14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

### Fuentes principales

- 12%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 8%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## **Dedicatoria**

A Dios, por ser mi guía constante, por iluminar mi camino y darme las herramientas necesarias para superar cada desafío; a mis amados padres, por su amor incondicional, esfuerzo, apoyo inquebrantable, y por enseñarme a nunca rendirme ante los desafíos de la vida; a mi esposo, por ser mi compañero eterno, mi mayor motivador y por creer siempre en mí; y a jades y bigotes, quienes con su compañía me brindaron consuelo y alegría durante mis largas jornadas de estudio.

**Jennifer Torres Peña**

A mis padres que son mi mayor motivación, incentivo y ejemplo de lucha y superación, a mi tío que con su esfuerzo y apoyo he podido llegar a esta meta, a mis hermanos por ser mis compañeros de vida e impulso de continuar con mi etapa universitaria y a Milo que me ha brindado mucha alegría, compañía y fortaleza sobre todo en esta última fase universitaria.

**Semiramis Danice Rodríguez Atoche**

## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, quien ha sido mi refugio en los momentos de incertidumbre y mi luz en este largo trayecto universitario; a mis padres, por su sacrificio y entrega, porque todos mis logros son gracias a ellos, su ejemplo y dedicación han sido mi mayor inspiración; a mi esposo, quien, con su amor y palabras de alientos, me ayudó a siempre seguir adelante en este recorrido académico; y a A Jades y Bigotes, quienes con sus travesuras y compañía me regalaron momentos de calma y alegría en medio de los desafíos.

**Jennifer Torres Peña**

## **Agradecimientos**

Sobre todo, a Dios por haber permitido que de inicio a fin haya logrado con éxito cada etapa en este camino, a mi tío que ha sido parte fundamental de este logro tan importante y a mis padres que con su apoyo incondicional me incentivaron y enseñaron en todo momento a no rendirme a pesar las dificultades.

**Semiramis Danice Rodríguez Atoche**

## Índice

Dedicatoria .....	5
Agradecimientos .....	6
Resumen .....	8
Abstract .....	9
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1 Realidad problemática.....	10
1.2. Formulación del problema.....	14
1.3. Hipótesis .....	14
1.4. Objetivos.....	14
1.5. Teorías relacionadas al tema .....	15
2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	21
3. RESULTADOS .....	22
4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	24
5. REFERENCIAS.....	27

## **Resumen**

La presente investigación es de tipo descriptiva, y se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, documental y con un diseño no experimental. El objetivo principal es analizar las principales deficiencias en la regulación del comercio electrónico en Perú, en comparación con las normativas internacionales; así mismo, los objetivos específicos permitieron identificar las barreras regulatorias que limitan el crecimiento del comercio digital en el país, además de estudiar las regulaciones internacionales sobre protección al consumidor y explicar el impacto de las normativas en la protección de datos personales y seguridad en transacciones electrónicas. La conclusión principal indica que el comercio electrónico en nuestro país, carece de un marco normativo claro, especializado y actualizado, lo que genera inseguridad jurídica y limita su desarrollo. Este vacío normativo contrasta con regulaciones con regulaciones internacionales más avanzadas, evidenciando la necesidad de adoptar medidas que fortalezcan la confianza en el entorno digital.

Palabras clave: comercio electrónico, regulación, consumidores, derecho comparado, seguridad jurídica



**Abstract**

This research is descriptive and was developed using a qualitative, documentary approach and a non-experimental design. The main objective is to analyze the main deficiencies in the regulation of electronic commerce in Peru, compared to international regulations; likewise, the specific objectives allowed to identify the regulatory barriers that limit the growth of digital commerce in the country, in addition to studying international regulations on consumer protection and explaining the impact of regulations on the protection of personal data and security in electronic transactions. The main conclusion indicates that electronic commerce in our country lacks a clear, specialized and updated regulatory framework, which generates legal uncertainty and limits its development. This regulatory gap contrasts with more advanced international regulations, evidencing the need to adopt measures that strengthen confidence in the digital environment.

Keywords: electronic commerce, regulation, consumers, comparative law, legal certainty

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Realidad problemática**

Al describir la problemática acerca del comercio electrónico, en un primer plano, hablaremos sobre la realidad que existe tanto en nuestro país como en otros, con ello expresamos que, sabiendo que el comercio electrónico en el Perú y en otros Estados de cierta forma ha ido creciendo, también ha sido muy cambiante en base a las circunstancias o demanda que ha presentado el mercado al que se encuentren enfocadas las empresas; con ello entendemos que se han presentado distintos conflictos sobre todo en el área del derecho, ya que al incrementarse el comercio y sobre todo las modalidades de mercado, implica que de por medio se presenten muchos más riesgos a los cuales los consumidores se encuentren expuestos y por ende sus derechos sean vulnerados, lo que evidentemente genera un ámbito de inseguridad siendo ello perjudicial para cada uno de nosotros encontrándonos en tal condición.

Asimismo, describiendo a detalle aquellas consecuencias a las cuales nos podemos encontrar expuestos, tenemos por ejemplo las estafas, a que el producto o productos solicitados tardan en llegar o no lleguen a ser entregados, lo que prácticamente nos vuelve aún más vulnerables a este tipo de situaciones, es de tal forma que se puede evidenciar el nivel de inseguridad jurídica en la que nuestro país o cualquier otro se encuentra frente a tales deficiencias en el comercio.

Cabe precisar también que este tipo de problema se ha presentado en razón de que existe carencia de la normativa específica correspondiente al manejo, control y regulación del comercio electrónico, sobre todo consideramos que en nuestro país, ya que esta modalidad de mercado no ha sido tan pronunciada en tiempos anteriores, con ello nos referimos a que antes de que

sucediera la crisis de la pandemia causada por Covid – 19, en el Perú no se había desarrollado a gran magnitud como en la actualidad el comercio electrónico y dicha situación se dio en un sentido de que la sociedad se vio obligada a hacer uso de este medio para poder obtener ciertos servicios o bienes que eran necesarios pero que por las circunstancias presentadas no nos permitían conseguir y el medio empleado fue el comercio electrónico, mismo que comenzó a implementarse cada vez y que en la actualidad las personas continúan empleando por diversos factores aunque no sea cien por ciento segura.

Teniendo entonces tal nivel de influencia en la sociedad, se sabe que dentro de la normativa se cuenta en nuestro país con el Código de Protección y Defensa al Consumidor, Ley 29571, en donde se han elaborado ciertas modificatorias por parte de INDECOPI con el fin de que se incluya esta línea o modalidad de comercio en nuestra normativa; pero, aunque se haya establecido cierta normativa, no se ha implementado un apartado especial para esta modalidad de comercio en línea. Dicho ello evidenciamos que se genera una falta de protección y garantía a los consumidores en línea, lo que comprendemos que es debido a la deficiente seguridad jurídica en la normativa legal del país que permita incluir todas las circunstancias probables que pueda traer a colación el uso del comercio online.

Así también, llevando dicho orden podemos expresar que estando expuestos a tales riesgos y en razón a que estos sucedan, pues es evidente que el consumidor quedaría a la deriva y desprotección de la ley ya que esta misma no se encuentra con las condiciones adecuadas al contexto suscitado.

Páez (2020), en su investigación “Comercio electrónico en Colombia: retos normativos para una realidad en constante evolución”, tuvo como finalidad analizar el derecho de comercio electrónico, en lo relacionado con la eficiencia de la ley, su aplicabilidad y avance normativo, estableciendo los aspectos

básicos del derecho y avances generados en el ordenamiento jurídico colombiano. Su metodología empleada fue cualitativa, explorativa y descriptiva. Como instrumento empleado fue una Guía Práctica dirigida al consumidor. Se concluyó que la validez de la información digital, es responsabilidad de una manera directa a ciertos razonamientos de confiabilidad y la autenticidad de la integridad. Por lo que, al establecer y desarrollar la normatividad del Comercio Electrónico con la finalidad de prevenir el delito, en las relaciones comerciales por medio digital en Colombia, se logró observar la expedición de la Ley 527/1999.

Leyton (2023), en su estudio denominado “Evaluación de la calidad de servicio del comercio electrónico en Chile”, estableció como objetivo recopilar y comparar los resultados obtenidos a partir de las respuestas de los consumidores que realizaron compras en las empresas Amazon y/o Falabella, siendo su método de investigación cualitativo; por lo cual el investigador concluyó que dicho estudio ha permitido visualizar las diferencias entre la percepción de ambas empresas y por medio de ello la determinación de oportunidades de mejora y crecimiento para los e-tailers de Latinoamérica; así también, buscando contribuir en la literatura sobre la calidad de servicio en intercambios comerciales en línea.

Cáceres (2023), en la investigación “Protección y ausencia de regulación del comercio electrónico en consumidores online de Perú”, se determinó la relación y la falta de protección y ausencia de regulación del comercio electrónico en los consumidores electrónicos en nuestro país; siendo su método de investigación básico-correlacional-deductivo. Del análisis realizado se indicó que existe cierta relación directa entre la falta de protección y ausencia de regulación del comercio en línea en nuestro país, denotando que el este tipo de consumidores serán quienes se encuentren siendo los más vulnerables en razón a la ausencia de regulación de dicho tipo de comercio en el país por lo que se

propuso se incorporen ciertas medidas de protección frente al comercio en línea, específicamente en el Código de Protección y Defensa al Consumidor.

Urbina, C. (2020), en la investigación “Protección del Consumidor Frente a la Vulneración de sus Derechos en la Compraventa por Internet en el Perú 2017 – 2018”, quien tuvo como objetivo determinar el mecanismo de protección del consumidor frente a la vulneración de sus derechos en la compra venta por internet, en nuestro país durante el periodo 2017 – 2018. Siendo su metodología básica-descriptiva-cualitativa. Concluyendo dicha investigación que el deber de idoneidad e información son derechos fundamentales de todo consumidor que realiza compras ya sea de forma directa o vía online. Resulta que dicho derecho no es cumplido íntegramente, lo que genera problemas entre el consumidor y proveedor.

Sedano (2020) en su investigación “El derecho peruano y la problemática del comercio electrónico en la ciudad de lima en el periodo 2019”, mismo que tiene como objetivo determinar si el derecho peruano cuenta con una base legal suficiente para brindar seguridad jurídica al comercio electrónico, por ello su metodología de investigación fue de enfoque cualitativo-descriptivo; el instrumento empleado fue la guía de análisis documental. Finalmente se concluyó que existe un vacío normativo en base al comercio electrónico en el ámbito del derecho peruano, siendo que dicha carencia genera inseguridades jurídicas para los consumidores y ofertantes que forman parte de este tipo de comercio.

De la Vega y Mancilla (2021), en su investigación “Relación entre el E-commerce y la Satisfacción del cliente de un retail en el distrito de Puente Piedra 2021, que tiene como objetivo determinar si el e-commerce guarda relación con la satisfacción del cliente de un retail. Su tipo de investigación fue correlacional de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transversal. Dentro de los instrumentos empleados se hizo uso de una encuesta aplicada a los usuarios del

Distrito de Puente Piedra. Finalmente se concluyó que sí existe relación entre la variable e-commerce y la variable de satisfacción del cliente con un coeficiente de Pearson de 0.744.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuáles son las principales deficiencias en la regulación del comercio electrónico en Perú en comparación con las normativas internacionales, y cómo pueden superarse para fomentar un entorno más seguro y confiable para el comercio digital?

## **1.3. Hipótesis**

Hipótesis 1: La regulación del comercio electrónico en nuestro país presenta deficiencias en la protección de los derechos del consumidor, en comparación con las normativas internacionales, lo que genera un entorno vulnerable para los usuarios.

Hipótesis 2: La deficiencia en la regulación del comercio electrónico en Perú se debe a la falta de mecanismos claros para la resolución de conflictos en línea y a la insuficiente capacitación de las autoridades en el ámbito digital, lo que obstaculiza el desarrollo de un entorno digital confiable.

## **1.4. Objetivos**

### **General**

Analizar las principales deficiencias en la regulación del comercio electrónico en Perú en comparación con las normativas internacionales.

### **Específicos**

-Identificar las principales barreras regulatorias que limitan el crecimiento del comercio electrónico en el Perú.

-Estudiar las regulaciones sobre la protección del consumidor en el comercio electrónico en el derecho comparado.

-Explicar el impacto de las normativas sobre la protección de datos personales y seguridad en transacciones electrónicas en el ámbito internacional.

### **1.5. Teorías relacionadas al tema**

Para poder profundizar y comprender mejor el presente tema de investigación, es necesario poder mencionar que, en los últimos años, la tecnología ha ido creciendo de manera progresiva, siendo esto uno de los grandes avances para la ciencia, puesto que este ascenso ha generado un avance tecnológico que es vital para poder incentivar a la productividad y traer consigo un crecimiento económico. Por otro lado, es necesario mencionar que gracias a este avance tecnológico del que hemos sido partícipes, se ha podido implementar un sinnúmero de cosas, entre ellas el hecho de comprar y vender a través de plataformas virtuales o por redes sociales, ya sea a nivel nacional o internacional, globalizando de esta manera las compras y haciéndolas más directas entre el consumidor y el vendedor, es por ello que vamos a analizar un poco más a fondo sobre ello.

Es por ello que el comercio según Aviles, Barzola y Jara (2019), establecen que este consiste básicamente en la compra y venta de productos y servicios por intermedio del internet y las redes informáticas, a través de este comercio electrónico se nos permite acceder a los productos o servicios que una empresa ofrece desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Así también, se ha considerado necesario hacer mención acerca de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de España, demostrando con ello que de cierta forma y aunque no precise específicamente el aspecto del comercio electrónico, entendemos que por medio de esta se busca

ciertamente proteger y defender a los consumidores y usuarios, resaltando uno de los aspectos como por ejemplo la protección de los intereses económicos de los consumidores, con ello podemos interpretar de cierta forma que a pesar de no precisar se podría incluir a los consumidores en línea debido a que el rubro o propósito de adquirir bienes o servicios por este medio digital implica utilizar o implica sus interés económicos, aspecto que claramente busca salvaguardar dicha ley.

Además, es necesario mencionar que el comercio electrónico y el comercio común o tradicional debe ofrecer la misma protección a todos los consumidores según lo señala la Directiva 2000/31/CE. Asimismo, aunque existan ciertas adaptaciones precisas para lo que es el ámbito digital, la normativa vigente que trata sobre protección al consumidor, hablando de la común, debería aplicarse también con la finalidad de que se garantice así contratos equilibrados, de que se brinde una información exacta y clara, así como también se brinden bienes y servicios con las garantías adecuadas para cada consumidor; lo que se entiende es que la finalidad de una u otra normativa sea salvaguardar y defender los derechos de estos, tal como lo señala el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

Por otro lado, se tiene de conocimiento la normativa que existe en el Gobierno de España para el comercio electrónico, entre las principales leyes tenemos a la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico, que se encarga de salvaguardar los derechos de los consumidores y usuarios que adquieren productos y servicios vía online, y también, la Ley Orgánica de Protección de Datos personales y garantía de los derechos digitales que se encarga de brindar protección respecto de la privacidad de los consumidores.

Para Robayo (2020), cuando se habla del comercio electrónico hace referencia a aquellas transacciones comerciales que se encuentran habilitadas



digitalmente entre individuos y organizaciones; es decir, se le reconoce como aquellas transacciones que realizan mediante el uso de una red como el internet, que es básicamente una red que es pública y a la cual todas las personas cuentan con acceso a ella.

Entonces, la definición que le podemos dar al comercio electrónico es que son aquellas transacciones de compra y venta de productos y servicios que se realiza a través de internet, la que puede realizarse utilizando diversas plataformas digitales que se sitúan en páginas web, redes sociales, entre otras que se han creado con el mismo propósito.

Desde nuestro punto de vista, hemos podido analizar que el comercio electrónico ha revolucionado de manera significativa dentro de la economía global, puesto que ha transformado la simple forma de comprar bienes y servicios, optimizando las compras desde cualquier parte del mundo a través de plataformas en internet. Sin embargo, esto ha traído consigo aspectos positivos dentro de nuestra vida cotidiana, puesto que nos facilita la globalización y el acceso a diversos mercados a nivel mundial, pero, así como ha generado aspectos positivos también se encuentran los negativos, como es el caso de los nuevos desafíos legales y éticos que necesitan una regulación en particular.

En cuanto a la evolución del comercio electrónico, el investigador Paipa (2021), se puede verificar que en América Latina se ha expandido de manera significativa la economía digital, el cual fomenta el uso de las tecnologías de la información y el uso de las TIC, esto genera el desarrollo y la inclusión, puesto que genera nuevas ideas de emprendimiento que tienen una mira a la internacionalización, ofreciendo conectividad global a todas las personas que tienen acceso a internet. Por otro lado, el comercio electrónico en esta última década, ha ganado gran relevancia entre los países de América Latina, puesto que se ha visto transformado por el crecimiento del mercado digital.

González (2020), desde su estudio sobre el comercio electrónico nos indica que, debido al aumento de la tecnología y el uso extendido de las TIC, se ha impulsado el comercio electrónico, transformando así la forma en que se realizan las compras, esto ha sido generado gracias a la incorporación de los medios electrónicos, los que han llevado nuevas maneras de comerciar, pero además ha implementado métodos para garantizar la seguridad y la formalización en las compras. En México, y en otros países en desarrollo, las transacciones electrónicas están en un aumento constante.

Es necesario agregar que el comercio electrónico sigue en constante evolución, esto desde sus inicios en la década de 1970, año en el que se utilizaban métodos rudimentarios como es el intercambio de datos electrónicos; luego en el año 1990, se popularizó el internet, el que trajo consigo la creación de sitios web de compras, el mismo que facilitó la compra de productos en línea. Es decir, año tras año la tecnología ha ido avanzando y con ello surgieron plataformas de pago, impulsando de esta manera el crecimiento del comercio electrónico.

En la actualidad, el comercio electrónico es una parte importante de la economía global, que se caracteriza por la diversificación de canales de venta, el uso de redes sociales y la personalización de la experiencia que tiene el cliente, entre otros aspectos, lo cual ha transformado la forma en que las empresas interactúan con sus consumidores.

Respecto a mercados digitales, el autor Sabja (2023), hace una definición del mercado digital, indicando que este es básicamente el espacio empresarial donde las transacciones comerciales y las interacciones con los clientes se realizan por medio de las plataformas digitales, como redes sociales, páginas web, aplicaciones u otros canales en línea, este mercado se distingue de los demás por el uso de la tecnología, y por la conexión a internet para realización

estas actividades comerciales, como promocionar productos y servicios, además de fomentar las relaciones con los clientes.

Ramos (2023), señala que, debido al crecimiento de las empresas digitales, las agencias deben enfocarse en fusiones dentro de los mercados digitales, puesto que es la nueva tendencia y en donde se beneficiaran de manera asertiva, puesto que estas plataformas están dominando hoy en día el mercado, es por ello que para un mejor crecimiento de la empresa es crucial enfocarse en las nuevas tendencias, en este caso el mercado digital, por las ventajas que este ofrece.

Ante ello, podemos decir que el mercado digital es un entorno comercial donde las transacciones y las interacciones entre las empresas y los consumidores se realizan por medio de plataformas digitales, este mercado ha tenido un gran crecimiento por el uso de las tecnologías digitales que se encuentran en internet, en donde se hace más fácil la compra debido a que es más accesible y rápida porque el consumidor desde la comodidad de su casa puede comparar precios, leer las reseñas y ver los detalles del productos, además que este mercado permite a la empresa recopilar la información del consumidor, personalizar la oferta y mejorar la experiencia del cliente.

De igual forma para las plataformas digitales, Fernández y Benavides (2020), agregan que estas son negocios que se encuentran en internet, los mismos que facilitan las interacciones comerciales entre distintos grupos; por otro lado, es necesario referir que existen las plataformas unidireccionales que se centran en que los consumidores y proveedores actúen directamente, mientras que las plataformas bidireccionales permiten la interacción entre dos tipos de agentes y puede variar el volumen de las transacciones. Dichas plataformas beneficia a todos, puesto que impulsa el crecimiento de las diferentes herramientas tecnológicas.

Da Silva & Nuñez (2021), afirmaron que las plataformas digitales son tipos de negocios que están relacionados con la tecnología, estas conectan con los usuarios y productores, por lo que permiten realizar transacciones que ayudan a las empresas a poder compartir información, con el fin de poder mejorar la innovación del producto y servicio, y ofrecer sus productos o servicios.

Ante ello, podemos decir que las plataformas digitales son negocios en línea que hacen más fácil la conexión e interacción entre diferentes grupos de usuarios, como son los consumidores y proveedores, admitiendo de esa manera la realización de transacciones y el intercambio de información, dichas plataformas radican en diferentes sectores y pueden ser transnacionales, teniendo siempre un enfoque en la comunicación y el contenido, puesto que se realizan compras por intermedio de ella.

Es así pues, que el derecho comparado según Maldonado, B., Michaels, R. y Morales, C. (2023)., nos indican que el derecho comparado es una práctica común en el sistema de justicia, debido a que las personas conocedoras del derecho y administradoras del mismo, recurren constantemente al derecho comparado, esto a fin de poder obtener conocimientos legales de los diversos países a nivel mundial.

Sotomarino (2020), nos manifiesta que el derecho comparado es una rama de la Teoría del Derecho, que se enfoca en comparar los distintos sistemas jurídicos de los países en vez de analizar las reglas y principios de cada uno; es decir se centra en poder estudiar la legitimidad y las fuentes de las normas, su interpretación y la enseñanza de estas, esto con el fin de poder identificar similitudes y diferencias que existen en los ordenamientos jurídicos de cada país y como es que se relacionan entre sí.

Básicamente, el derecho comparado es considerado una disciplina jurídica que analiza y compara los diferentes sistemas jurídicos y los ordenamientos legales de diversos países, su objetivo es poder identificar similitudes y diferencias de las normas y principios legales, para poder comprender y de esa manera poder contribuir al entendimiento de las normativas jurídicas a nivel global, todo esto con la finalidad de poder interpretar y comparar dichos conocimientos jurídicos para contribuir a la práctica y aplicación del derecho. Por otro lado, es necesario agregar que el derecho comparado es de suma importancia para el desarrollo de los países, puesto que enriquece de conocimientos jurídicos, promueve un diálogo intercultural y divulga un mejor entendimiento global.

## **2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

En el presente trabajo de investigación se empleó un enfoque cualitativo, descriptivo, fundamental, de carácter documental y no experimental.

Respecto a la metodología utilizada, consistió en un análisis documental, para el cual se implementó como herramienta principal una ficha que facilitó la sistematización de la información obtenida de diferentes fuentes, esto permitió realizar un análisis detallado durante el desarrollo del estudio.

La población estuvo conformada por distintos cuerpos normativos vigentes nacionales e internacionales con relación al comercio electrónico, abarcando diversas disposiciones legales.

### 3. RESULTADOS

#### OG.

Respecto del análisis realizado que ha permitido conocer las principales deficiencias que existen en la regulación del comercio electrónico en nuestro país y en contraste con las normativas internacionales, tenemos las siguientes:

- La carencia de un marco normativo actualizado y claro; mismo que a diferencia de otras jurisdicciones internacionales, como por ejemplo Estados Unidos, nuestro país no cuenta con la legislación correspondiente, sobre todo específica para regular el comercio electrónico. Además, es evidente que nuestra normativa no se encuentra plenamente acorde con los avances tecnológicos, lo que genera dificultad en acoplarse a prácticas innovadoras de negocio digital.
- La falta de regulación sobre la supervisión del comercio electrónico internacional, ya que otros países como Estados Unidos por ejemplo poseen su regulación clara en relación a aspectos como la tributación y supervisión de las ventas internacionales en línea. Sin embargo, nuestro país afronta retos en la aplicación o ejecución de un sistema que conceda una tributación adecuada de las transacciones transfronterizas y la protección del valor fiscal en nuestro territorio frente a este tipo de comercio.
- Existe regulación restringida tanto de la seguridad digital como de la protección de datos a comparación con las leyes internacionales, por lo que, al carecer de una normativa sólida y precisa, se genera inseguridad en las ventas internacionales en línea, transacciones de la misma línea y también sobre la protección de los derechos de los consumidores en el caso de afrontar ciberataques o el uso inadecuado de su información personal.

## **O.E1.**

Hemos logrado identificar las principales barreras regulatorias que limitan el crecimiento del comercio digital en nuestro país y entre ellas están las siguientes:

- Posee un marco normativo deficiente y desactualizado en relación a la realidad del comercio electrónico en la actualidad, siendo ello una de las barreras que más destacan.
- La escasa regulación respecto a la protección al consumidor en la línea digital suele ser otra de las barreras que destaca, ya que esta normativa no está alineada con las mejores prácticas internacionales en comparación con otros países. Por ejemplo, la falta de una normativa específica que guarde relación con los derechos de transparencia en la información de aquellos servicios y productos que ofrecen por medios digitales, los derechos de devolución, el respaldo o salvaguarda frente al fraude que puede ocasionarse en el comercio digital; es así, que tomando en cuenta la deficiencia que existe en base a dicha normativa, se genera también un ambiente inseguro para los consumidores y a su vez genera un nivel de crecimiento limitado para el comercio en línea.
- Otro de los factores a tomar en cuenta también viene a ser la escasa integración de sistemas de pago, que a pesar de los avances, nuestro país aún enfrenta dicho inconveniente; esta barrera genera un límite significativo en la inclusión financiera, sobre todo en las zonas rurales o aquellas en las que no se cuenta con acceso a servicios bancarios. Es así, que vemos los diferentes vacíos y normativa insuficiente o incompleta que genera diversas complicaciones y limitaciones en relación al comercio electrónico y el manejo de éste a comparación de su desarrollo y regulación en el ámbito internacional.

## **O.E.2.**

Resultó evidente la carencia normativa respecto a la protección al comprador por medio de e-commerce, aunque actualmente existe la Ley N° 29571, la cual protege al consumidor en papel, sin embargo las compras a través de aplicativos suelen ser por montos pequeños, no mayores a 400 soles, compras en las que no se emiten boletas, ni se remite un contrato de compraventa al consumidor, por lo cual el seguimiento de un proceso judicial por la vulneración de algún derecho se complica de manera crítica, pues la carga probatoria acorde con la Ley N° 29571 la tiene el consumidor. Debiendo este último demostrar, en caso haya hecho la denuncia ante INDECOPI, que la justificación del mal estado del producto o no llegada del mismo es solo un pretexto y si es responsabilidad del vendedor.

### **O.E.3.**

España resultó ser un gobierno preocupado por la regulación del e-commerce, optando por crear normativas que salvaguarden los derechos del consumidor en este tipo de comercio, además de establecer los límites de los derechos y obligaciones de los participantes en la compraventa del ecommerce. Así mismo, encontramos un caso similar en el estado colombiano donde se emitió la Ley 527/1999, a fin de normar las relaciones comerciales que se celebren a través de medios digitales. En ambos estados se apreció una mejora en la calidad del servicio y satisfacción de los clientes, especialmente de los retails puesto que están directamente relacionados como lo explica De la Vega y Mancilla (2021), además resaltar el surgimiento de una competencia sana y regulada entre las empresas que ofrecen los servicios de E-commerce, como se comprobó con el estudio de Leyton (2023).

## **4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

### **DISCUSIÓN**



Nuestros resultados demuestran que las principales deficiencias que existen y atraviesa nuestro sistema jurídico respecto del comercio electrónico en el Perú, a pesar que es evidente que ha crecido de forma acelerada en los últimos años, radica básicamente en la insuficiente, no exclusiva y desactualizada normativa con la que hasta la fecha contamos en este ámbito, misma que a comparación de otros Estados se encuentra mucho más completa y adecuada a prevenir y sancionar aquellos riesgos por los cuales pueden atravesar aquellos consumidores por medio de la adquisición de bienes o servicios vía digital.

En tal sentido, compartimos y corroboramos lo expresado anteriormente, respecto a que existen una gran variedad de riesgos a los cuales como consumidores en el ámbito del comercio electrónico podemos encontrarnos inmersos y entre ellos se ha considerado al riesgo financiero, de producto, de seguridad, de privacidad y entre otros más; dichos riesgos que no en todos los casos o en la mayoría en nuestro país suele ser contrarrestado por la normativa desactualizada y deficiente que posee en relación a la protección del consumidor en línea, tal y como manifestaron, Marcelo y Deza (2024).

## **CONCLUSIONES**

1. Analizamos como principales deficiencias en la regulación del comercio electrónico en Perú en comparación con las normativas internacionales, la carencia de normativas especializadas en el comercio electrónico, generando una falencia en la supervisión del comercio por medios electrónicos, complicándose con la velocidad de innovación tecnológica en los negocios mantener actualizada la normativa y precisa para las situaciones actuales, desprotegiendo los derechos del consumidor, proliferando la evasión tributaria, descontrol y falsificación de datos personales.
2. Identificamos como principales barreras regulatorias para el comercio electrónico a la carencia normativa actualizada, encontrando una escasa protección al consumidor en línea al no poseer una regulación especial para el

e-commerce, la integración entre los sistemas de pago e inclusión financiera para toda la población peruana.

3. Concluimos que las regulaciones sobre la protección del consumidor en el comercio electrónico se encuentra focalizada en la situación de compraventa a través de medios electrónicos, salvaguardando los derechos del consumidor a recibir información veraz sobre el producto que se adquiere, el deber del vendedor de garantizar la llegada íntegra del producto al comprador, las normativas del gobierno español que salvaguarda el trato de datos de los clientes, tanto los financieros como números de tarjeta y personales como correo electrónico y domicilio.
4. Exponemos que la satisfacción de los consumidores y retailers aumenta de forma directamente proporcional con la mejora de normativas especiales para la protección de datos personales y seguridad en la compra por medios electrónicos, a la vez que aumenta la cantidad de transacciones electrónicas al regular el trato de datos, informar sobre los derechos de los compradores en línea y supervisar los medios electrónicos por los que se realizan las ventas y las transacciones financieras, como ha sucedido en España, Chile y Colombia.

## 5. REFERENCIAS

- Aviles, P., Barzola, L. y Jara, J. (2019). Importancia del Marketing Digital en el Comercio Electrónico. *E-IDEA Journal of Business Sciences* 1(3), 24-33. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/14/14>
- Cáceres, C. (2023). *PROTECCIÓN Y AUSENCIA DE REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN CONSUMIDORES ONLINE DE PERÚ*. [Trabajo de investigación, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7c16c457-cdbe-428d-a242-815f60f3794c/content>
- Da Silva, F. & Nuñez, G. (2021). La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0c2536f0-bacc-491b-81ff-330298b959f2/content>
- De la Vega, J. y Mancilla, D. (2021). *RELACIÓN ENTRE EL E-COMMERCE Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE UN RETAIL EN EL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA 2021*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28182/Tesis.pdf?sequence=1>
- Fernández, C. y Benavides, J. (2020). Las plataformas digitales, la productividad y el empleo en Colombia. Fedesarrollo. Bogotá. [https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3962/Repор\\_Julio\\_2020\\_Fern%c3%a1ndez\\_y\\_Benavides.pdf?sequence=10&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3962/Repор_Julio_2020_Fern%c3%a1ndez_y_Benavides.pdf?sequence=10&isAllowed=y)
- Gonzáles, J. (2020). Comercio electrónico en China y México: surgimiento, evolución y perspectivas. *México y la Cuenca del Pacífico*, 9 (7) ,53-84. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-53082020000300053&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-53082020000300053&script=sci_arttext)
- Ley 26/1984. Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. 19 de julio. <https://datos.redomic.com/Archivos/Legislacion/L2.pdf>
- Leyton, L. (2023). Evaluación de la calidad de servicio del comercio electrónico en Chile. *Ciencia Latina Internacional*, 7(5), 1. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i5.7711](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.7711)
- Maldonado, B., Michaels, R. y Morales, C. (2023). Derecho comparado: Materiales modernos y posmodernos. Universidad de los Andes.
- Marcelo, J. y Deza, G. (2024). *PERCEPCIÓN DEL RIESGO EN LA COMPRA DE PRODUCTOS EN E-COMMERCE ASIÁTICOS POR MILLENIALS DE*

LIMA NORTE AL 2024. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/38392/Deza%20avila%2c%20Gianina%20Mileba%20Aixa-Marcelo%20Cruz%2c%20Jhon%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030. (s.f.). *Regulación del comercio electrónico*. <https://www.dsca.gob.es/es/consumo/informacion-persona-consumidora/bienes-y-servicios/regulacion-comercio-electronico>

Ministerio de Economía Comercio y Empresa. (23 de noviembre de 2023). *Las principales leyes que afectan al ecommerce en España*. <https://comercioconectado.gob.es/eu-es/Impulsa/Paginas/Principales-leyes-que-afectan-al-ecommerce.aspx>

Páez, J. (2020). Comercio electrónico en Colombia: retos normativos para una realidad en constante evolución. [Monografía para optar al título de abogado, Universidad Antonio Nariño]. Repositorio de la Universidad Antonio Nariño. <https://repositorio.uan.edu.co/server/api/core/bitstreams/ad7a200a-3036-4254-8bd3-edcdddbb1544/content>

Paipa, C. (2021). Evolución del comercio electrónico: una perspectiva desde China y América Latina. *Brújula Semilleros de Investigación*, 9(17), 7-20. <https://brujuladesemilleros.com/index.php/bs/article/view/85/80>

Ramos, M. (2023). Kanter-DoJ: Mercados digitales y tendencias a la concentración. Centro Competencia. Universidad Adolfo Ibáñez. <https://centrocompetencia.com/kanter-doj-mercados-digitales-tendencias-concentracion/>

Robayo, D. (2020). El comercio electrónico, concepto, características e importancia en las organizaciones. Universidad Cooperativa de Colombia. Bogotá. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/693b8bdc-9024-429c-8182-37a4416d2c47/content>

Sabja, M. (18 de julio del 2023). Mercado tradicional versus mercado digital. Micaela Sabja Marketing Digital. <https://michaelasabja.com/mercado-tradicional-mercado-digital/>

Sedano, W. (2020). El derecho peruano la problemática del comercio electrónico en la ciudad de Lima en el periodo 2019. [Tesis para obtener el título profesional de abogado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54796/Sedano\\_PWS-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54796/Sedano_PWS-SD.pdf?sequence=1)

Sotomarino, R. (2020). La importancia del derecho comparado a partir de la comprensión de los estilos jurídicos. Portal Jurídico Interdisciplinario.

<https://polemos.pe/la-importancia-del-derecho-comparado-partir-la-comprension-los-estilos-juridicos/>

Urbina, C. (2020). Protección del Consumidor Frente a la Vulneración de sus Derechos en la Compraventa por Internet en el Perú 2017 – 2018. [Tesis para obtener el título profesional de abogado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77291/Urbina\\_RCA-SD.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77291/Urbina_RCA-SD.pdf?sequence=1)