

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS**



**“RETOS Y DESAFIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL
SALVADOR, Y LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN A LOS
CONSUMIDORES”**

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS**

PRESENTADO POR:

**RAFAEL ANTONIO GUARDADO HERNÁNDEZ
JUAN ANTONIO RAMÍREZ FLORES
GERARDO ALEXANDER SALAZAR CERNA**

DOCENTE ASESOR:

Dr. LUIS ALONSO RAMÍREZ MENÉNDEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, NOVIEMBRE DE 2021

TRIBUNAL CALIFICADOR

**LIC. NOE GIOVANNI GARCÍA IRAHETA
(PRESIDENTE)**

**LIC. NELSON ARMANDO VAQUERANO
(SECRETARIO)**

**Dr. LUIS ALONSO RAMÍREZ MENÉNDEZ
(VOCAL)**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

**Msc. Roger Armando Arias Alvarado
RECTOR**

**PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López
VICERECTOR ACADEMICO**

**Ing. Juan Rosa Quintanilla
VICERECTOR ADMINISTRATIVO**

**Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval
SECRETARIO GENERAL**

**Licdo. Rafael Humberto Peña Marín
FISCAL GENERAL**

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

**DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
DECANA**

**DR. EDGARDO HERRERA PACHECO
VICEDECANO**

**MSC. DIGNA REINA CONTRERAS DE CORNEJO
SECRETARIO**

**MSC. HUGO DAGOBERTO PINEDA ARGUETA
DIRECTOR DE ESCUELA DE CIENCIAS JURIDICAS**

**LICDA. DIANA DEL CARMEN MERINO DE SORTO
COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACION**

**LIC. ENMANUEL ROMÁN FUNES
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACION DE LA ESCUELA DE
CIENCIAS JURIDICAS**

AGRADECIMIENTOS

A nuestro señor Jesucristo: Por haberme iluminado día a día hasta alcanzar este triunfo.

A mi amada esposa: Por haberme motivado para emprender el camino del conocimiento del Derecho y estar día a día a mi lado hasta concluir mi carrera.

A mis hijos: Por estar constantemente pendientes de mis avances académicos.

A mis padres: Por llenarme de fortaleza y especialmente a mi madre (que está en los cielos) quien desde pequeño me motivó en lo académico.

A mi familia: Quienes siempre me animaban a continuar con mis sueños y metas.

A mis maestros: Por haberme transmitido sus conocimientos.

A nuestro docente asesor: Doctor Luis Alonso Ramírez Menéndez, por su amistad y apoyo en el desarrollo y proceso de formación profesional.

Rafael Antonio Guardado Hernández

AGRADECIMIENTOS

A mí querida tía:

Yolanda Flores por todo su apoyo desinteresado y comprensión brindada desde el momento en que inicie mi formación académica.

A mis amigos:

Giovanni Montano, Oscar Mejía, Guillermo Rodríguez, que me han ayudado en el trayecto de la carrera, a quienes estimo mucho por ser unos verdaderos amigos.

A mis amigos y compañeros de tesis:

Gerardo Salazar y Rafael Guardado, a quienes agradezco por todo su apoyo y colaboración en el trabajo de graduación.

A mi asesor de tesis:

Dr. Luis Alonso Ramírez Menéndez, a quien agradezco por todo su apoyo, instrucción y comprensión.

Juan Antonio Ramírez Flores

AGRADECIMIENTOS

A Jehová Dios Por darme la vida, salud y fuerzas para lograr mis objetivos.

A mis padres y a mis hermanas por su apoyo, comprensión, amor y esfuerzo han hecho posible culminar cada una de mis metas. Y especialmente les agradezco que me enseñaran que con esfuerzo, dedicación, constancia y humildad puedo hacer posible lo que me proponga

A mis abuelos Juan Antonio Salazar y Ana Luz de Salazar quienes se encuentran en la presencia de Dios, pero les dedico este triunfo académico hasta el cielo y sé que se sentirán orgullosos de dicho triunfo.

A mi asesor, el Doctor Luis Alonso Ramírez por instruirme y compartir sus conocimientos durante este proceso de formación académica y profesional. Quiero agradecer su paciencia y consejos

A la institución Universidad de El Salvador, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. Mi alma mater, por recibirme y acogerme estos años. Representa para mí un gran honor y orgullo haberme formado en tan prestigioso ente de estudios superiores.

Gerardo Alexander Salazar Cerna

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I	1
ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	1
1.1 Historia del internet	1
1.2 El correo electrónico	4
1.3 Creación de la world wide web	4
1.4 La transferencia de datos dio inicio con el internet.....	8
1.5 Transferencia de fondos	9
1.5.1 Los Inicios del Internet Banking	9
1.6 Antecedentes del comercio electrónico.....	12
1.7 Comercio electrónico en El Salvador	13
1.8 Aparición de las redes sociales.....	14
1.8.1 Definición de una red social	14
1.8.2 La primera red social en el ámbito empresarial.....	17
1.8.3 Facebook.....	18
1.8.4 Twitter.....	19
1.8.5 Instagram.....	19
1.8.6 Otras redes	20
1.8.7 Algunos aspectos negativos de las redes sociales	21
1.9 Plataformas virtuales	22
1.9.1 Tipos de plataformas virtuales.....	23
CAPITULO II	25
GENERALIDADES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	25
2.1 Comercio electrónico	25
2.2 Características del comercio electrónico	26
2.3 Clasificación del comercio electrónico	27
2.3.1 Clases de relaciones en el comercio electrónico.....	27
2.4 Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico.....	28
2.4.1 Ventajas para el consumidor.....	29

2.4.2 Ventajas para la empresa	30
2.4.3 Algunas desventajas de comercio electrónico.....	31
2.5 Establecimiento permanente del comercio electrónico gestores de contenido- CMS (Plataformas virtuales).....	32
2.6 El contrato electrónico	35
2.6.1 La formación del consentimiento en los contratos electrónicos	36
2.6.2 La Oferta Electrónica.....	36
2.6.3 La aceptación electrónica.....	38
2.6.4 Perfeccionamiento de los contratos electrónicos	39
2.6.4.1 Tiempo del perfeccionamiento de los contratos	39
2.6.4.2 Lugar de celebración del contrato	40
2.7 Medios de pago por Internet.....	41
2.8 La firma electrónica	42
2.8.2 Funcionamiento de la firma electrónica.....	45
2.9 Documentos electrónicos	46
2.9.1 Conceptos sobre documentos electrónicos.....	47
CAPITULO III	49
LEGISLACIÓN COMPARADA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	49
3.1 Costa Rica	49
3.2 Chile	53
Comercio electrónico.....	54
Firma electrónica.....	56
Ente sancionador	58
3.3 Colombia	60
3.4 España.....	64
CAPITULO IV.....	77
REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR	77
4.1 Constitución de la República.....	77
4.2 Código Civil	78
4.2.1 Requisitos de validez y existencia	78

4.2.1.1	Requisitos de existencia.....	80
4.2.1.2	Requisitos de validez.....	82
4.3	Código de Comercio.....	83
4.4	Ley de Comercio Electrónico.....	84
4.5	Ley de Procedimientos Administrativos.....	88
4.6	Ley de Firma electrónica.....	89
4.7	Ley de Protección al Consumidor.....	96
4.7.1	Objeto y ámbito de aplicación.....	97
4.7.2	Derechos de los Consumidores.....	97
4.7.2.1	Derechos del consumidor en el comercio electrónico.....	98
CAPITULO V	102
PROCEDIMIENTO Y RESOLUCIÓN	102
5.1	Reglamento de la Ley Protección al Consumidor.....	102
5.2	Medios alternos de solución de conflictos.....	102
5.2.1	Avenimiento.....	103
5.2.2	Conciliación.....	104
5.2.2.1	Incomparecencia a la audiencia.....	104
5.2.3	Mediación.....	105
5.2.4	Arbitraje.....	106
5.2.4.1	Tipos de arbitraje.....	107
5.2.4.2	Árbitros.....	109
5.2.4.3	Proceso.....	111
5.3	Inicio del proceso ante la Defensoría del Consumidor.....	114
5.3.1	Medidas cautelares.....	115
5.3.2	Proceso sancionatorio.....	117
5.3.2.1	Medios de prueba.....	118
5.3.2.2	Resolución final.....	120
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES	129

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se titula “RETOS Y DESAFÍOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR, Y LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES”, se debe mencionar que en el año 2020 una pandemia afectó no solo a El Salvador, si no al mundo entero, lo que aisló a las personas y se recomendó evitar el contacto con las personas para evitar el contagio del virus, por lo que las tecnologías de la información tuvieron gran importancia para poder mantener el contacto con las personas, esto a nivel social, a nivel de comercio permitió que continuasen los intercambios comerciales, impulsando así el comercio electrónico, en El Salvador, pese a que muchas personas pueden sentirse inseguros por el manejo de sus datos, se vieron obligados a tener que hacer uso de este tipo de comercio, lo que permitió mostrarles las ventajas que este ofrece.

La Asamblea Legislativa aprobó la Ley de Comercio Electrónico el 31 de octubre del 2019, lo que ofrece un marco jurídico concreto a todas las personas que utilicen este tipo de comercio, pero la aprobación de dicha ley es solo un paso más para poder implementar de forma efectiva el comercio electrónico en El Salvador, ya que aún quedan puntos por resolver, como lo es la entrada en vigencia de la firma electrónica, pues pese a tener la Ley de Firma Electrónica aprobada, pero aún no se cuenta con ningún certificador de firma electrónica autorizado en el país, algo que se debe de solucionar a la brevedad posible si se piensa poner en práctica el comercio electrónico.

El presente trabajó expone la existencia de los mecanismos de proyección con los que cuenta un consumidor al cual se le han violentado sus derechos o se han incumplido obligaciones en el comercio electrónico

LISTA DE ABREVIATURAS

ARPA: Advanced Research Projects Agency (Agencia de Proyectos para la Investigación Avanzada de Estados Unidos).

ARPANET: (advanced research projects Agency Network).

Art. (s): Artículo (s)

ATM: (Automatic Teller Machine – cajeros automáticos).

CC: Código Civil

CCom: Código de Comercio

CERN: European Organization for Nuclear Research.

CMS: Content Management System, por sus siglas en ingles.

Cn: Constitución

COPROCON: Comisión para Promover la Competencia, de Costa Rica.

CPCM: Código de Procesal Civil y Mercantil

CSS: Cascading Style Sheets, por sus siglas en ingles.

DC: Defensoría del Consumidor

EDI: Intercambio Electrónico de Datos.

EFT: Electronic Funds Transfer, por sus siglas en ingles.

ERP: (Enterprise Resource Planning por sus siglas en ingles).

Etc.: Etcétera

FTP: (Por sus siglas en ingles File Transfer Protocol).

HTML: Hyper Text Markup Language.

HTTP: Hypertext Transfer Protocol (protocolo de transferencia de hipertextos).

Inc.: Inciso:

IVA: Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.

IVR: (Instant Voice Replay – sistemas automáticos de respuesta de voz).

JAVA: Lenguaje de programación.

Lit: Literal

LLC: Compañía de Responsabilidad Limitada, por sus siglas en inglés.

LPA: Ley de Procedimientos Administrativos

LPC: Ley de Protección al Consumidor

MIT: Instituto Tecnológico de Massachusetts.

MySQL: Sistema de Gestión de bases de datos.

NCSA: (National Center for Super computer Applications).

Nº: Numero

OMIC: Oficina Municipal de Información al Consumidor, de Chile.

ONU: Organización de la Naciones Unidas.

Ord.: Ordinal

PHP: Hypertext Pre-Processor.

POS: Points of Sales, por sus siglas en ingles.

SERNAC: Servicio Nacional del Consumidor de Chile.

SRI: Instituto de Investigación de Stanford.

TIC: Tecnologías de Información y Comunicación.

TS: Tribunal Sancionador

UCLA: Universidad de California en Los Ángeles.

URL: Uniform Resource Locator, por sus siglas en ingles.

URSS: Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas.

WWW: World wide web.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de grado titulado “Retos y desafíos del comercio electrónico en El Salvador, y los mecanismos de protección a los consumidores”, se expone la realidad jurídica sobre el comercio electrónico, en El Salvador, y los factores que dificultan que este tipo de comercio, avance de forma considerable, como lo ha hecho en otros países

El comercio electrónico es una figuras que ha tomado protagonismo en la forma de celebrar contratos, pues se ha consolidado como un mecanismo que permite a los consumidores, adquirir un producto o servicio de una manera ágil y precisa, en la que manifiestan su consentimiento, sin necesidad de intermediarios y las limitantes que el comercio tradicional conlleva al momento de celebrar contratos, las necesidades del mercado y el comercio han obligado no solo a los consumidores, sino también a los proveedores, a superar las barreras de comunicación conocidas, pero es una forma de comercio muy innovadora que no todos conocen como se requiere.

Debido al desconocimiento en que se pueden encontrar los consumidores, surge la necesidad de realizar esta investigación, y determinar cuál es el rol que el Estado salvadoreño realiza al conocer este tipo de prácticas, así como las medidas o el procedimiento a seguir para evitar que se siga perjudicando al consumidor, y de ser posible la forma o los mecanismos con que cuenta el consumidor afectado para poder resarcir el daño causado o indemnización.

La falta de un ordenamiento jurídico adecuado para atender las necesidades que tienen los consumidores en el comercio electrónico, conlleva a que estos ignoren los mecanicismos a su favor, por ello, el presente trabajo expone los mecanismos jurídicos con los que cuenta un consumidor al cual se le ha

violentado sus derechos, y la importancia que tiene la Defensoría del Consumidor, lo que vuelve a dicho trabajo una fuente de información más para que los consumidores o cualquier interesado que tengan la necesidad de realizar una consulta, pueda orientarse de mejor manera.

Conocer el marco jurídico del comercio electrónico es útil, como consumidor y como proveedor, pero es necesario que las instituciones que se encargan de velar por los derechos de los consumidores estén capacitadas para defenderlos, es por ellos, que se realizó una visita de campo a la Defensoría del Consumidor, para saber si cuentan con personal capacitado, así como consultarles que tantos de sus usuarios conocen sobre el comercio electrónico, sobre las obligaciones de los proveedores y sobre el marco normativo, así como los mecanismos de protección con los que cuentan.

En el presente trabajo está formado por cinco capítulos, siendo el primero el capítulo en el que se desarrolla la historia del comercio electrónicos desde el inicio del internet hasta la actualidad, con las redes sociales; el segundo, uno que expone la doctrina al respecto del comercio electrónico, lo que permite conocerlo de mejor manera y los elementos necesarios para su funcionamiento; el tercero, un breve análisis sobre la legislación referente al comercio electrónico en los países de Chile, Colombia, Costa Rica y España; el cuarto, un breve análisis sobre la legislación sustantiva del comercio electrónico en El Salvador; y finalmente el quinto y último capítulo desarrolla el procedimiento a seguir ante la Defensoría del Consumidor y la seguridad jurídica que brinda al consumidor con la resolución que emite.

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el presente capítulo se estudia la historia del internet, así como del correo electrónico y la creación de la world wide web, de igual manera la transferencia de datos que dio inicio con el internet y a su vez la transferencia de fondos. En esa misma línea se abordan los antecedentes históricos del comercio electrónico en general y en El Salvador, continuando con la aparición de las redes sociales, especialmente la primera red social en el ámbito empresarial, así como las redes sociales mas conocidas, tales como Facebook, twitter, instagram, entre otras redes, abordando a su vez algunos aspectos negativos de las redes sociales, y finalmente las plataformas virtuales y su clasificación.

1.1 Historia del internet

El internet nace inicialmente como un proyecto militar para poder asegurar las comunicaciones entre diferentes puntos de los Estados Unidos en caso de sufrir un ataque militar de gran magnitud. Se debe enfocar en el contexto de la guerra fría, donde sería usada esta herramienta de comunicación. Se enmarca en 1947 cuando empieza la guerra fría, la cual inicia al terminar la segunda guerra mundial, se debe de recordar que en el contexto de la segunda guerra mundial, Japón atacó a Estados Unidos en Pearl Harbour, y este en respuesta hace un ataque atómico a Japón, Estados Unidos

demostró su poder militar a través de bombas atómicas pero la Unión Soviética no se quedó atrás y comenzó a desarrollarse en el mismo campo.¹ La guerra fría inicia a través de una tensión entre el bloque occidental-capitalista liderado por Estados Unidos y el oriental-comunista liderado entonces por la Unión Soviética. En este contexto, se enfrentaban dos modelos opuestos que luchaban por implantar su método e ideología en todo el mundo. El motivo de llamar a este enfrentamiento guerra fría es debido a que nunca se enfrentaron directamente, sino que, en contrapartida, fueron implicando al resto de países con el objetivo de ir expandiendo su modelo.

En 1957 la URSS lanzó el primer satélite artificial de la historia, Sputnik 1, y, en este contexto, se organiza en Estados Unidos la Advanced Research Projects Agency (Agencia de Proyectos para la Investigación Avanzada de Estados Unidos) conocida como ARPA y vinculada al Departamento de Defensa. Esta se creó como respuesta a los desafíos tecnológicos y militares de la entonces URSS y, una década más tarde, sería considerada la organización que asentó los fundamentos de lo que sería conocido como Internet².

A lo largo de los siguientes años se llevaron a cabo grandes avances. En 1962, Paul Baran, investigador del Gobierno de los Estados Unidos, presentó un sistema de comunicaciones que, mediante computadoras conectadas a una red descentralizada, resultaba inmune a ataques externos. Este proyecto se basaba en el trabajo de Leonard Kleinrock, quien un año antes publicaba desde el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) la teoría de

¹ Luis Bahillo, "Historia de Internet: cómo nació y cuál fue su evolución", Marketing4ecommerce, España, 20 de septiembre de 2019, <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet>, fecha de consulta: 25 de octubre de 2019.

² Alfredo Alejandro Reyes Krafft, "La firma electrónica y las entidades de certificación", (Tesis para optar al grado de doctor en derecho, Universidad Panamerica, 2002), 24-25.

conmutación de paquetes que planteaba la factibilidad de utilizar esta revolucionaria técnica. Esta teoría se basa en que toda la información que sale de un dispositivo se trocea en bloques para ser transmitida por la red y a estos bloques se les llama paquetes.³

Se trabajó para establecer una red a la que se pudiera acceder desde cualquier lugar del mundo, a la que la nombraron red galáctica. En 1965 se conectó un ordenador TX2 en Massachusetts con un Q-32 en California mediante una línea telefónica conmutada, aunque de baja velocidad y aún limitada. Funcionó y permitía entonces trabajar de forma conectada, pero, como es fácil de imaginar en ese momento, el sistema era inadecuado⁴.

En los siguientes años se sigue investigando hasta que en 1969 Michel Elie, considerado uno de los pioneros de Internet, ingresa en la UCLA (Universidad de California en Los Ángeles) y se incorpora a ARPA con una beca de investigación. A finales de este año se consigue conectar la computadora de la UCLA con otra del SRI (Instituto de Investigación de Stanford)⁵.

Poco después, ya eran cuatro las universidades americanas interconectadas. Esta red se denominó ARPANET y el objetivo de este desarrollo era mantener las comunicaciones en caso de guerra ante la situación de incertidumbre y temor del momento. Fue toda una revolución ya que hasta entonces solamente contaban con una red centralizada que se consideraba muy insegura en caso de guerra porque el sistema se podría bloquear

³ Luis Bahillo, "Historia de Internet". <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet>

⁴ Reyes Krafft, Alfredo Alejandro. Firma Electronica y entidades de certificación. Citando a : Martínez Godinez Alonso: La contratación jurídica a través de medios electrónicos; Universidad Panamericana; tesis para optar al título de Licenciado en Derecho; 2000.

⁵ Ibid.

fácilmente. En 1970, ARPANET se consolida. Ray Tomlinson establece las bases para lo que actualmente se conoce como correo electrónico. Esta herramienta surge porque los desarrolladores necesitaban un mecanismo de coordinación que cubrían con este sistema.⁶

1.2 El correo electrónico

La red pasó de las agencias militares a las universidades y proyectos de defensa del país cada vez con mayor fuerza. Los científicos la utilizaron y desarrollaron para permitir, también, compartir opiniones y poder establecer colaboraciones en trabajos. En 1972 ya integraba cincuenta universidades y centros de investigación que estaban distribuidos por Estados Unidos. Un año después, ARPANET ya estableció conexiones con otros países como Inglaterra y Noruega.

Con el auge de la comercialización de computadoras, el número de ordenadores conectados fue aumentando y a partir de los años 80 aparecieron otras redes lo que, como se puede imaginar, provocó el caos por la gran variedad de formatos de los computadores conectados. Una vez se unifica y se consolida, nace internet.

1.3 Creación de la world wide web

Hubo una transición de arpa net a www (World wide web), el 12 de marzo de 1989 Tim Berners Lee describió por primera vez el protocolo de

⁶ Luis Bahillo, "Historia de Internet". <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet>

transferencias de hipertextos que daría lugar a la primera web utilizando tres nuevos recursos: HTML, HTTP y un programa llamado Web Browser.⁷

La world wide web, generalmente conocida como la web, es un sistema de documentos de hipertexto vinculados accesibles por internet. Usando un programa conocido como navegador web se pueden ver páginas que pueden contener textos, imágenes, medios continuos como video o música y casi cualesquiera elementos multimedia de hoy en día. Uno de los grandes aciertos del sistema fue la conexión entre las páginas a través de hipervínculos. Esto permite hacer un recorrido no lineal entre los documentos, conocido como navegación⁸.

La propuesta original de la web fue redactada en la CERN (European Organization for Nuclear Research) en el año de 1989 por Sir Timothy John Berners-Lee, tomando como idea precursora a un proyecto jamás materializado llamado Memex. Ideado por Vannevar Bush en 1945, consistía en un dispositivo que almacenaría documentos de todo tipo que serían consultados y editados a través de una especie de teclado con palancas⁹. La propuesta final de la web fue presentada oficialmente en la CERN en fecha 12 de noviembre de 1990 gracias a Robert Cailliau, como miembro de CERN decidió tomar la idea de Berners-Lee y apoyo tanto en la redacción como en la en los recursos para poder concretar el proyecto.

Uno de los servicios que más éxito ha tenido en Internet ha sido la world wide web (WWW, o "la web"), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos. La WWW es un conjunto de protocolos que permite,

⁷ Hugo Delgado, "World Wide Web – WWW ¿Qué es? Historia y origen", disenowebakus, México, 04 de noviembre 2019, <https://disenowebakus.net/world-wide-web-www.php>, fecha de consulta: 05 de noviembre 2019.

⁸ Priscila Alexandra Pazmiño Benavides "El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes" (Tesis de Grado, Universidad Politécnica Salesiana, 2010), 18.

⁹ Hugo Delgado, "World Wide Web". <https://disenowebakus.net/world-wide-web-www.php>

de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto. Esta fue un desarrollo posterior (1990) y utiliza Internet como medio de transmisión¹⁰.

En el verano de 1991 investigadores del laboratorio europeo de física de partículas que su siglas son CERN lanzan un programa llamado World Wide web, consiste en un conjunto de protocolos que operaba por encima de los protocolos de internet y permitían un acceso muy flexible y generalizado a la información almacenada en la red de diversos formatos, al igual que ocurrió con internet, esta característica de acceso a todo tipo de formatos, maquinas, sistemas operativos y normas fue lo que hizo que su uso se generalizara rápidamente¹¹.

A finales de los años noventa, ya habían creado el primer servidor web en un sistema next y el primer software navegador de editor de páginas, en abril de 1993, el CERN permitió el uso libre y gratuito de la web a la comunidad, fue con la aparición del primer navegador web MOSAIC de la NCSA (National Center for Super computer Applications), con esto se marcó el comienzo de la web como un sistema orientado a la comunidad.

La “www” se convirtió en el servicio más usado, rebasando al servicio de transferencia de archivos (FTP por sus siglas en inglés), anterior monarca en cuanto a la demanda de usuarios. Los sistemas multimedia que permiten ahora manejar textos, datos, audio, imagen y video han convertido a éste servicio “www” y a su principal vehículo, el lenguaje HTML, en la manera de comunicarse mundialmente.

¹⁰ Priscila Alexandra Pazmiño Benavides “El impacto de las redes”, 18.

¹¹ Paul E. Ceruzzi, “Historia de la informática”, BBVA, (2008), 114.

Algunas clasificaciones de la web pueden ser enunciadas en la investigación las cuales son:

web 1.0: parecida a una biblioteca. Se puede mirar, leer, pero no se puede generar un vínculo con la fuente de información, a excepción del intercambio de mensajes mediante el correo electrónico¹².

web 2.0: las personas se contactan entre sí dando origen a lo que se conoce como web social. Permite entrar a la red a través de la subida de archivos y la salida de ellos, a través de la descarga. Facilita la comunicación entre personas y fomenta la formación de grupos de individuos con intereses comunes. Si la web 2.0 fuera una biblioteca, cualquiera podría incorporar un texto propio a un estante y escoger uno ajeno¹³.

web 3.0: involucra la conexión de la información disponible en las plataformas existentes. Volviendo al ejemplo de la biblioteca, añade a los elementos anteriormente descritos la “presencia” de un consejero (que no es una persona, sino un software), que interpreta cuáles son las obras o autores preferidos, por lo que puede recomendar un nuevo título o sugerir un escritor; porque la interconexión de las aplicaciones hace posible la existencia de herramientas altamente “intuitivas”¹⁴.

La web 4.0: se centra en ofrecer un comportamiento más inteligente y más predictivo, de modo que se pueda, con sólo realizar una afirmación o una

¹² Marino Latorre, “Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0”, Argentina, Universidad Marcelino de Champagnat, 2018, Documento. Recuperado de: http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf

¹³ Ibíd.

¹⁴ Ibíd.

llamada, poner en marcha un conjunto de acciones que tendrán como resultando aquello que se pide, desea o dice¹⁵.

1.4 La transferencia de datos dio inicio con el internet

Para 1987, 10,000 servidores anfitriones estaban conectados a la Red, dos años después el número rebasó los 100,000 servidores y se comercializó la primera versión de Windows, que no fue adoptada de inmediato en el mercado corporativo. La “cara” de la mayoría de las computadoras seguía siendo el sistema operativo DOS (Disk Operating System), también denominado “sistema de interfaz de texto” debido a que el usuario literalmente escribía las instrucciones a ejecutar por la computadora.

En 1991 salió a la venta la versión 3.1 de Windows, que popularizó la Interfaz Gráfica. Para 1992 se alcanzó un millón de servidores en línea y se conectó el Banco Mundial, Desde el mismo año, la NSF retiró su inversión, dejando así la posibilidad a otros tipos de financiamiento y, por lo tanto, a otros usos. En 1993 se conectó a la red la Organización de las Naciones Unidas, también apareció “Mosaic”, primer programa para acceder las páginas del servicio “www”, ahora conocidos como “navegadores” o “browsers”.

En 1995 la compañía Sun Microsystems dio a conocer “JAVA” desarrollo de software que, incluido en los navegadores, permite ejecutar aplicaciones sobre cualquier plataforma computacional, es decir, con cualquier sistema operativo. Ese mismo año se alcanzaron diez millones de servidores y desde entonces el crecimiento ha sido exponencial.

¹⁵ Ibíd.

1.5 Transferencia de fondos

El origen del comercio electrónico se dio en los años setentas con la introducción de las transferencias electrónicas de fondos (Electronic Funds Transfer – EFT), entre los bancos para el mejor aprovechamiento de los recursos computacionales de la época. Mediante redes privadas y seguras se optimizaron los pagos electrónicos, se crearon servicios como puntos de ventas (Points of Sales – POS), en tiendas, almacenes y pagos con tarjetas de débito y pagos a la nómina de los empleados de las empresas utilizando cheques en sustitución de efectivo¹⁶.

El primer EFTPOS comercial fue utilizado en Francia, en el año de 1983, en ese momento, la introducción de las computadoras personales económicas y técnicas de conmutación de paquetes, lograron enlazar terminales inteligentes a los sistemas computacionales de los bancos por primera vez¹⁷.

1.5.1 Los Inicios del Internet Banking

A finales de los años sesenta¹⁸, los grandes volúmenes de información guardados en sistemas de archivos tradicionales o microfilmados, pasaron a formar parte de los primeros sistemas de cómputo respaldados en cintas magnéticas. La Ley del Moore: la disminución de costos de software y

¹⁶ Miguel David Rojas López, Diana Marcela Suarez Botero, y Cleidy Nataly Meneses Durango, "Firma digital: instrumento de transmisión de información a entidades financieras." Revista Avances en Sistemas e Informática 8, no. 1 (2011): 10. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133117278002>

¹⁷ *Ibíd.*

¹⁸ Juan Pablo Traverso, "Los Inicios del Internet Banking" (Chile, Ebankingnews, <http://www.ebankingnews.com/columnas/los-inicios-del-internet-banking-007> actualizado: 26 de junio de 2012) fecha de consulta: 5 de octubre de 2019.

hardware, llevó a esta industria a masificar el procesamiento de la atención de clientes a través de sistemas informáticos.

A finales de la década de los setenta, se inicia el desarrollo de los sistemas de banca a distancia, partiendo con los ATM (Automatic Teller Machine – cajeros automáticos), IVR (Instant Voice Replay – sistemas automáticos de respuesta de voz), y también empiezan a utilizarse los medios de pago electrónicos por medio de las tarjetas de crédito.

En la década de los ochenta estuvieron marcados por la profundización en el desarrollo de los servicios y productos soportados por la Banca a Distancia. Aparecen los primeros ERP (Enterprise Resource Planning) bancarios y con la incipiente llegada de los computadores personales, comienza el desarrollo de software de apoyo al manejo de las finanzas de personas y empresas.

Hasta que llega Internet, marcando el punto de inflexión definitivo: El primer paso dado por los bancos, a mediados de los noventa, estuvo orientado hacia los productos de mayor masificación, permitiendo al cliente acceder a información y posteriormente a realizar pagos entre ellos. Posteriormente, se incorporan una mayor gama de productos bancarios y surgen los primeros servicios específicos asociados a las empresas.

El boom internet ocurrido entre fines de 1998 y abril del 2000 lleva a los bancos a incorporar el concepto que se había estado masificando, el Portal Financiero Horizontal. Incluso algunos bancos llevaron más allá sus apuestas, reemplazando o complementando sus marcas para tener una

presencia diferenciada en internet. Existía la creencia de que la agregación de valor podía ser “cualquier cosa” colocada en la web¹⁹.

En esa fecha, surgen los primeros bancos que operan exclusivamente online, en un principio sin mucho éxito debido a que los clientes preferían entidades con una preferencia física, pero que últimamente están empezando a hacerse notar. Ahí se evidencia lo que está sucediendo actualmente, que se pueden encontrar tres factores principales que afectan a los servicios financieros alrededor de todo el mundo:

Globalización: A través de los incrementos en los flujos de capital y el otorgamiento de servicios financieros y negociaciones fuera de las fronteras clásicas.

Desregulación: Se disminuyen los requerimientos de intervención del gobierno, ya que el sector privado puede proveer servicios financieros, incluso cuando el sector financiero del país es débil. Las fallas de mercado serán menos recurrentes, ya que las nuevas tecnologías harán la información más accesible y de mayor calidad. Esto permitirá que los servicios financieros sean provistos en forma más amplia y que los mercados intercambien riesgos y activos, reduciendo los requerimientos de regulación.

Avances en TIC (Tecnologías de Información y Comunicación), particularmente **Internet**.

Todo esto reduce los costos de proveer servicios financieros y las estructuras industriales necesarias para ello al aumentar las economías de escala,

¹⁹ Ibíd.

permitiendo incluir nuevos canales de distribución, reduciendo los costos de procesamiento y el número de errores, a la vez que se puede realizar un mejor posicionamiento, segmentación y definición del mercado objetivo, aumentando la personalización de los productos y servicios ofrecidos. También disminuyen las barreras de entrada a ciertos segmentos de productos y se pueden aplicar nuevas técnicas como 'Credit Scoring' y 'Business Intelligence' para evaluar el riesgo de clientes y desarrollar modelos de comportamiento y predicción de fugas y fraudes entre otros²⁰.

1.6 Antecedentes del comercio electrónico

El antecedente del Comercio Electrónico se ubica a partir del años 1920, que en esencia fueron las ventas por catálogo, que tuvieron su origen en Estados Unidos, porque claro está que las ventas por catálogo no tienen relación con lo electrónico, pero si al igual que el comercio electrónico introdujo el concepto de que no es necesario atraer a los clientes físicamente hasta los locales de ventas para llevar a cabo las transacciones comerciales.²¹

El comercio electrónico, a través de medios electrónicos, tiene sus orígenes en los años setentas, con la introducción de las transferencias electrónicas de datos, lo que significó una mejora en las comunicaciones entre empresas del mismo sector.²² En esa misma década, se empezó a utilizar la tecnología

²⁰ *Ibíd.*

²¹ Sandra Guadalupe De Paz Portillo, Et. Al., "Operaciones de comercio electrónico y su incidencia tributaria", (Tesis para Licenciatura, Universidad de El Salvador, 2010), 3.

²² Rene Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal de Transacciones Comerciales para las Pymes de El Salvador Afiliadas a Centromype" (Tesis para Licenciatura, Universidad Dr. José Matías Delgado, 2008), 6.

para mensajes electrónicos, mediante el intercambio de datos, reduciendo el papeleo y a la vez incrementando la automatización²³.

1.7 Comercio electrónico en El Salvador

En El Salvador el comercio electrónico surge el año de 1998 y se manifiesta como una forma de vender y/o comprar bienes en Internet. Para ese año el país contaba con dieciséis proveedores de conectividad a Internet, ofreciendo distintas opciones, modalidades, prestaciones, precios y configuraciones. Además, se establecieron más empresas nacionales dedicadas a diseñar, mantener y/o alojar sitios web, haciendo uso de las técnicas más diversas y actualizadas²⁴.

Uno de los sitios web que surgió en esa época fue “latienda.com.sv.”, por Héctor Maida, tiempo después su sueño llamado latienda.com.sv, se convirtió en uno de los portales virtuales más grandes de este rubro. En ese mismo año Almacenes Simán, se convirtió en pionero del Comercio Electrónico en El Salvador al abrir operaciones a través de su sucursal virtual: www.siman.com.sv. De 2006 a 2012, en el comercio electrónico las transacciones más realizadas son las de importación de aparatos tecnológicos y accesorios. Así lo señalan empresas del sector como Aerocasillas y Trans Express²⁵.

²³ Patricia Lisseth Amaya Alvarado, et al, “Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales.” (Tesis para Licenciatura, Universidad Dr. José Matías Delgado, 2011), 8.

²⁴ Sandra Guadalupe De Paz Portillo, “Operaciones de comercio electrónico”, 4.

²⁵ Selvin Antonio Cabrera Martínez, et al, “El Comercio Electrónico como Estrategia de Rentabilidad en la Comercialización de los Medicamentos, en las Cadenas Farmacéuticas” (Tesis para Licenciatura, Universidad de El Salvador, 2013), 7.

La mayoría de bancos de El Salvador, cuentan con sus propias páginas web que facilitan las transacciones bancarias tanto a nivel empresarial como personal. La población ha aprendido a adquirir confianza en el nuevo sistema de banca electrónica para realizar sus operaciones en la web. Desafortunadamente, el talón de Aquiles de El Salvador sigue siendo el capital humano, que es el elemento clave de las economías en todos los sentidos, pues aún no está preparado²⁶.

1.8 Aparición de las redes sociales

El origen de las redes sociales es bastante reciente, se puede decir que surgen en 1995 con la creación de classmates.com, a manos del estadounidense Randy Conrads. Esta red social buscaba reunir ex compañeros de colegio, o universidades. Luego, al ver que el proyecto era exitoso, comenzaron a aparecer nuevas redes que pretendían reunir amigos, y para el año 2003 ya se habían hecho populares sitios como LinkedIn y MySpace, con objetivos más específicos²⁷.

1.8.1 Definición de una red social

Básicamente, el término red social, que también suele ser denominada como comunidad virtual, consiste en un servicio que se brinda a través de un sitio web, en el que se reúne la gente para hablar, compartir ideas e intereses, hacer nuevos amigos, expresar una opinión, es decir para comunicarse con otros, aunque existen diferentes acepciones de dicho termino, como:

²⁶ Ibídem

²⁷ María Estela Raffino. "Redes Sociales" (Argentina, Concepto.de, <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz62ZhzRgsB>, última actualización 09 de octubre de 2019) fecha de consulta: 20 de octubre de 2019.

Un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Además, agrega que, en el ámbito de la informática, la red social hace referencia al sitio web que las personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. En estos medios las relaciones de quienes las utilizan pueden ser de diferentes tipos, desde los negocios hasta la amistad²⁸.

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos²⁹.

ARPANET (advanced research projects Agency Network) es una precursora de las redes sociales, también es parte de los fundamentos del internet, como se mencionó anteriormente, se utilizó para hacer intercambio de información entre instituciones de educación superior en norte América y fue una parte integral del internet.

Es 1997 el año en que se creó Six Degrees³⁰, el primer sitio en la historia de las redes sociales, sitio que sigue abierto hoy en día. Este sitio se enfoca en que cualquier persona se encuentra a solo seis pasos³¹, de crear círculos

²⁸ Irene Bonilla Hernández y Elsy Vargas Villalobos, "Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras y de la escuela Saint Jude" (Tesis de para optar al grado de Maestro, Universidad Estatal a Distancia, 2012), 40.

²⁹ Priscila Alexandra Pazmiño, "El impacto de las redes...", 37.

³⁰ SixDegrees.com fue un sitio web de servicios de redes sociales que duró de 1997 a 2001 y se basó en el modelo de red social de la web de Contactos.

³¹ Teoría de los seis grados; La teoría de los seis grados de separación ha estado en el imaginario popular. La frase fue acuñada por el académico estadounidense Stanley Milgram en los años 60, luego de realizar experimentos en los que le pedía a la gente que le hiciera

sociales, con este proyecto se cimentaron las bases para las redes sociales. Se basa en que todas las personas del mundo están conectados entre sí con un máximo de seis personas.³²

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios tales como Friendster, Tribey, My space. Rápidamente algunas empresas ingresan a las redes sociales. Google lanza en enero de 2004 Orkut apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros.

Básicamente el funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico y he aquí que se transforma en un interesante negocio³³.

Un buen ejemplo de esto es Facebook, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a Myspace.com millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft. Se corría el rumor que esta red social podría ser adquirida por Yahoo en un valor de nada menos que mil millones de dólares.

llegar una carta a alguien que solo conociera por el nombre. La meta era que la carta arribara, eventualmente, a manos de una persona en otra ciudad. El número promedio de veces que la carta pasaba de manos para llegar a estas personas, dijo, era seis.

³² Viiviana Yesenia Mejia Zambrano, "Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de los colegios del cantón yaguachi" (Tesis de grado, Ecuador, Universidad de Guayaquil, 2015), 20.

³³ *Ibíd.*

Mysapce.com es otra red social, que tenía más de cien millones de usuarios, pertenece a News Corp (la transacción rondó los \$580 millones al previo dueño) posicionándose como la mayor en su tipo e incluye temáticas tan diversas como búsqueda de personas desaparecidas.

Claro está que no todo es buenaventura para las redes sociales, conforme se fue convirtiendo en buen negocio, surgieron intereses y por lo tanto, corre cierto peligro, al menos en su filosofía de funcionamiento libre ya que la empresa Friendster.com logró que la Oficina de Patentes de los Estados Unidos le acepte una patente sobre redes sociales la cuál cubre: “todo sistema, método y aparato para conectar usuarios en sistemas computarizados en línea basándose en sus relaciones en redes sociales.

Al principio en estos proyectos de redes sociales uno de los inconvenientes eran que al agregar o incorporar un amigo a la red social no había mucho que hacer, las primeras redes sociales utilizaron una segmetacion étnica para crear comunidades³⁴.

1.8.2 La primera red social en el ámbito empresarial

Su nombre es Ryze, com se introdujo en el año de 2001 como una red para aprovechar las conexiones profesionales de los usuarios³⁵, se inició para ayudar a las personas aprovechar sus objetivos empresariales y profesionales mediante la creación de redes profesionales. Su premisa fue proporcionar una red de apoyo para los consumidores en un entorno profesional que les permita la búsqueda de puestos de trabajo, hacer las

³⁴ Alexandra Pazmiño, El impacto de las redes..., 38 y 39.

³⁵ Gonzalo Rodriguez Nolasco, “breve historia de las redes sociales”, hootsuite, Canada, 20 de enero de 2017, <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/>, fecha de consulta: 6 de octubre de 2019.

conexiones de empresas, y potenciar las comunidades virtuales para las necesidades de las empresas en general.

El uso de una red social empresarial supone el uso de los medios de comunicación social por parte de una organización, tanto interna como externamente, para conectar personas que comparten intereses o actividades similares. Las redes sociales fueron creadas y se basan según los vínculos que existen entre sus usuarios, los tipos de redes sociales varían como los siguientes³⁶:

I. Redes sociales genéricas. Son las comúnmente conocidas y a su vez las más numerosas entre las cuales se encuentran Facebook, Twitter y Google.
II. Redes sociales profesionales. Son las que relacionan laboralmente a sus miembros, entre las cuales resalta la red social LinkedIn.
III. Redes sociales temáticas. Basadas en representar a personas que compartan la misma actividad o hobby, aquí se encuentra la famosa red Flickr.

Algunas redes sociales genéricas que tienen gran influencia son:

1.8.3 Facebook

Facebook es un sitio creado por Mark Zuckerberg³⁷, que nació para dar acceso a los estudiantes de la Universidad de Harvard. Esta se ha convertido en la red social más importante del mundo. Facebook tiene más de novecientos millones de usuarios registrados activos³⁸. Si fuera un país, sería el tercero del mundo, después de China e India. Aunque es la red social más

³⁶ Viiviana Yesenia Mejia Zambrano, "Análisis de la influencia", 21

³⁷ Siendo lanzado en febrero de 2004.

³⁸ María Estela Raffino. "Redes Sociales". <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz62ZhzRgsB>

difundida en casi todos los países, es superada por algunos competidores en Rusia, Japón o Corea del Sur.

1.8.4 Twitter

Twitter³⁹ creada por Jack Dorsey. Nace como un proyecto de investigación y desarrollo de Obvious, LLC. Esta red corresponde a un servicio de microblogging, lo que les permite a los usuarios enviar mensajes cortos, y se muestran en el perfil de ellos. Es de mayor inmediatez; pero menor interacción, lo que da la oportunidad de hacer actualizaciones breves⁴⁰.

1.8.5 Instagram

Instagram⁴¹ es una aplicación para subir fotos y videos. Actúa como una red social tiene variedad efectos fotográficos como Filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro, vintage, estos son algunos de los filtros más conocidos pueden utilizar en la app, es actualmente la red social más popular, sus creadores son Kevin Systrom y Mike Krieger, en un comienzo únicamente para Iphone, Ipad y Ipod, después de dos años⁴² se extendió a android alcanzando a un aproximado de 100 millones de usuarios activos.⁴³

Es una red social que permite el acercamiento entre celebridades y sus fans, lo cual permite a las celebridades anunciar a algunos de sus patrocinadores y redirigir al enlace sobre promociones y/o eventos, incluso cuando un

³⁹ Se lanzó el 13 de julio del 2006.

⁴⁰ Ibíd.

⁴¹ Se lanzó el 6 de octubre del año 2010.

⁴² Después de abril de 2012.

⁴³ Anonimo, "Aprenda todo de la historia de instagram: origen, evolución y herramientas" (España, conocelahistoria.com, <http://conocelahistoria.com/c-tecnologia/historia-de-instagram/>) fecha de consulta: 11 de febrero de 2020

patrocinador lanza un nuevo producto, se usa la influencia de las celebridades para que recomienden el producto y dejan a la mano de todos sus seguidores un enlace que redirige al sitio web en que se puede comprar.

1.8.6 Otras redes

Hashtag (#): nació en Twitter el 23 de agosto de 2007, cuando el usuario Chris Messina propuso a través de un tuit el uso de este símbolo para futuras etiquetas⁴⁴. El tuit llegó hasta Evan Williams, uno de los creadores de Twitter, quien no pareció a gusto con la propuesta e indicó que su uso no sería apropiado en la red social pues podría desatar diversos problemas técnicos.

Sin embargo, fue usado por vez primera en octubre de 2007 cuando usuarios estadounidenses decidieron implementar la etiqueta '#sandiegofires', como estrategia para agrupar los mensajes que se daban entorno a un incendio que vivía California en aquel momento. Dada la popularidad con la que fue acogido el hashtag (#), Twitter decidió incorporar el ícono en sus funciones dos años después, añadiendo hipervínculos en los hashtags de las publicaciones. Posteriormente, se fueron uniendo Instagram y Google, en 2011, y Flickr, Vine y Facebook, en 2013⁴⁵.

Spotify: Los orígenes de Spotify se encuentran en Suecia, fruto de la mente de Daniel Ek. Ek tenía una gran amistad con Martin Lorentzon, fundador de Tradedoubler, y le propuso invertir en una nueva idea, una app de música en streaming. Spotify se creó en 2006; sin embargo, no vería la luz hasta dos

⁴⁴ Fernando Berckemeyer Olaechea, "¿Cuál es el origen del Hashtag (#) y cómo se popularizó en Internet?" (Perú, El Comercio, <https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/origen-hashtag-popularizo-internet-noticia-550280-noticia/>, Actualizado el 26/08/2018 a las 03:15) fecha de consulta: 12 de febrero de 2020

⁴⁵ Ibíd

años después debido a las duras negociaciones con las discográficas. Finalmente, el 7 de octubre de 2008 se lanzaría Spotify en España, Reino Unido, Noruega, Francia, Suecia y Finlandia. En este sentido, la plataforma era muy diferente a la actual.⁴⁶

En 2013, Spotify ya estaba disponible en 32 países del mundo y contaba con veinticuatro millones de usuarios activos mensuales, de los que seis millones eran de pago. En este punto, la compañía comenzó a buscar alianzas estratégicas con otras marcas para expandirse. Starbucks, Facebook y Twitter son algunas de ellas⁴⁷.

1.8.7 Algunos aspectos negativos de las redes sociales

A pesar de que el uso de redes sociales tiene muchos beneficios, como, por ejemplo, contactar con gente que está lejos, conocer gente nueva, promover la participación del trabajo en equipo, compartir archivos de manera sencilla (documentos, música, fotografías, entre otros), también existe un aspecto negativo de éstas, que radica en la falta de privacidad, ya que cada archivo o publicación de los usuarios puede caer en manos de personas con fines oscuros⁴⁸.

Otro aspecto riesgoso, es el acceso indiscriminado a contenidos sensibles (por ejemplo, de tipo sexual o violento), que muchas veces resulta inadecuado sobre todo para grupos sociales vulnerables, como los niños.

⁴⁶ Alex Branco, "10 años de Spotify: así comenzó todo" (España, El Español, https://www.elespanol.com/omicrono/tecnologia/20181010/anos-spotify-comenzo/344467081_0.html, publicado el 10/10/2018 a las 03:15) fecha de consulta: 13 de febrero de 2020.

⁴⁷ Ibíd.

⁴⁸ María Estela Raffino. "Redes Sociales". <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz62ZhzRgsB>

Esto se ve evidenciado en muchas ocasiones a casos de acoso, como puede ser el de adultos que buscan contactar con niños o personas vulnerables; o por parte de conocidos, como compañeros de escuela que buscan burlarse de otros. Todo esto está favorecido por el hecho de que los adolescentes y jóvenes son el principal grupo usuario de las redes sociales.

Uno de los riesgos que siempre ha existido respecto al uso de tecnología, es el hackeo de cuentas, es un riesgo, pues muchos usuarios tienen información privada en sus redes sociales, como información personal, información laboral y hasta datos bancarios, por lo que suelen usarse medidas de protección, como vincular la cuenta con el celular, para recibir un mensaje cuando se ha accedido a la cuenta, entre otras medidas.

1.9 Plataformas virtuales

La historia del desarrollo de materiales didácticos para la web ha discurrido de forma paralela a la evolución de este medio. A principios de los años noventa, la forma usual de crear materiales para la web consistía en la realización de páginas con la ayuda de editores de HTML, ampliando las escasas posibilidades de interacción mediante la integración del correo electrónico, los foros de discusión y, posteriormente, actividades online desarrolladas con Java o Javascript.⁴⁹

La rápida expansión de internet ocurrida en todos los niveles de la sociedad, se ha reflejado en el ámbito educativo puesto que la explotación didáctica de la web permite ampliar la oferta educativa, la calidad de la enseñanza y el

⁴⁹ Julián Pérez Porto y Ana Gardey. "Definición de plataforma virtual" (Argentina, Concepto.de, <https://definicion.de/plataforma-virtual/>, actualizado 2015) fecha de consulta: 20 de octubre de 2019.

acceso a la educación. Sin embargo, el desarrollo de materiales didácticos para la web no puede ser exclusiva responsabilidad de esfuerzos individuales: para responder a las demandas de un mercado educativo en expansión es necesario abaratar los costos de producción, reducir el tiempo requerido para su desarrollo, facilitar su gestión y simplificar su actualización.

Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de internet. Esto quiere decir que, al utilizar una plataforma virtual, el usuario no debe estar en un espacio físico determinado, sino que sólo necesita contar con una conexión a la web que le permita ingresar a la plataforma en cuestión y hacer uso de sus servicios⁵⁰

1.9.1 Tipos de plataformas virtuales

Plataformas Comerciales: Son aquellas que para su adquisición hay que realizar un pago para su compra de licencia. No se puede realizar modificación alguna del programa⁵¹. Plataformas de software libre (o de investigación y colaboración): Son aquellas que se pueden adquirir sin costo alguno, de licencia libre y se pueden realizar modificaciones o mejoras del programa, la cual debe estar a disposición de cualquier usuario

Plataformas de software propio (o a medida): son aquellas que desarrollan e implementan dentro de la misma institución académica. Su finalidad no está dirigida a su comercialización. Se diferencian de las de software libre en que no están pensadas para su distribución masiva a un conjunto de usuarios. Las plataformas de desarrollo propio no persiguen objetivos económicos,

⁵⁰ Ibíd.

⁵¹ Ibíd.

sino responden más a factores educativos y pedagógicos. No se suelen dar a conocer al público. Por tanto, de este último tipo de plataformas se desconoce su número y los estudios sobre ellas prácticamente no existen⁵².

En conclusión, los factores tecnológicos, especialmente el internet, han sido herramientas que han ayudado al comercio, pues permite agilizar el intercambio comercial, superando las barreras del comercio tradicional, dado que permite hacer las compras y ventas sin necesidad de estar presentes, superando los obstáculos como las fronteras, la distancia y el tiempo, ya que con el comercio electrónico, a diferencia del comercio tradicional, se pueden realizar intercambios comerciales a cualquier hora del día, desde la comodidad del hogar y con algo tan común como un teléfono móvil.

⁵² *Ibíd.*

CAPITULO II

GENERALIDADES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El aspecto doctrinario es fundamental para cualquier trabajo de investigación, y esta no es la excepción, por ello se abordaran las generalidades del comercio electrónico desde una perspectiva doctrinaria, que permita entender de mejor manera en que consiste así como su funcionamiento, para ello en el presente capítulo se aborda el comercio electrónico desde una perspectiva doctrinaria, así como el contrato electrónico y medios de pago que se pueden usar en él, finalmente la firma y documentos electrónicos.

2.1 Comercio electrónico

El comercio electrónico es el conjunto de aquellas operaciones comerciales y financieras realizadas a través del procesamiento y la transmisión de información, incluyendo texto, sonido e imagen. Dicha información puede ser el objeto principal de la transacción o un elemento relacionado a ella, esto incluye compartir información sobre negocios a través de cualquier medio electrónico, como correo electrónico, sitios web, entre otros, entre proveedores, consumidores, agencias gubernamentales y otras organizaciones para conducir y ejecutar transacciones en actividades comerciales, administrativas y de consumo⁵³

En esta definición se puede ver la connotación de uso tecnología de información la cual se utiliza para hacer negocios o comprar y vender bienes y servicios, que es esencial en una definición de comercio electrónico.

⁵³ Gustavo Escalante “Diseño de un Portal...”, citando a las Naciones Unidas en 1997, por medio del CEFACT (Centro para la facilitación de Procedimientos y Prácticas para la Adquisición, Comercio y el Transporte), 6.

2.2 Características del comercio electrónico

Estándares universales: La tecnología suele ser igual en todo el mundo, lo cual reduce los costos de entrada a un mercado determinado⁵⁴.

Interactividad: El comercio electrónico facilita la comunicación entre el comerciante y el consumidor, ya que permite la creación de compromisos con los clientes o consumidores en una escala global más masiva⁵⁵.

Utilización de medios electrónicos: lo que diferencia esta forma del comercio convencional es que se realiza a través de un medio electrónico, sistema telemático u otro medio de comunicación. Comúnmente, el internet, medio por el que se realiza la contratación, pues cuenta con múltiples formas de aplicación como son la web, , el correo, el chat, entre otros⁵⁶.

Alcance global: Las transacciones que se realizan por medio del comercio electrónico traspasan los límites territoriales, regionales, culturales y nacionales con una efectividad que los mercados tradicionales no poseen; teniendo un alcance equivalente a toda la población mundial con acceso a internet, desapareciendo barreras nacionales o regionales⁵⁷.

Personalización: Los comerciantes pueden dirigir sus campañas de mercadotecnia o mensajes de venta a segmentos o individuos específicos, tomando en cuenta sus intereses y compras realizadas con anterioridad⁵⁸.

⁵⁴ Antonio Cabrera, "El Comercio Electrónico como Estrategia...", 11.

⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁶ Lisseth Amaya, "Herramientas de Comercio Electrónico...", 17.

⁵⁷ Antonio Cabrera, "El Comercio Electrónico como Estrategia...", 11.

⁵⁸ Lisseth Amaya, "Herramientas de Comercio Electrónico...", 18.

Densidad de la información: La cantidad de información está siempre disponible para los que participan en el mercado del comercio electrónico, ya sea clientes, proveedores y vendedores. De igual manera la información siempre está actualizada y los consumidores pueden encontrar la mejor opción en cuanto a precios y calidad de una manera rápida, sencilla y eficaz⁵⁹.

2.3 Clasificación del comercio electrónico

Se puede clasificar según el uso de internet, pudiendo ser: Directo (on-line): este tipo de comercio es cuando las transacciones son puramente en line, entendiéndose que es desde el pedido hasta el pago y envío⁶⁰. Indirecto (off-line): consiste en la adquisición de bienes que luego de ser solicitados serán enviados al domicilio del consumidor, es decir, implica el uso de información que se necesita para el comercio de bienes físicos, y estos últimos son remitidos al consumidor según los sistemas tradicionales de transporte⁶¹.

2.3.1 Clases de relaciones en el comercio electrónico

Administrations to Consumer (A2C) / entre Administración y Consumidor: ocurre cuando un consumidor utiliza una plataforma electrónica para realizar pagos de servicios o bienes provistos por el Estado. Si bien el concepto del Estado es amplio, también puede utilizarse para hacer referencia a las instituciones o a una entidad del Gobierno como tal.⁶²

⁵⁹ Antonio Cabrera, "El Comercio Electrónico como Estrategia..." 12.

⁶⁰ Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal...", 16.

⁶¹ Ibíd.

⁶² Claudia Esther Portillo de Arévalo, "Necesidad de Regulación Jurídica en El Salvador, de los Contratos Electrónicos" (Tesis para Licenciatura, Universidad de El Salvador, 2003), 16.

Consumer to Consumer (C2C) / entre Consumidor y Consumidor: Es cuando un consumidor realiza una transacción comercial con otro, por medio de una plataforma común, actualmente, incluso haciendo uso de las redes sociales que actúa como intermediaria. Por ejemplo: Ebay y OLX.⁶³

Business to Administrations (B2A) /entre Negocio y Administración: este es el caso del comercio, en el que una empresa brinda un servicio o provee de bienes al Gobierno, ya sea central o municipal, también puede ocurrir a la inversa, siendo el proveedor el Gobierno.⁶⁴

Business to Consumer (B2C) / entre Negocio y Consumidor: este tipo de comercio, es la forma de comercio más común de comercio electrónico, en la que una empresa vende bienes y/o servicios a un consumidor a través de plataformas virtuales o digitales.⁶⁵

Business to Business (B2B) / entre Negocio y Negocio: es cuando una empresa vende productos o servicios a otra empresa; puede darse a través de los mismos canales de venta usados por los consumidores, o a través de plataformas especializadas para proveedores que hayan integrado su cadena de producción.⁶⁶

2.4 Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico

El comercio electrónico es de vital interés en el presente trabajo de investigación, por eso se pretende exponer cuales son algunas de las

⁶³ Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal...", 19.

⁶⁴ Esther Portillo, "Necesidad de Regulación Jurídica...", 16.

⁶⁵ Antonio Cabrera, "El Comercio Electrónico como Estrategia..." 12.

⁶⁶ Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal...", 19.

ventajas y desventajas que conlleva esta forma de realizar comercio al momento de celebrar contratos, específicamente contratos electrónicos.

2.4.1 Ventajas para el consumidor

Como se puede apreciar, el internet y específicamente el comercio electrónico brinda ciertos beneficios para los consumidores lo que hace que sea tentador y llamativo para ellos, a continuación, se mencionarán algunas de las ventajas más relevantes que ofrece este tipo de comercio:

Acceso a mayor información: la web y su entorno permite realizar búsquedas profundas que son controladas por los clientes, por lo tanto las actividades de mercadeo a través de la web son más impulsadas por los clientes que aquellas proporcionadas por los medio tradicionales. La web es un medio de comunicación que le permite al consumidor elegir dentro de un mercado global en función de sus necesidades, gustos y costo.⁶⁷

Disponibilidad de horario: el comercio electrónico permite al consumidor adquirir cualquier producto durante un horario de veinticuatro horas, siete días a la semana, durante todo el año, salvo promociones con límite de tiempo, por mantenimiento de los servidores o cualquier otra excepción⁶⁸.

Inmediatez al realizar los pedidos: existe una relación más directa entre cliente y empresa, a tal punto que inclusive podría estar reduciendo o eliminando la intervención de intermediario alguno.⁶⁹

⁶⁷ Esther Portillo, "Necesidad de Regulación Jurídica...", 11.

⁶⁸ Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal...", 16.

⁶⁹ Mayra Jeannette Calderón Orellana, et al, "Técnicas y Procedimientos de Auditoría para Obtener Evidencias Virtuales en Empresas que Realizan Comercio Electrónico en El Salvador" (Tesis para Licenciatura, Universidad de El Salvador, 2005), 45.

Facilita la investigación y comparación de mercados: la capacidad de la web para acumular, analizar y controlar grandes cantidades de datos especializados permite al momento de comprar, comparar el mismo producto en diferentes sitios y acelera el proceso de encontrar los artículos.⁷⁰

2.4.2 Ventajas para la empresa

A continuación, se menciona y detalla algunos de los beneficios que obtienen las empresas al implementar el comercio electrónico:

Beneficios Operacionales: permite reducir errores, tiempo y sobrecostos, mediante el uso empresarial de la Web, en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen sus costos al tener acceso a las bases de datos de oportunidades de ofertas; además se facilita la creación de nuevos segmentos de mercado y también el incremento en la generación de ventajas en las ventas, mayor facilidad para entrar en nuevos mercados, en especial los geográficamente remotos, y alcanzarlos rápidamente.⁷¹

Mejoras en la distribución: en algunos tipos de proveedores, la web, permite la posibilidad de participar en un mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero, por ejemplo, en la industria de software, en la que los productos pueden entregarse de inmediato, reduciendo de manera progresiva la necesidad de intermediarios.⁷²

⁷⁰ Antonio Cabrera, “El Comercio Electrónico como Estrategia...” 14.

⁷¹ Esther Portillo, “Necesidad de Regulación Jurídica...”, 13.

⁷² Gustavo Escalante, “Diseño de un Portal...”, 17.

Comunicaciones de mercadeo: en la actualidad gran cantidad de empresas utiliza la web para informar a los clientes sobre su empresa, productos o servicios, lo que da una ventaja a la empresa; esto facilita las relaciones comerciales, así como el soporte a clientes, ya que permanece disponible para los consumidores las veinticuatro horas del día.⁷³

Reducción de costos: al implementar el internet como medio de publicidad y promoción en comparación con los medios tradicionales, lo que permite tener publicidad gratuita, sobre todo si el consumidor conoce el sitio web.⁷⁴

2.4.3 Algunas desventajas de comercio electrónico

La tecnología permite tener beneficios al momento de realizar cualquier transacción, pero también se debe tener precauciones al momento de realizarlas, ya que se puede correr algún riesgo al no tener las suficientes medidas de seguridad en la página que se está realizando la transacción, lo que genera desconfianza al cliente, a continuación, se menciona algunos de los riesgos que el consumidor puede tener en el comercio electrónico:

Desconocimiento de la Empresa y/o consumidor: No conocer la empresa que vende o brinda un servicio es un riesgo en el comercio electrónico o al consumidor, ya que estos pueden estar en otro país o en el mismo, pero en muchos casos las empresas o personas-empresas que ofrecen sus productos o servicios por internet no están constituidas legalmente, y son personas que solo están probando suerte en internet.⁷⁵

⁷³ Antonio Cabrera, "El Comercio Electrónico como Estrategia..." 15.

⁷⁴ Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal...", 17.

⁷⁵ Jeannette Calderón, "Técnicas y Procedimientos de Auditoría..." 46.

Intangibilidad: El no poder tener un contacto físico con el producto crea un cierto grado de inseguridad, que, aunque esto no cree un hecho de compra, ayuda a realizar una compra que satisfaga de mejor manera.⁷⁶

Forma de pago: En la actualidad la evolución que ha tenido el comercio electrónico ha sido muy importante, ya que se ha desarrollado en muchos aspectos, pero todavía no se tiene una garantía en la transmisión de datos. Esto conlleva a que casi nadie quiera proporcionar sus datos de tarjeta de crédito por internet, pues no se sienten totalmente seguros.⁷⁷

Privacidad y seguridad: La mayoría de los usuarios no confía en el internet como canal de pago, actualmente, las compras se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, pero en ocasiones no es seguro introducirlo en internet, sobre todo sin conocimiento de cómo funciona. Cualquiera que transfiera datos de una tarjeta de crédito mediante internet, puede no estar seguro de la identidad del vendedor y viceversa. Se debe tener precaución con el manejo de la información crediticia en internet, ya que se puede llegar a ser víctima por personas que tengan propósitos maliciosos, que puede ser el vendedor, el proveedor o inclusive, puede ser un tercero.⁷⁸

2.5 Establecimiento permanente del comercio electrónico gestores de contenido- CMS (Plataformas virtuales)

⁷⁶ Gustavo Escalante, "Diseño de un Portal...", 18.

⁷⁷ Patricia Carolina Pineda Cuéllar, "Análisis Jurídico sobre la protección de los intereses colectivos y difusos de los consumidores, bajo el marco legal salvadoreño y su injerencia en el comercio internacional" (Tesis para Maestría, Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador, 2014), 61.

⁷⁸ Esther Portillo, "Necesidad de Regulación Jurídica...", 14.

CMS es el acrónimo de Content Management System⁷⁹, es decir, sistemas de gestión de contenidos. Es un framework o estructura sobre la que se asienta el desarrollo, diseño y contenido de un sitio web, mediante el uso de CMS's se facilita la creación y administración de sitios web, tales como páginas dinámicas, tiendas virtuales, sistemas de gestión documental, etc.

Mediante el uso de CMS, se simplifica la tarea de crear una página web, hasta el punto de que casi cualquier persona puede desarrollar un sitio web profesional sin tener grandes conocimientos de programación o diseño gráfico. Por ello, las páginas que suelen actualizarse de forma frecuente, como periódicos, portales de noticias o tiendas virtuales, utilizan normalmente este tipo de sistemas. Según sus funcionalidades, características o el soporte recibido por los desarrolladores, algunos CMS's se distribuyen previo pago a través del uso de licencias y muchos otros lo hacen de forma gratuita, constituyendo así una alternativa fácil y sencilla para usuarios corrientes.

Los CMS se componen de dos partes, una pública y una privada, siendo la primera: Es la que cualquier usuario ve al acceder a la URL o dirección de internet, donde se ha colgado la página, la página web como tal, y la segunda: A la parte reservada para la administración y edición del sitio, únicamente pueden acceder personas registradas mediante usuario y contraseña.

A través de la parte privada, el editor o administrador dispone de un panel de herramientas mediante el cual puede modificar su página web o tienda online

⁷⁹ M^a Carmen García-Minguillán Castillo, "E-commerce: proyecto de una tienda de moda" (Trabajo Fin de Grado, Grado en Ingeniería Informática, Universidad Politécnica de Valencia Curso 2016-2017), 51-55.

de la forma que mejor le parezca o considere adecuada. Gracias a esto, tan solo teniendo una conexión a internet y un navegador web, se puede realizar tantos cambios como se quiera en el sitio, de manera fácil y clara.

Dado que generalmente los CMS son usados por varios usuarios, se dispone normalmente de diferentes roles para cada uno de ellos, si así se desea. En muchos casos se encuentra que quién tiene permisos para modificar el sitio web es el administrador, y que los encargados de mantener el contenido o los textos actualizados suelen ser relegados con permisos de editor. Los sistemas de gestión de contenidos suelen basarse en tres capas:⁸⁰

Capa de datos: las bases de datos contienen toda la información de la página web. Normalmente se usan bases de datos MySQL, que guardan información sobre usuarios, configuraciones, menús del sitio, etc. En definitiva, aquí se almacena el contenido de la página.

Capa de aplicación: esta capa, trabajan los ficheros internos de la aplicación. Generalmente los CMS se suelen basar en lenguaje PHP, por lo que, en este nivel, el trabajo principal que se realiza es el del intercambio de datos desde el cliente hasta el servidor y viceversa. Aquí, cuando el usuario solicita que se muestre un contenido, el CMS lo busca en la base de datos del servidor donde se aloja la página web y lo envía al navegador del visitante.

Capa de presentación: contiene la maquetación del sitio web, así como el código estático de la página. Sobre esta maquetación se mostrarán los datos obtenidos de la capa de aplicación. Las tecnologías usadas en esta capa son

⁸⁰ Ibíd.

normalmente HTML y hojas de estilo CSS. Se suele complementar con Javascript para dotar de interactividad a las páginas.

2.6 El contrato electrónico

Se debe tener en cuenta que contrato simple es: “el acuerdo de voluntades de dos o más personas, que tiene por objeto crear obligaciones⁸¹”. El contrato electrónico se puede definir como: el acto jurídico bilateral que tiene por objeto crear obligaciones, y en la cual, la manifestación de voluntad de las partes se realiza mediante la utilización de medios electrónicos o al menos se requiere que la aceptación se realice usando estos medios⁸².

Es decir, el contrato electrónico se realiza entre partes ausentes y es así por la percepción lógica de la naturaleza en la cual aunque exista una comunicación inmediata con capacidad de transmitir la voz o una imagen, no resulta necesaria la presencia física de los sujetos, en las cuales deben prevalecer las reglas establecidas para los contratos realizados a distancia.

Una compraventa u otro tipo de contrato que sea posible de realizarse por medios electrónicos, en esencia es el mismo al realizado por otros medios; en ese caso el consentimiento es el mismo y sólo cambia el medio en que se realiza, surgiendo de esta forma la oferta y la aceptación electrónica, cabe aclarar que el comercio electrónico no es aplicable para las compraventas o cualquier otro tipo de contrato que son solemnes y que tengan como requisito celebrarse por medio de escritura pública.

⁸¹ Arturo Alessandri Rodríguez, “Curso de Derecho Civil Fuentes de las Obligaciones. Redactado” por Antonio, Vodanovic H., Tomo IV; (Editorial Nascimento; Chile; 1976), 9.

⁸² Sandra Guadalupe De Paz Portillo, Luisa Tatiana Salgado Quintanilla, y Jaira Lisbeth Tutilla Argueta, “Operaciones de Comercio Electrónico y su Incidencia Tributaria” (Trabajo de Investigación para optar al grado de Licenciado en Contaduría Pública, Universidad de El Salvador, 2010), 9-17.

2.6.1 La formación del consentimiento en los contratos electrónicos

Consentimiento es “el acuerdo de voluntades de dos o más personas con un objeto lícito. El consentimiento debe reunir algunos requisitos como que la voluntad sea seria, es decir, emitida con el propósito de crear un vínculo jurídico. Que se exteriorice, que se dé a conocer externamente”⁸³

2.6.2 La Oferta Electrónica

Oferta de forma general “es una declaración unilateral de voluntad, de carácter receptivo, que debe ser completa, contener una intención de obligarse y estar dirigida a una persona determinada”⁸⁴. Se debe tomar en cuenta que no toda declaración de voluntad implica una oferta.

La oferta electrónica es aquella declaración unilateral de voluntad que una persona realiza a través de medios electrónicos, invitando a otra persona a la celebración de un contrato y que quedara perfecta con el asentimiento de ésta. En lo referente a la oferta no hay mayor inconveniente en establecer porque medio se realiza, siempre y cuando sea permitido por la ley, es decir, que en el caso de los contratos electrónicos no importa si la oferta se realiza a través de medios electrónicos o no, pero tratándose de la declaración contractual que debe darse en primer lugar para formar el consentimiento.

⁸³ Arturo Alessandri Rodríguez, “Curso de Derecho Civil Fuentes”, 76.

⁸⁴ Juana Del Milagro Castillo Santos, Luisa Jerardina Minero Moscote y Reyna Patricia Retana Cisneros, “Problemática de la seguridad en la realización de las operaciones mercantiles ejecutadas en forma electrónica en El Salvador” (Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad de El Salvador, El Salvador, 2013), 97 citando a LORENZETTI, Ricardo L, Comercio Electrónico: Documento, Firma Digital, Contratos, Daños, Defensa Del Consumidor, Editorial Abeledo Perrot Buenos Aires, Argentina. Año 2001. 185.

La oferta debe cumplir con ciertos requisitos: **Debe ser completa.** Esto denota que en ella ha de contener todos los elementos del contrato propuesto, para que con la simple aceptación de destinatario se perfeccione el contrato⁸⁵. **Debe haber intencionalidad.** La declaración de voluntad deberá implicar una intención seria de parte del ofertante para cumplir con lo ofrecido inicialmente⁸⁶. **Debe ser conocida por el destinatario.** Implica el conocimiento del destinatario de la oferta hecha por el ofertante.

Las ofertas electrónicas en cuanto a su forma de realización pueden ser en forma escrita o verbal, siendo la regla general la oferta hecha en forma escrita. Cuando la oferta electrónica se plasma en forma escrita esta comprende un texto alfanumérico o gráfico en lenguaje de bits. La oferta y la aceptación electrónica escrita están en directa relación con el problema del documento electrónico en cuanto a su admisión como documento escrito, pero de lo cual se desarrollará en un apartado especial.

La oferta electrónica puede ser realizada

Vía E-mail o correo electrónico, estas se envían a ordenadores determinados por medios de cuentas de correo electrónico. Aunque la mayoría de las ocasiones constituyen invitaciones a ofertar⁸⁷.

En línea (on line), en redes de comunicaciones como Internet. Estas se encuentran en forma permanente en las redes y a las cuales se puede acceder al visitar sitios en la Web⁸⁸.

⁸⁵ Mario Rolando López Morán, "Análisis jurídico sobre la contratación electrónica y sus alternativas para su aplicación en Guatemala" (Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, 2009), 9.

⁸⁶ *Ibíd.*

⁸⁷ Juana Del Milagro Castillo Santos, Et Al, "Problemática de la seguridad ", 100.

2.6.3 La aceptación electrónica

La aceptación electrónica comprende la declaración personal de voluntad realizada a través de medios electrónicos dirigida al ofertante en la cual aprueba los términos de la oferta antes recibida⁸⁹.

Los requisitos necesarios para que se forme el consentimiento en cuanto a la aceptación son⁹⁰: i. Debe darse mientras la oferta este vigente. ii. Oportuna: Para que la aceptación sea oportuna debe ser realizada dentro del plazo propuesto por el ofertante o el determinado por un juez. iii. Tiene que ser pura y simple. Refiriéndose a que la respuesta del destinatario ha de estar limitada a la aceptación o negación de la oferta. Ya que las modificaciones a la propuesta la convierten en una contra oferta.

En la retractación el ofertante puede dejar sin efecto la propuesta emitida, mientras no haya sido aceptada por el destinatario. En las ofertas electrónicas realizadas por correo electrónico es fácilmente que se dé la retractación, pero en las ofertas permanentes que se dan en línea resulta muy difícil por el hecho que el cliente compra en el mismo momento que accede a la página respectiva (ya que la aceptación se envía a través de formularios a los cuales se accede a través de hipertextos).

En la contratación electrónica tanto la oferta como la aceptación pueden ser realizados por medios electrónicos. Sin embargo, aunque la oferta se realice por medios tradicionales, basta que la aceptación se realice por medios electrónicos para que se considere el contrato como electrónico.

⁸⁸ *Ibíd.*

⁸⁹ Mario Rolando López Morán, "Análisis jurídico sobre la contratación", 11.

⁹⁰ *Ibíd.*, 12.

2.6.4 Perfeccionamiento de los contratos electrónicos

Los contratos electrónicos pueden ser entre partes ausentes en tiempo real, lo que trae un distanciamiento de las teorías referentes a los momentos por los que pasan las declaraciones de voluntad del ofertante y del aceptante, este se complica aún más cuando se analiza la capacidad de realización de transacciones transfronterizas. De lo que se ha expresado se sintetiza que el problema a solventar yace en la determinación del tiempo y lugar para establecer el momento del perfeccionamiento del contrato electrónico⁹¹.

2.6.4.1 Tiempo del perfeccionamiento de los contratos

Con respecto al momento en que se perfecciona el contrato electrónico en diversos países le han dado relevancia a la figura del acuse de recibo, así en la aplicación de la contratación electrónicas dispone que opera la presunción de aceptación, de la realizada por medios electrónicos cuando el aceptante reciba acuse de recibo de su aceptación por parte del ofertante, facilitando con esto el medio de prueba de declaración de voluntad de aceptación hecha por el aceptante, entiéndase el consumidor⁹².

La Propuesta de Directiva de la Unión Europea por medio de la Comisión Europea de fecha dieciocho de noviembre de mil novecientos noventa y ocho, comprende como punto importante el momento de la celebración del contrato electrónico, en el cual dice: “cuando el consentimiento del cliente

⁹¹ José Horacio Amaya Cornejo y Sandra Lisette Saravia Alfaro, “La seguridad jurídica de los contratos en el comercio electrónico de El Salvador” (Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad de El Salvador, El Salvador, 2009), 29.

⁹² Mario Rolando López Morán, “Análisis jurídico sobre la contratación”, 14.

respecto a la aceptación de la oferta del proveedor se manifiesta a través de un clic en un icono, se aplicaran los siguientes principios⁹³:

a. El contrato electrónico se perfecciona en el momento en que el consumidor recibe del proveedor, por medios electrónicos, un acuse de recibo de la aceptación del cliente y confirma la recepción de dicho acuse de recibo; b. El acuse de recibo se considera recibido y la confirmación se considera dada cuando las partes a las que se ha destinado estaban en disposición de acceder a los mismos; c. El acuse de recibo y la confirmación deben ser enviados lo antes posible al consumidor; y d. El número de registro a efectos fiscales, en el caso de actividades sujetas a IVA.”

Con lo anterior se puede entender que el momento de la perfección de un contrato electrónico es cuando el destinatario, o consumidor, obtiene el acuse de recibo, del proveedor, de la aceptación que este ha enviado⁹⁴.

2.6.4.2 Lugar de celebración del contrato

En el comercio tradicional el ámbito geográfico del contrato suele ser mucho más limitado. La gran mayoría de ellos tienen carácter local, nacional o regional. En el comercio electrónico se encuentra que los clientes proceden de todos los puntos del planeta y se presenta la dificultad a la hora de aplicar una jurisdicción u otra en un contrato. Al respecto, el lugar de celebración del contrato se entiende que es donde se hizo la oferta, o en defecto, si las partes pactan al respecto será el lugar donde estas se sometan⁹⁵.

⁹³ José Horacio Amaya Cornejo y Sandra Lisette Saravia Alfaro, “La seguridad jurídica de los contratos”, 72-73.

⁹⁴ *Ibíd.*

⁹⁵ *Ibíd.*, 72.

2.7 Medios de pago por Internet

Pago con tarjeta: Las tarjetas de crédito y débito son el medio más popular entre los usuarios, ya que para el comprador es un medio muy cómodo y para el vendedor suponen un cobro rápido a cambio de una comisión que descuenta el banco. Estas tarjetas están destinadas a aumentar la confianza en las compras por Internet, sin embargo plantean serios problemas, ya que necesita de mecanismos de seguridad por parte del comercio, pero al no contar con la firma del comprobante de la tarjeta de crédito puede dar lugar a fraudes con terceras personas⁹⁶.

Pago contra reembolso: Es el único medio de pago del comercio electrónico que implica el uso de dinero en efectivo. El consumidor paga cuando reciba el pedido en el momento de entrega pactado. Sin embargo, dado que el pago no está garantizado, requiere de un mayor seguimiento por parte de la tienda, o proveedor, pues, si el consumidor rechaza el producto en el último momento, pueden producirse envíos improductivos y los gastos de envío repercuten solamente en la tienda, o proveedores⁹⁷.

Transferencia bancaria: esta forma de pago consiste en ingresar en la cuenta bancaria del vendedor, o proveedor, el importe destinado a la compra. Permite una mayor confidencialidad de los datos, pero a diferencia del pago

⁹⁶ Yuliana Nathaly Galeano Urias, Kimberly Mariel García Salinas y Karen Desireé Menjivar Eguizábal, "Ventajas y desventajas de las diferentes formas de pago en línea utilizadas cuando se realiza Comercio Electrónico." (Tesis para optar al grado de licenciado, Universidad de Matías Delgado, El Salvador, 2013), 24.

⁹⁷ Fernandinho Domingos Sanca, "Comercio electrónico y pago mediante tarjeta de crédito en el ordenamiento jurídico español: una propuesta para su implementación en el ordenamiento jurídico de Guinea-Bissau" (Tesis para optar al grado de doctor, Universidad Carlos III de Madrid, España, 2013), 71-72.

con tarjeta, existe el riesgo que el pago se realiza por adelantado no se podrá cancelar si no está conforme con la compra recibida⁹⁸.

Pago mediante intermediarios: Una de las principales ventajas de este medio es que no se facilitan los datos bancarios a un vendedor desconocido, lo que aumentaba la desconfianza de los usuarios. En este caso, en lugar de facilitar los datos al proveedor, se facilitan a un tercero de confianza que actúa como intermediario financiero y se encarga de efectuar el pago al vendedor, quien no podrá conocer los datos reales de la tarjeta o cuenta corriente del comprador. Esta es la variante que más está creciendo en la actualidad, gracias a plataformas como Paypal⁹⁹.

Como consumidor se debe seleccionar el método que resulte más cómodo y seguro en base a las preferencias y a la frecuencia de las compras online. Por otro lado, si se gestiona una tienda electrónica, hay que tener en cuenta que no se puede ofrecer todas las formas de pagos, pero los proveedores en la medida de lo posible deberán dar la posibilidad a los consumidores de optar entre varias opciones de pagos.

2.8 La firma electrónica

En el comercio electrónico, la firma manuscrita puede ser reemplazada utilizando la firma electrónica. Una firma electrónica sirve a las partes para autenticar todos y cada uno de los mensajes que se intercambian en el negocio electrónico y esta ofrece seguridad, pues se basa en un sistema de criptografía, cuyo objetivo básico es encontrar sistemas que permitan llevar determinada información considerada secreta, desde un lugar de origen a

⁹⁸ *Ibíd.*, 70.

⁹⁹ Yuliana Nathaly Galeano Urias, "Ventajas y desventajas de las diferentes", 29.

otro destino, de forma tan segura que, si el mensaje es interceptado, el atacante no puede reconocer el mensaje¹⁰⁰.

La criptografía debe de ser abordada junto al tema de firma electrónica para poder comprender todo lo referente a esta. Puede decirse que la firma electrónica apareció en 1976, con la llegada de la criptografía de clave pública o asimétrica, sin embargo, es hasta hace pocos años, que el gobierno y empresas empezaron a usar tecnologías de la firma electrónica para proteger documentos confidenciales en la red de redes¹⁰¹.

Para septiembre de 1998, el presidente de los Estados Unidos de América, Bill Clinton y el Primer Ministro Irlandés, Bertie Ahern, firmaron electrónicamente un tratado de comercio electrónico intergubernamental. Este es registrado como el primer documento de este tipo a nivel mundial que utiliza la tecnología de la firma electrónica¹⁰².

¿Qué es a firma electrónica?

La firma electrónica está formada por una serie de caracteres de lo más variado –letras, números, signos, etc.-elaborados con un programa informático, los cuales, al asociarse a otros datos, también de tipo electrónico permite entre otras cosas, identificar al firmante de los mismos.

“La firma electrónica es una cadena de caracteres, generado mediante un algoritmo matemático que se obtiene utilizando como variables la clave

¹⁰⁰ Sarbelio Enrique López Flores, “La firma electrónica, tecnología del siglo XXI en la legislación salvadoreña”, (Tesis para optar al grado de Licenciado, Universidad de El Salvador, El Salvador, 2007), 3.

¹⁰¹ Juana Del Milagro Castillo Santos, Et Al, “Problemática de la seguridad “, 147-148.

¹⁰² Sarbelio Enrique López Flores, “La firma electrónica, tecnología”, 4.

privada y la huella digital del texto a firmar, de forma que permite asegurar la identidad del firmante y la integridad del mensaje”¹⁰³

“La firma electrónica puede ser definida como una secuencia de datos que se obtienen mediante la aplicación a un mensaje determinado de un algoritmo de cifrado asimétrico o de clave pública, y que equivale funcionalmente a la firma autógrafa en orden a la identificación del autor del que procede el mensaje, garantizando autenticidad del emisor.”¹⁰⁴

La firma electrónica es un conjunto de caracteres que se añaden al mensaje que se envía a través de internet, con el objeto de proteger la integridad de los datos que se transmiten, evitando que sean interceptados y falsificados. A través de esta codificación, el receptor del mensaje puede comprobar no solo el origen de los datos que se han remitido, sino su integridad, confidencialidad y la identidad de la persona que los envió¹⁰⁵

En ocasiones las personas escanean la firma autógrafa para poder incorporarla de forma rápida en los documentos de microsoft word y documentos pdf. Muchas personas consideran que dicha imagen es una firma electrónica por el hecho de estar en un archivo digital, sin embargo, una imagen escaneada de la firma autógrafa no es una firma electrónica, sino una firma digitalizada.

La firma electrónica es un concepto jurídico que equipara legalmente a mecanismos de seguridad informática con la firma autógrafa, estos son

¹⁰³ Yansy Stephany Batres Recinos, Et Al, “Documento Electrónico como medio de prueba en el código procesal Civil y Mercantil”,(Tesis para optar al grado de Licenciado, Universidad de El Salvador, El Salvador, 2015), 80.

¹⁰⁴ Juana Del Milagro Castillo Santos, Et Al, “Problemática de la seguridad “, 135-136.

¹⁰⁵ Sarbelio Enrique López Flores, “La firma electrónica, tecnología”, 17.

utilizados para establecer comunicación y realizar transacciones entre sistemas informáticos y servidores.

2.8.2 Funcionamiento de la firma electrónica

En El Salvador, es el Ministerio de Economía a través de la Unidad de Firma Electrónica la autoridad encargada de acreditar a las organizaciones que desean prestar los servicios en este rubro, que son los proveedores de servicio de certificación y los proveedores de servicio de almacenamiento de documentos electrónicos, por lo que se debe entender tales como:

Siendo el primero, proveedores de Certificación: es una persona física o jurídica encargada de expedir certificados y prestar servicios en relación a las firmas electrónicas¹⁰⁶; y el segundo, proveedor de servicio de almacenamiento de documentos electrónicos: una persona física o jurídica encargada de brindar un servicio para respaldar documentos electrónicos¹⁰⁷.

La firma electrónica utiliza mecanismos de seguridad informática uno de estos mecanismos son los certificados electrónicos, el certificado electrónico como un “documento proporcionado por un proveedor de servicios de certificación que otorga certeza a la firma electrónica certificada, garantizando la asociación de la persona con dicha firma”¹⁰⁸

Firma electrónica simple se puede entender como los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos o lógicamente asociados al mismo que pueden ser utilizados para identificar al emisor, es decir el

¹⁰⁶ Juana Del Milagro Castillo Santos, Et Al, “Problemática de la seguridad “, 143

¹⁰⁷ *Ibíd.*, 146..

¹⁰⁸ *Ibíd.*, 145-146.

firmante en relación con el mensaje de datos, e indicar que el firmante apruebe la información recogida en el mensaje de datos.

Firma electrónica certificada son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos o lógicamente asociados al mismo, que permiten la identificación del signatario y que los datos de creación de la firma se encuentran en exclusivo control del signatario, lo que permite que sea detectable cualquier modificación ulterior al contenido de mensajes de datos.

2.9 Documentos electrónicos

Los documentos surgieron como respuesta a la necesidad de la sociedad de respaldar sus actividades económicas, ya que estos documentos comprueban la veracidad de los hechos y especialmente constituyen prueba fidedigna de algún tipo de contrato. El doctrinante Devis Echandía, considera que documento es: “toda cosa que sirve de prueba histórica indirecta y representativa de un hecho cualquiera”¹⁰⁹.

Por el tratadista Carnelutti se considera que “el documento no es sólo una cosa, sino una cosa representativa, o sea capaz de representar un hecho”, En este sentido se comenzó a utilizar la informática para gestionar los documentos, luego de un tiempo se empezó a crecer el número de documentos creados directamente en los ordenadores y que se almacenaban en el mismo formato electrónico en el que habían sido originados, dando lugar a documentos electrónicos.

¹⁰⁹ *Ibíd.*, 43

Algunos científicos que hicieron un aporte de gran manera al desarrollo de internet fueron, Lawrence Roberts y Thomas Merrill quienes en el años de 1965 habían conectado, por primera vez dos ordenadores mediante una línea telefónica de baja velocidad, con este experimento se pudo comprobar que era factible el intercambio de información entre dos ordenadores, pero que también se logró concluir que la conmutación de circuitos que entonces se utilizaba en la red telefónica era muy inadecuada.

Es importante recalcar que la historia y la creación del internet tiene íntima relación con el tema de los documentos electrónicos, el internet con el comercio fueron avanzando conjuntamente debido a los avances tecnológicos, creándose después el comercio electrónico y para esto era necesario el Documento Electrónico el cual consiste en un documento cuyo soporte material es algún tipo de dispositivo electrónico o magnético, y en el que el contenido está codificado mediante algún tipo de código digital, que puede ser leído, interpretado, o reproducido, mediante el auxilio de detectores desmagnetización, por ejemplo un correo electrónico, un comprobante emitido por un cajero automático, etc¹¹⁰.

2.9.1 Conceptos sobre documentos electrónicos

Para Téllez Valdéz el documento electrónico es “toda representación electrónica que da testimonio de un hecho, una imagen o una idea, que requiere soporte material”, y como “aquel instrumento que contiene un mensaje escrito, destinado a durar en el tiempo, en lenguaje convencional (bits), sobre soporte que podría ser cinta, disco”¹¹¹

¹¹⁰ Yansy Stephany Batres Recinos, Et Al, “Documento Electrónico como medio de prueba”,

11

¹¹¹ *Ibid.*, 30-31

Para el autor Valentín Carrascosa hace una distinción en sentido amplio y sentido estricto de los Documentos Electrónicos, en sentido estricto que se caracteriza por el hecho de no poder ser leído por el hombre sin la utilización de las adecuadas maquinas que hagan perceptibles y comprensibles las señales digitales de que están formados.

En sentido amplio, que son aquellos que pueden ser leídos por el ser humano de una forma directa, sin necesidad de utilizar una maquina traductora, pudiendo tener diversos modos de formación.

En conclusión, el comercio electrónico son las transacciones comerciales con la utilización de medios tecnológicos, tipo de comercio que ofrece muchas ventajas tanto a los proveedores como a los comerciantes, pero se requiere de control por parte del Estado, para minimizar riesgos, dado que, al facilitar información personal y bancaria, los usuarios podrían verse expuestos sin medidas de seguridad, para ellos, la firma electrónica es una pieza clave.

CAPITULO III

LEGISLACIÓN COMPARADA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el presente capítulo se expondrá de manera sistemática la legislación del comercio electrónico, la firma electrónica, y el ente sancionador, así como las vías que con las que dispone un consumidor a quien se le han violentado sus derechos para hacerlos valer en caso de incumplimiento respecto a obligaciones legales y/o contractuales en el comercio electrónico, de las legislaciones de los países de Costa Rica, Chile, Colombia y España.

3.1 Costa Rica

Costa Rica es una República democrática, libre e independiente¹¹², su gobierno es popular, representativo, alternativo y responsable, lo ejercen tres poderes distintos e independientes entre sí: Legislativo, Ejecutivo y Judicial¹¹³. Su poder judicial está formado por la Corte Suprema de Justicia dividida en tres salas, tribunales de casación, tribunales colegiados, juzgados de primera instancia y penales, juzgados y tribunales de menor cuantía, contravencionales y de asuntos sumarios¹¹⁴, en orden jerárquico.

Comercio electrónico

El comercio electrónico “no sólo incluye la compra y venta electrónica de bienes y servicios, que es el concepto común que se tiene, sino que también

¹¹² Constitución Política de Costa Rica (Costa Rica, Asamblea Nacional Constituyente de Costa Rica, 1949), artículo 1.

¹¹³ *Ibíd.*, artículo 9.

¹¹⁴ Ley Orgánica del Poder Judicial (Costa Rica, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 1993), artículo 3.

incorpora el uso de las redes para actividades anteriores o posteriores a la venta, como son: la publicidad, la búsqueda de información, el aseguramiento de las posibles transacciones, el tratamiento de clientes proveedores, incluso inversores, trámites ante autoridades de control y fiscalización, la negociación de condiciones de compra, suministro, etc., la prestación de mantenimiento y servicios posventa y la colaboración entre personas”¹¹⁵, esta sería una definición doctrinaria costarricense.

En Costa Rica el marco normativo referente al comercio electrónico no cuenta con una ley vigente, pero pese a no contar dicha ley este aspecto se regula por medio de un decreto publicado en el Alcance Digital 256 a la Gaceta 201 del 25 de octubre de 2017, dicho decreto es el Decreto Ejecutivo 40703-MEIC denominado "Reforma al Decreto Ejecutivo 37899-MEIC del 08 de julio de 2013, Reglamento a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor, Ley 7472"¹¹⁶. Con dicho Decreto se adiciona un nuevo capítulo al reglamento antes mencionado, mediante el cual se introduce la protección al consumidor dentro del ámbito del comercio electrónico a nivel reglamentario.

Firma electrónica

Desde la perspectiva jurídica costarricense, la firma electrónica se define como “cualquier conjunto de datos adjuntos o lógicamente asociados a un documento electrónico, que permita verificar su integridad, así como identificar en forma inequívoca y vincular jurídicamente al autor con el

¹¹⁵ Oswald Bruce Esquivel, Comercio electrónico y derechos del consumidor. Revista de Ciencias Jurídicas. No. 99. Setiembre-Diciembre 2002. Costa Rica: Colegio de Abogados – Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica. 153-169 - Carlos de Paladella, 160.

¹¹⁶ <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/gaceta/2017/octubre/40703.pdf>

documento electrónico”¹¹⁷. La importancia de la firma electrónica es otorgar validez y eficacia jurídica a la mayoría de transacciones mercantiles en la red, y tiene por objetivo proporcionar seguridad jurídica y reconocimiento legal a los documentos electrónicos.

Documento electrónico

Costa Rica define legalmente un documento electrónico como cualquier manifestación con carácter representativo o declarativo, expresada o transmitida por medio electrónico o informático, según el Art. 3 de la Ley de Certificaciones¹¹⁸. Los documentos electrónicos se conforman por tres partes, siendo estas: (i) la declaración: que es la manifestación la voluntad; (ii) el soporte: que es el medio, físico o digital, sobre el cual se expresa la declaración; y, (iii) la grafía: que es la forma por la cual se exterioriza el pensamiento y de representar un hecho, mediante el cual es posible trasladar los signos al soporte y al lenguaje.

Certificadores

Los certificadores son las personas jurídicas públicas o privadas, nacionales o extranjeras que emiten certificados digitales¹¹⁹ previa y debidamente autorizados por la Dirección de Certificadores de Firma Digital, perteneciente al Ministerio de Ciencia y Tecnología de Costa Rica, así es como lo establece la Ley de certificados, firmas digitales y documentos electrónicos¹²⁰.

¹¹⁷ Ley de certificados, firmas digitales y documentos electrónicos (Costa Rica, Asamblea Legislativa, 2005), artículo 8.

¹¹⁸ Ibid., artículo 3.

¹¹⁹ Ibid., artículo 18.

¹²⁰ Ibid., artículo 24, lit. a.

Ente sancionador

En Costa Rica el ente encargado de procurar por los derechos de los consumidores es la Comisión para Promover la Competencia, que se abrevia coprocom, que es un órgano de desconcentración máxima adscrito al Ministerio de Economía, Industria y Comercio, dicha comisión cuenta con independencia técnica, administrativa, presupuestaria y funcional¹²¹. La base legal que le da esta competencia y sus potestades son los Arts. 2 y 3 de la Ley de Fortalecimiento de las Autoridades de Competencia de Costa Rica¹²².

Su propósito fundamental es cumplir los preceptos de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y de la Ley de Fortalecimiento de las Autoridades de Competencia de Costa Rica, mediante la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, investigando y sancionando las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento del mercado, entre ellas las referentes al comercio electrónico. El proceso a seguir se regula en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley N° 7472, en la sección segunda, a partir del art. 32 y siguientes.

De esta legislación se puede decir que el comercio electrónico en Costa Rica tiene la desventaja de no contar con una ley especial, y se limita a regularlo a nivel reglamento, lo que podría ser perjudicial pues si alguna ley contradice, lo establecido por dicho reglamento, prevalecería la ley dejando sin validez al reglamento, por cuestiones de jerarquía; referente a los certificadores, cabe resaltar que permite ejercer como tal a las personas jurídicas ya sean

¹²¹ https://www.coprocom.go.cr/acerca_coprocom/quienes%20somos.html

¹²² Ley de fortalecimiento de las autoridades de competencia de Costa Rica (Costa Rica, Asamblea Legislativa, 2019), artículo 8.

públicas o privadas, lo que evita una monopolización de dicha actividad, y brinda una diversidad de opciones a quien desee adquirir la firma digital.

3.2 Chile

Chile es un Estado republicano, democrático, representativo y presidencialista, que tiene una división de poderes, siendo estos Poder Ejecutivo, en específico el Gobierno y la Administración Pública, Poder Legislativo, teniendo facultades legislativas tanto el presidente de la República, en calidad de colegislador, pero como tal, es el Congreso Nacional y Poder Judicial, que se desarrollará en breve, además tiene un Tribunal Constitucional, que es autónomo e independiente.

La rama judicial de Chile está conformada por una estructura jerárquica, encabezada por la Corte Suprema de Justicia, Corte de Apelaciones, y los Juzgados o Tribunales de Primera Instancia. La Corte Suprema de Justicia es el máximo Tribunal en Chile; dentro de sus labores está sus funciones administrativas, disciplinarias y económicas, de todos los Tribunales de la nación, a excepción del Tribunal Constitucional, El Tribunal Calificador de Elecciones y Tribunales Regionales Electorales, al ser entes con autonomía.

La base del poder judicial se encuentra en los Tribunales de Primera Instancia, que están bajo la supervisión de las Cortes de Apelaciones, éstas se clasifican en: Tribunales de Juicio Oral en lo Penal, Juzgados de Garantía, de Familia, de Cobranza Laboral y Previsional, de Letras del Trabajo, Civiles y de Letras y Competencia Común¹²³.

¹²³ Constitución Política de La República de Chile (Chile, Congreso Nacional, 2005), artículos 76-82.

Comercio electrónico

La legislación chilena define el comercio electrónico como “toda actividad que tenga como finalidad incentivar, promover o acordar la contratación de productos y/o servicios, entre un proveedor electrónico y un consumidor, en la que la oferta por parte del proveedor electrónico y/o la aceptación por parte del consumidor se realizan a través de un medio electrónico.”¹²⁴, según el Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico de Chile.

Doctrinariamente el comercio electrónico se puede entender como “los actos, contratos u operaciones comerciales realizadas por medios electrónicos, incluyéndose también negociaciones previas a la celebración de dichos actos, contratos u operaciones y las actividades posteriores relacionadas con los mismos, tales como transferencias y pagos electrónicos.”¹²⁵.

Que es la oferta, la aceptación y el perfeccionamiento.

La oferta

En la declaración de voluntad que contiene todos los elementos necesarios para que el contrato a la que se refiere pueda formarse por la mera aceptación de la otra parte. Dada la contestación, si en ella se aprobare pura y simplemente la propuesta, el contrato queda en el acto perfeccionado y produce todos sus efectos legales, a no ser que antes de darse la respuesta ocurra la retractación, muerte o incapacidad legal del proponente¹²⁶.

¹²⁴ Código de buenas prácticas para el comercio electrónico (Chile, Cámara de comercio de Santiago), artículo 1, núm. 2.

¹²⁵ Antonio Lorenzana, “Economía y Política del Mundo Contemporáneo”, Historia sin Fronteras. (Ed. Nauta SA., Barcelona, 1992), 8.

¹²⁶ Código de Comercio (Chile, Congreso Nacional, 1865), artículo 101.

Las ofertas indeterminadas contenidas en circulares, catálogos, prospectos, o en cualquiera otra especie de anuncios impresos, no son obligatorias para el que las hace. Dirigidos los anuncios a personas determinadas, llevan siempre la condición implícita de que al tiempo de la demanda no hayan sido enajenados los efectos ofrecidos, de que no hayan sufrido alteración en su precio, y de que existan en el domicilio del ofertante ¹²⁷.

La aceptación

La aceptación condicional es considerada como una propuesta ¹²⁸. La aceptación tácita produce los mismos efectos y está sujeta a las mismas reglas que la expresa, Chile regula la aceptación de los contratos en su Código Civil, en el Art. 1437 ¹²⁹ y establece que se tratará como la aceptación de una herencia o legado, que la define en su Art. 1241 en relación con el Art. 1242 de la misma ley, y dice que la aceptación puede ser expresa o tácita, es expresa cuando se toma el título de heredero, y se entiende que toma dicho título cuando lo hace en escritura pública o privada, obligándose como tal o en un acto de tramitación judicial ¹³⁰.

El perfeccionamiento

El consentimiento no se entenderá formado si el consumidor no ha tenido previamente: 1) un acceso claro, comprensible e inequívoco de las condiciones generales del contrato y 2) la posibilidad de almacenarlos o

¹²⁷ *Ibíd.*, artículo 105.

¹²⁸ *Ibíd.*, artículos 102-103.

¹²⁹ Código Civil (Chile, Congreso Nacional, 1855), artículo 1437.

¹³⁰ *Ibíd.*, artículo 1241-1242

imprimirlos.¹³¹ La sola visita del sitio de internet en el cual se ofrece el acceso a determinados servicios, no impone al consumidor obligación alguna, a menos que haya aceptado en forma inequívoca las condiciones ofrecidas por el proveedor.

Una vez perfeccionado el contrato, el proveedor está obligado a enviar confirmación escrita, por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación que garantice el debido y oportuno conocimiento del consumidor, el que se le indicará previamente. Esta confirmación deberá contener una copia íntegra, clara y legible del contrato, a tal acto se le conoce como acuse de recibido.

Firma electrónica

Chile establece en su legislación una definición de firma electrónica, siendo esta, la siguiente: “cualquier sonido, símbolo o proceso electrónico, que permite al receptor de un documento electrónico identificar al menos formalmente a su autor”¹³², y hace una definición de firma electrónica avanzada, siendo: “aquella certificada por un prestador acreditado, que ha sido creada usando medios que el titular mantiene bajo su exclusivo control, de manera que se vincule únicamente al mismo y a los datos a los que se refiere, permitiendo la detección posterior de cualquier modificación, verificando la identidad del titular e impidiendo que desconozca la integridad del documento y su autoría”¹³³.

¹³¹ Alessandri abogados 1893. “Comercio electrónico en Chile”, (Santiago, Chile, fecha de publicación: 28 de agosto de 2015), <https://alessandri.legal/CSC/pdf/Comercio%20Electronico.pdf>

¹³² Ley N° 19,799, sobre documentos electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma (Chile, Congreso Nacional, 2002). artículo 2, lit f.

¹³³ Ibid., artículo 2, lit. g.

La firma electrónica es un concepto jurídico, que equivale a una firma manuscrita donde una persona acepta el contenido de un mensaje electrónico a través de cualquier medio electrónico; puede tener diferentes técnicas para firmar un documento, puede ser un código secreto de ingreso, es decir una combinación de números y letras que solo son conocidas por el dueño del documento, así como puede ser un nombre personal de identificación, PIN. Debe ser conocida solamente por las partes para evitar que un tercero ajeno a la operación pueda descifrar el mensaje transmitido, brindando confidencialidad y seguridad.

Documento electrónico

La legislación chilena, ofrece una definición legal de documento electrónico, y los define como: “toda representación de un hecho, imagen o idea que sea creada, enviada, comunicada o recibida por medios electrónicos y almacenada de un modo idóneo para permitir su uso posterior”¹³⁴. De lo anterior se puede entender que incluye, no sólo lo expuesto en lo relativo al correo electrónico, sino que, además, a lo referido a los “attachments” o documentos adjuntos al correo electrónico, ya que, por su concepto, ambos se pueden incorporar en la definición expuesta, sin necesidad de hacer distinciones expresas a su respecto, sólo para efectos de una distinción formal, más no en lo relativo a sus efectos propios.

Certificado de firma electrónica

En Chile un certificado de firma electrónica: es la certificación electrónica que da fe del vínculo entre el firmante o titular del certificado y los datos de

¹³⁴ Ibid., artículo 2 lit d.

creación de la firma electrónica. Certificador o Prestador de Servicios de Certificación: es la entidad prestadora de servicios de certificación de firmas electrónicas¹³⁵.

Sobre el funcionamiento del servicio de certificación

Los prestadores de servicios de certificación serán responsables de los daños y perjuicios que en el ejercicio de su actividad ocasionen por la certificación u homologación de certificados de firmas electrónicas. En todo caso, corresponderá al prestador de servicios demostrar que actuó con la debida diligencia. No obstante, los prestadores no serán responsables de los daños que tengan su origen en el uso indebido o fraudulento de un certificado de firma electrónica¹³⁶.

Los prestadores acreditados de servicios de certificación de firma electrónica deberán contratar y mantener un seguro, que cubra su eventual responsabilidad civil, por un monto equivalente a cinco mil unidades de fomento, como mínimo, tanto por los certificados propios como por aquellos homologados en virtud de lo dispuesto en el inciso final del artículo 15 de la Ley N° 19,799, sobre documentos electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma.

Ente sancionador

Ante cualquier vulneración de derechos o incumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato electrónico o en leyes referentes al comercio electrónico, el individuo afectado, consumidor, puede utilizar distintas vías,

¹³⁵ Ibid., artículo 2 lit b, c.

¹³⁶ Ibid., Art.14.

siendo estas: la primera la vía administrativa, ante el Servicio Nacional del Consumidor, que se puede abreviar SERNAC, y la segunda la vía judicial, ante el Juzgado de Policía Local correspondiente a su domicilio¹³⁷, según Art. 50-A de la ley N° 19,496, sobre de los derechos de los consumidores chilena.

Proceso a seguir en caso de incumplimiento

Ley de protección a los consumidores¹³⁸ las denuncias y acciones que derivan de esta ley se ejercerán frente a actos, omisiones o conductas que afecten el ejercicio de cualquiera de los derechos de los consumidores. El incumplimiento de las normas contenidas en la presente ley dará lugar a las denuncias o acciones correspondientes, destinadas a sancionar al proveedor que incurra en infracción, a anular las cláusulas abusivas incorporadas en los contratos de adhesión, a obtener la prestación de la obligación incumplida, a hacer cesar el acto que afecte el ejercicio de los derechos de los consumidores, o a obtener la debida indemnización de perjuicios o la reparación que corresponda.

El ejercicio de las denuncias puede realizarse a título individual. El ejercicio de las acciones puede efectuarse tanto a título individual como en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores. Se considerarán de interés individual a las denuncias o acciones que se promueven exclusivamente en defensa de los derechos del consumidor singular afectado; son interés colectivo a las acciones que se promueven en defensa de derechos comunes a un conjunto determinado o determinable de consumidores, ligados con un proveedor por un vínculo contractual; y, se

¹³⁷ Ley N° 19,496, sobre de los derechos de los consumidores (Chile, Congreso Nacional, 1997), artículo 50-A.

¹³⁸ *Ibíd.*, artículo 50.

entiende como interés difuso cuando las acciones que se promueven en defensa de un conjunto indeterminado de consumidores afectados en sus derechos.

Para los efectos de determinar las indemnizaciones o reparaciones que procedan con motivo de denuncias y acciones será necesario acreditar el daño. Asimismo, en el caso de acciones de interés colectivo se deberá acreditar el vínculo contractual que liga al infractor y a los consumidores afectados.

En síntesis se puede decir que Chile establece en su legislación la forma para determinar el perfeccionamiento del contrato electrónico, con respecto a los proveedores de servicio de certificación establece la responsabilidad en que incurrirán en caso de negligencia en su actuar, y finalmente en lo que respecta a su proceso sancionador establece la posibilidad de optar por la vía judicial o administrativa, lo que permite al consumidor afectado elegir la vía que considere le resultaría más idónea o conveniente a sus necesidades.

3.3 Colombia

Según la Constitución colombiana, “Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales (...)”¹³⁹. La rama judicial de Colombia está conformada por la Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo Superior de la Judicatura, el Consejo de Estado, y la Fiscalía General de la Nación, de las cuales en este trabajo se pondrá especial atención a la Corte Suprema de Justicia, y está estructurada

¹³⁹ Constitución Política de Colombia (Colombia, Congreso de la República, 1991), artículo 1.

jerárquicamente por la Corte Suprema de Justicia, los Tribunales Superiores, los Juzgados de Circuito y los Juzgados Municipales.

Comercio electrónico

Colombia dice que el comercio electrónico "abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera"¹⁴⁰

Firma digital

La legislación colombiana define la firma digital como "un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación"¹⁴¹, en el Art. 2 lit. c de la Ley 527 de 1999.

¹⁴⁰ Ley 527 (Colombia, Congreso de la República, 1999), artículo 2 lit. b.

¹⁴¹ Ibid., artículo 2 lit. c.

A su vez la Ley 527, establece en su Art. 7 algunos requisitos de la firma digital para que tenga el mismo valor que la firma manuscrita, los cuales son los: (i) debe permitir identificar al iniciador de un mensaje de datos; (ii) debe servir para indicar que el contenido cuenta con su aprobación; y, (iii) debe ser confiable y apropiado para el propósito por el cual el mensaje fue generado o comunicado¹⁴². A su vez establece atribuciones jurídicas, siendo estas: (i) es única a la persona que la usa; (ii) es susceptible de ser verificada; (iii) está bajo el control exclusivo de la persona que la usa; (iv) está ligada a la información o mensaje, de tal manera que, si éstos son cambiados, la firma queda invalidada; y, (v) está conforme a la reglamentación adoptada por el Gobierno Nacional¹⁴³, según Art. 28 de la Ley 527 de 1999.

Documento electrónico

Colombia desde la perspectiva legal denomina al documento electrónico como *mensaje de datos* y a su vez lo define como “La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax”¹⁴⁴, dicha definición se puede encontrar en el cuerpo normativo de la Ley 527 de 1999 en su Art. 2 lit. a.

Doctrinariamente se han establecido algunas características, siendo algunas de estas: (i) Es una manifestación de la voluntad: emitida o generada a través de medios electrónico; (ii) debe ser materializada a través de un software o hardware: que pueden derivar en un documento que contenga:

¹⁴² Ibid., artículo 7.

¹⁴³ Ibid., artículo 28.

¹⁴⁴ Ibid., artículo 2 lit. a.

imagen, fotos, arte digital, Imagen, texto, cartografía, compresión de ficheros, sonido y video, entre otras expresiones; (iii) es inmaterial: pues carece de carácter corpóreo o tangible; y, (iv) debe contar con un sistema de verificación: que garantice su integridad y la identidad del originador, por cuanto debe contar con ciertas características que le otorguen una seguridad jurídica semejante a la del documento en papel¹⁴⁵.

Certificadores

“Entidad de Certificación: Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales”¹⁴⁶, para ser un ente certificador debe haber sido previa y debidamente autorizado por la Superintendencia de industria y Comercio, quien es la entidad gubernamental encargada del control y vigilancia de dichos certificadores.

Ente Sancionador

La Superintendencia de Industria y Comercio vela por el buen funcionamiento de los mercados a través de la vigilancia y protección de la libre competencia económica, de los derechos de los consumidores, del cumplimiento de aspectos concernientes con metrología legal y reglamentos técnicos, la actividad valuadora del país, y la gestión de las Cámaras de

¹⁴⁵ Ana María Restrepo Figueroa, “El documento electrónico como medio de prueba en el procedimiento laboral colombiano” (Pontificia Universidad Javeriana Cali, Tesis para optar al título de grado, Colombia, 2014), 39-40.

¹⁴⁶ Ley 527, artículo 2 lit. d.

Comercio. Para el caso de los derechos de los consumidores, lo que incluye los del comercio electrónico, se encarga el Despacho del Superintendente Delegado para la Protección del Consumidor¹⁴⁷.

Entre las funciones del Despacho del Superintendente Delegado para la Protección del Consumidor, se encuentran: decidir y tramitar las investigaciones administrativas que se inicien de oficio o a solicitud de parte por presunta violación a las disposiciones vigentes sobre protección al consumidor cuya competencia no haya sido asignada a otra autoridad, e imponer de acuerdo con el procedimiento aplicable las medidas y sanciones que correspondan de acuerdo con la ley, así como por inobservancia de órdenes e instrucciones impartidas por la Superintendencia, según Art. 11 del Decreto 2153 de 1992.

A manera de resumen de la regulación del comercio electrónico en Colombia se dice que permite identificar de manera sencilla las definiciones de comercio electrónico, firma electrónica y documento electrónico, siendo auxiliada por la doctrina para complementar y lograr identificarlos de mejor manera, respecto a los certificadores establece que se necesita una autorización previa por parte del Estado, y referente al ente sancionador en caso de incumplimiento se establece que se hará vía administrativa.

3.4 España

Diversas investigaciones acerca del comercio electrónico y todo su contenido son realizadas por las universidades de los países en los cuales tiene mayor interés en cuanto a la realización de las operaciones comerciales bajo esta

¹⁴⁷ Decreto 2153 (Colombia, Congreso de la República, 1992), artículo 11.

modalidad, por lo tanto, España no es la excepción, España ha tenido una crisis económica y el comercio electrónico ha sido una alternativa al comercio tradicional para poder superar las limitaciones como lo son las fronteras.

Comercio electrónico

Tres son pilares fundamentales en el comercio electrónico en España, siendo: el primero, la plataforma web, donde se puede alojar el negocio; el segundo, la logística y principalmente el marketing; y, finalmente como tercero, la legislación que es la que permite definir con claridad cuáles serán las reglas al momento de celebrar transacciones comerciales, además hay que tener en cuenta que año con año el número de compradores en el comercio electrónico aumenta, dado que ahora es tan fácil poder tener acceso a compras en línea a través de teléfonos celulares, computadoras, tabletas y otros dispositivos electrónicos, todo esto gracias al gran desarrollo tecnológico de los últimos años.

La implantación del comercio electrónico ha supuesto una verdadera revolución en las compras se ha pasado de ir de tienda en tienda para adquirir un electrodoméstico a solo hacer un clic mediante un dispositivo con internet los siete días de la semana durante las veinticuatro horas de los trescientos sesenta y cinco días del año, Además de todo esto, el comercio electrónico es una gran oportunidad de una empresa para internacionalizarse. A través de la venta online una empresa puede saber en qué sitio geográfico se demandan más su producto y dado un momento

puede llegar a establecer una tienda física en ese lugar en el que ya sabe de antemano que sus productos están teniendo éxito¹⁴⁸.

El marco normativo de España respecto al comercio electrónico es amplio, no obstante, la Ley 34/2002, de 11 de julio, Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico¹⁴⁹ es la principal reguladora del comercio electrónico, normativa que regula la compra-venta de bienes a través de Internet. Esta norma regula tanto el comercio electrónico como los cobros mediante publicidad que se realizan por Internet. Establece unas obligaciones al propietario de la tienda para regular la actividad empresarial, por ello este cuerpo normativo será el que se analizará un poco más a profundidad, sin dejar de mencionar otros.

El Art. 19 de dicha ley establece su régimen jurídico¹⁵⁰, estableciendo que las comunicaciones comerciales y las ofertas promocionales se registrarán, además de por la presente Ley, por su normativa propia y la vigente en materia comercial y de publicidad; además establece que en todo caso, será de aplicación la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y su normativa de desarrollo, en especial, en lo que se refiere a la obtención de datos personales, la información a los interesados y la creación y mantenimiento de ficheros de datos personales.

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales 15/1999¹⁵¹ de 13 de diciembre Directiva 2000, ha establecido en su Art. 1 que el objetivo de dicha ley es “garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos

¹⁴⁸ Lorena Rosa Serafín, “Análisis del comercio electrónico en España” (Tesis de grado, Universidad de La Laguna, España, 2014), 9

¹⁴⁹ Ley 34/2002 (Jefatura del Estado, España, 2002).

¹⁵⁰ Ibid., artículo 19.

¹⁵¹ Ley 15/1999 (Jefatura del Estado, España, 1999), artículo 1

personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar”. A su vez, establece en su Art. 2 que el ámbito de aplicación de dicho cuerpo normativo será “todo tipo de datos de carácter personal registrados en soportes físicos, susceptibles de tratamiento y uso por parte de los sectores público y privado.”¹⁵²

Dicha ley establece derechos de los destinatarios de servicios, entre los cuales se puede encontrar: El poder revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente. A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado¹⁵³.

Respecto a los prestadores de servicios establece una medida de control, estableciendo que podrán utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, a condición de que los mismos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos¹⁵⁴. Esto con el fin de proteger la información personal.

Además establece prohibiciones para el prestador de servicios, entre las cuales se pueden destacar la prohibición de envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de

¹⁵² Ibid., artículo 2.

¹⁵³ Ley 34/2002, artículo 22.

¹⁵⁴ Ibid.

comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas, sin embargo lo anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa¹⁵⁵. Esto con la finalidad de evitar el acoso.

Respecto a la validez y eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica, la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico establece que los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico, cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez. Los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto en el Título IV de dicha ley, por los Códigos Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles sobre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial de la legislación española, exceptuando la aplicación de lo dispuesto en el Título IV de la ley antes mencionada a los contratos relativos al Derecho de familia y sucesiones¹⁵⁶.

El mismo cuerpo normativo establece en su Art. 23 que para que sea válida la celebración de contratos por vía electrónica no será necesario el previo acuerdo de las partes sobre la utilización de medios electrónicos, esto siempre que la ley exija que el contrato o cualquier información relacionada con el mismo conste por escrito, este requisito se entenderá satisfecho si el

¹⁵⁵ Ibid., artículo 21.

¹⁵⁶ Ibid., artículo 23.

contrato o la información se contiene en un soporte electrónico¹⁵⁷, esto para efecto meramente probatorios.

Respecto a la prueba de los contratos por vía electrónica se establece en el Art. 24¹⁵⁸ de la Ley de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico que de la celebración de un contrato por vía electrónica y la de las obligaciones que tienen su origen en él se sujetará a las reglas generales del ordenamiento jurídico. Cuando los contratos celebrados por vía electrónica estén firmados electrónicamente se estará a lo establecido en el Art. 3 de la Ley 59/2003, de firma electrónica. En todo caso, el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio como prueba documental, aunque esta no sea física.

España tuvo que implementar una normativa la cual regulara las líneas generales y los requisitos legales para vender a través de Internet. Por lo que se promulga La Ley de ordenación del Comercio Minorista, Ley 7/1996¹⁵⁹ de 15 de enero de 1996, esta ley, no sólo pretende establecer unas reglas de juego en el sector de la distribución y regular nuevas fórmulas contractuales, también aspira a ser la base para la modernización de las estructuras comerciales españolas, contribuyendo a corregir los desequilibrios entre las grandes y las pequeñas empresas comerciales y, sobre todo, al mantenimiento de la libre y leal competencia.

Respecto a los derechos de los consumidores en la normativa española, el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y

¹⁵⁷ Ibid.

¹⁵⁸ Ibid, artículo 24.

¹⁵⁹ Ley 7/1996, (Jefatura del Estado, España, 1996).

Usuarios y otras Leyes complementarias; la cual es modificada por medio de Ley 3/2014, de 27 de marzo. En lo relativo a los derechos de los consumidores el Art. 8¹⁶⁰ del Real Decreto Legislativo se establecen algunos, entre los cuales se pueden encontrar:

A) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad; B) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales; en particular frente a las prácticas comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos; C) La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos; D) La información correcta sobre los diferentes bienes o servicios y la educación y divulgación para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute; (...) F) La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión

El mismo cuerpo normativo redonda en el artículo Art. 18¹⁶¹, el derecho de los consumidores de disponer de una información veraz, eficaz, suficiente, e incorporarse a todos los productos o servicios, puestos a disposición de los consumidores y usuarios, para que el consumidor pueda conocer la realidad del producto o servicio que pretende adquirir o contratar.

Para que la economía española funcionaria se tuvo que crear un sistema de distribución eficiente que permitiera asegurar el aprovisionamiento de los consumidores con el mejor nivel de servicio posible y con el mismo coste de distribución, por lo que el mercado debió de garantizar la óptima asignación de los recursos a través del funcionamiento de la libre y leal competencia.

¹⁶⁰ Real Decreto Legislativo 1/2007 (Ministerio de la Presidencia, España, 2007), artículo 8.

¹⁶¹ Ibid, artículo 18.

El Art. 60 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias con la nueva redacción de la Ley 3/2014, para contratos con consumidores establece como información necesaria: La identidad del empresario nombre comercial, dirección completa del establecimiento del empresario y el número de teléfono y fax, y dirección de correo electrónico del mismo cuando proceda, con objeto de que el consumidor y usuario pueda comunicándose de forma rápida y eficaz, así la dirección completa e identidad del empresario por cuya cuenta actúa.

Firma electrónica

La firma electrónica en España puede definirse como “el conjunto de datos, en forma electrónica, anejos a otros datos electrónicos o asociados funcionalmente con ellos, utilizados como medio para identificar formalmente al autor o a los autores del documento que la recoge”¹⁶²; y cuyas funciones básicas son: (i) identificar al firmante de manera inequívoca; (ii) asegurar la integridad del documento firmado; (iii) asegura que el documento firmado es exactamente el mismo que el original y que no ha sufrido alteración o manipulación; (iv) asegurar el no repudio del documento firmado, los cumple la firma electrónica avanzada¹⁶³. Los datos que utiliza el firmante para realizar la firma son únicos y exclusivos y, por tanto, posteriormente, no puede decir que no ha firmado el documento.

La ley de firma electrónica española hace referencia a dispositivos de creación de firmar, que es un programa o sistema informático que sirve para aplicar los datos de creación de firma, siendo los datos de creación de firma los datos únicos, como códigos o claves criptográficas privadas, que el

¹⁶² Ley 59/2003, artículo 3 núm. 1.

¹⁶³ Ibid., artículo 3 núm. 2.

firmante utiliza para crear la firma electrónica. Dichos dispositivos deben brindar ciertas garantías con la finalidad de que puedan ser seguros y conformar una firma electrónica reconocida¹⁶⁴.

Siendo algunas de dichas garantías: a) Que los datos utilizados para la generación de firma pueden producirse sólo una vez y asegura razonablemente su secreto; b) Que existe una seguridad razonable de que los datos utilizados para la generación de firma no pueden ser derivados de los de verificación de firma o de la propia firma y de que la firma está protegida contra la falsificación con la tecnología existente en cada momento; c) Que los datos de creación de firma pueden ser protegidos de forma fiable por el firmante contra su utilización por terceros; y, d) Que el dispositivo utilizado no altera los datos o el documento que deba firmarse ni impide que éste se muestre al firmante antes del proceso de firma¹⁶⁵.

Certificadores de firma electrónica

Son prestadores de servicio de certificación la persona física o jurídica que expide certificados electrónicos o presta otros servicios en relación con la firma electrónica¹⁶⁶. Para ello expiden certificados electrónicos, que son documentos electrónicos que relacionan las herramientas de firma electrónica en poder de cada usuario con su identidad personal, dándole así a conocer en el ámbito telemático como firmante y confirma su identidad¹⁶⁷. Cabe destacar que para ser un prestador de servicio de certificación no se necesita autorización previa y que tampoco se podrá establecer restricciones

¹⁶⁴ Ibid., artículo 24.

¹⁶⁵ Ibid., artículo 24.

¹⁶⁶ Ibid., artículo 2 núm. 2.

¹⁶⁷ Ibid., artículo 6 núm. 1.

para los servicios de certificación que provengan de otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo¹⁶⁸.

Dado que no es necesaria una autorización previa para ser prestador de servicios de certificación, la ley de firma electrónica establece un marco de obligaciones que les es aplicables en función de si estos emiten o no certificados electrónicos reconocidos, y determina su régimen de responsabilidad, teniendo en cuenta los deberes de diligencia que incumben a los firmantes y a los terceros destinatarios de documentos firmados electrónicamente. Algunas de las obligaciones que deben cumplir los certificadores previa a certificar una firma electrónica, son:

A) Comprobar la identidad y circunstancias personales de los solicitantes de certificados con arreglo a lo dispuesto en el artículo siguiente; B) Verificar que la información contenida en el certificado es exacta y que incluye toda la información prescrita para un certificado reconocido; C) Asegurarse de que el firmante tiene el control exclusivo sobre el uso de los datos de creación de firma correspondientes a los de verificación que constan en el certificado; y,

D) Garantizar la complementariedad de los datos de creación y verificación de firma, siempre que ambos sean generados por el prestador de servicios¹⁶⁹.

La ley obliga a los prestadores de servicios de certificación a efectuar una tutela y gestión permanente de los certificados electrónicos que expiden. Los detalles de esta gestión deben recogerse en la llamada declaración de prácticas de certificación, donde se especifican las condiciones aplicables a

¹⁶⁸ Ibid., artículo 5.

¹⁶⁹ Ibid., artículo 12.

la solicitud, expedición, uso, suspensión y extinción de la vigencia de los certificados electrónicos; dicha declaración estará disponible al público con fácil acceso, al menos por vía electrónica y de forma gratuita; a su vez tendrá la consideración de documento de seguridad a los efectos previstos en la legislación en materia de protección de datos de carácter personal¹⁷⁰.

Ente sancionador

En caso de que se produzca una vulneración de los derechos del consumidor, el primer paso será reclamar ante el proveedor del bien o servicio, cumplimentando, si es necesario, la correspondiente hoja de reclamaciones que todos ellos deben tener a disposición de sus clientes. Si este no atiende su pretensión, igualmente, por imperativo legal, los establecimientos deben tener a su disposición un modelo específico de Hoja de Reclamaciones. Este instrumento facilita al consumidor la posibilidad de formular sus reclamaciones en el propio establecimiento donde se producen los hechos, sin que esto sea obstáculo para presentar la reclamación ante las instituciones administrativas de consumo correspondiente.

El consumidor puede interponer una reclamación para tratar de reparar el daño sufrido, acudiendo a alguna de las siguientes instancias: ante las (i) Administraciones de Consumo competentes y lograr que su pretensión se vea satisfecha, puede dirigirse bien a la (ii) Oficina Municipal de Información al Consumidor¹⁷¹, (O.M.I.C.) de su localidad, o la (iii) Dirección General de Consumo¹⁷² de su Comunidad Autónoma, estas son vía administrativa, quedando siempre a su elección la vía judicial, es decir, acudir a los

¹⁷⁰ Ibid., artículo 19.

¹⁷¹ Ley 11/2005 (Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, España, 2005), artículo 16.

¹⁷² Real Decreto 495/2020 (Ministerio de Política Territorial y Función Pública, España, 2020), artículo 3.

Tribunales de Justicia. En muchas de estas oficinas administrativas se podrá encontrar un modelo de formulario, que orientará al consumidor sobre cómo efectuar la reclamación, aunque bastará con que él exponga de forma clara lo que pretende e identifique, tanto a la empresa reclamada como al consumidor mismo, sin sujeción a ninguna formalidad.

Con independencia de ello, a través de estos servicios de las Administraciones de Consumo, el consumidor puede recibir una información adecuada sobre los derechos que le asisten y las posibilidades de ejercicio de éstos y, en general, cualquier información relacionada con el ámbito de consumo. En algunos casos, la reclamación que formule el consumidor servirá de punto de partida para el inicio de las actuaciones tendentes a determinar la existencia o no de supuestos de hecho sancionables.

El consumidor afectado puede recurrir a las Asociaciones de Consumidores, que son las organizaciones sin ánimo lucro que, constituidas conforme a ley que les resulte de aplicación, y que tienen como finalidad la defensa de los derechos e intereses legítimos de los consumidores, incluyendo su información, formación y educación, bien sea con carácter general, bien en relación con bienes o servicios determinados; las asociaciones deberán de actuar para que se le dé cumplimiento de sus fines con independencia frente a los operadores del mercado y a los poderes públicos, sin que la obtención de subvenciones u otros recursos públicos concedidos en base a criterios de objetividad puedan mermar tal independencia¹⁷³.

Cabe resaltar que en la legislación española relativa al comercio electrónico hace un énfasis en que el proveedor debe de tener a disposición del

¹⁷³ Real Decreto Legislativo 1/2007, artículo 23.

consumidor toda la información que sea necesaria sobre los términos y condiciones de la compra y su entrega, del producto y la identidad del vendedor, resaltando que toda esa información debe ser clara y efectiva, esto con la finalidad de evitar confusiones por parte del consumidor al momento de realizar la compra de un bien y/o servicio.

Respecto a los proveedores de servicio de certificación resulta llamativo el hecho que no necesitan autorización previa del Estado, por lo que el régimen jurídico respecto a ellos les impone estrictas medidas de control y vigilancia, haciéndoles responsable de los actos que realicen las firmas certificados que realicen en caso de no cumplir con dichas obligaciones, además, que tiene por válidas las certificaciones de firma electrónica emitidas por proveedores autorizados por Estados miembro del Espacio Económico Europeo.

Como recapitulación se pueden mencionar que, en la legislación referente al comercio electrónico, como la obligación del proveedor de aportar información de manera clara y precisa al consumidor, la firma electrónica, los proveedores de servicio de certificación, como el nivel de control hacia ellos y la responsabilidad de rendir cuentas cada año sobre los certificados emitidos y el estado en el que estos se encuentran.

Sobre los entes sancionadores, de los países vistos en el presente capítulo, tienen pros y contras, de los cuales El Salvador, podría tener como referentes ya sea para regular esos aspectos o modificarlos ya regulados, siempre y cuando sean compatibles con la realidad salvadoreña, tomando en cuenta aspectos como la economía, el acceso a las tecnologías, y el nivel de formación y de educación en derechos del consumidor en general.

CAPITULO IV

REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR

En el presente capítulo se hará un análisis sobre la regulación respecto a los requisitos de los contratos en el derecho común, la firma electrónica y el comercio electrónico en El Salvador, haciéndolo para facilitar su análisis de forma jerárquica, es decir, desde la Constitución, el derecho común y las leyes especiales, y lo referente a los derechos y obligaciones sustantivos, tanto de los consumidores como de los proveedores.

4.1 Constitución de la República

La materia contractual está basada en la libertad y la autonomía de la voluntad, respectivamente garantizadas en la Constitución de la República de El Salvador, en sus Arts. 2 que establece: “toda persona tiene derecho a la vida, a la integridad física y moral, la libertad, a la seguridad (...)”¹⁷⁴, y Art. 8 que literalmente dice: “Nadie está obligado a hacer lo que la ley no manda ni privarse de lo que ella no prohíbe.”¹⁷⁵, entendiéndose que las personas gozan de libertad para ejercitar sus facultades y derechos, y con esto dando vida a las diferentes relaciones jurídicas y ejerciendo su autonomía. La autonomía privada se ejerce a través de dos principios, siendo estos, el primero la Libertad Contractual, y el segundo la Libertad de Contratar.

El Art. 23 de la Constitución de la Republica de El Salvador establece el derecho de libertad de contratación, y literalmente dice que: “Se garantiza la

¹⁷⁴ Constitución de la República de El Salvador (El Salvador, Asamblea Constituyente, 1983), artículo 2.

¹⁷⁵ *Ibíd*, artículo 8.

libertad de contratar conforme a las leyes. Ninguna persona que tenga la libre administración de sus bienes puede ser privada del derecho de terminar sus asuntos civiles o comerciales por transacción o arbitrariamente (...)"¹⁷⁶

4.2 Código Civil

El Código Civil en su Título I del Libro Cuarto Art. 1309 define al contrato como “una convención en virtud de la cual una o más personas se obligan para con otra u otras, o recíprocamente, a dar, hacer o no hacer alguna cosa”¹⁷⁷. Dado que el comercio electrónico consiste principalmente en la distribución, compra, venta, mercadotecnia y suministro de información complementario para productos o servicio mediante redes informáticas, es aplicable lo dispuesto en los Arts. 1627 y 1628 del Código Civil.

En el Art. 1627 se estipula que “las obligaciones del vendedor se reducen en general a dos, la entrega o tradición, y el saneamiento de la cosa vendida.”¹⁷⁸

El Art. 1628 establece que “al vendedor le corresponden los costos que se hicieren para poner la cosa en disposición de entregarla, y al comprador los que se hicieren para transportarla después de entregada.”¹⁷⁹

4.2.1 Requisitos de validez y existencia

En el Título II del Código Civil, se enuncia todo lo atinente a los requisitos de existencia y requisitos de validez de los contratos o actos jurídicos, ello está plasmado a partir del Art. 1316 del mencionada ley, y en ese sentido dichas disposiciones mencionan el consentimiento, el objeto, la causa, etc.; así

¹⁷⁶ *Ibíd.*, artículo 23.

¹⁷⁷ Código Civil (El Salvador: Asamblea Legislativa, 1880), artículo 1309.

¹⁷⁸ *Ibíd.*, artículo 1627.

¹⁷⁹ *Ibíd.*, artículo 1628.

como el consentimiento sin vicios, el objeto lícito, la causa lícita, la capacidad, etc., cabe mencionar que en este tema de los requisitos de validez y existencia se aplica a los actos jurídicos, que se definen como toda declaración de voluntad, unilateral o bilateral que se tiene que realizar con y de acuerdo a los preceptos del legislador y que tiene por finalidad primordial crear efectos jurídicos.

Para que ello tenga su existencia real necesita de elementos que lo integran para que el acto ya plasmado en el contrato o instrumento surja a la vida jurídica como una realidad de la existencia en el derecho; esos elementos a que se hace alusión, son vitales para hablar del acto jurídico, de manera que si falta uno de ellos no habría acto o contrato ya que él estaría incompleto y se hablaría de inexistencia del acto o contrato.

En este sentido se deben de distinguir dos situaciones; los **requisitos de validez** como lo indica su nombre atañe su validez ósea que para que el negocio jurídico produzca sus efectos jurídicos, se necesita que el acto a pesar de estar completo en todos sus requisitos de existencia estos estén exentos de vicios de ahí que se puede manifestar que cuando un elemento del acto está viciado, el acto jurídico existe, pero no es válido porque el acto nace acompañado, a consecuencia de ese vicio, de nulidad, la cual puede ser relativa tal como lo menciona el Art. 1552, Inciso 3º del Código Civil¹⁸⁰.

En cambio, respecto a los **requisitos de existencia** la situación es distinta, pues cuando falta uno de ellos el acto o contrato jamás nace a la vida jurídica, en este caso no se puede hablar de invalidez del acto o contrato porque éste no existe y esto trae como consecuencia o como efecto la nada

¹⁸⁰ *Ibíd.*, artículo 1552 inc. 1º y 2º.

jurídica, situación que no está regulada en la legislación civil y por ello se asimila o equipara a la nulidad absoluta que está regulada en el Art. 1552 Inc. 1º y 2º del Código Civil.

Respecto a los requisitos de validez y existencia, la Sala de lo Civil ha expresado mediante jurisprudencia que: “Los actos jurídicos tienen condiciones de existencia y de validez, señaladas en la ley; si faltan las primeras, el acto no nace a la vida jurídica, si faltan las segundas, el acto nace, pero con vicios. Las condiciones de existencia de los actos jurídicos son: consentimiento, objeto, causa y solemnidades, y las de validez son: Voluntad sin vicios, capacidad de las partes, objeto lícito y causa lícita. Para la completa eficacia jurídica de la voluntad se requiere que sea consciente y no viciada; cuando hay ausencia total de voluntad, el acto jurídico no existe; pero cuando existe voluntad viciada, el acto es anulable¹⁸¹”.

Una vez mencionado esto se debe de definir tanto los requisitos de existencia como los de validez, siendo los primeros: consentimiento, objeto, causa, las solemnidades; y los segundos: consentimiento sin vicios, objeto lícito, causa lícita, capacidad; entrando a explicarlos de la siguiente manera:

4.2.1.1 Requisitos de existencia.

i. Consentimiento: Es el elemento esencial de todo contrato y es el acuerdo de voluntades de dos o más personas con un objeto lícito es indiscutiblemente, el elemento de mayor importancia en la vida jurídica de los contratos, pues, analizando las cosas, todo cae en definitiva en este elemento. En un contrato unilateral, se denomina voluntad, porque existe

¹⁸¹ Sala de lo Civil, Sentencia Definitiva, Referencia: 93-C-2006 (El Salvador, Corte Suprema de Justicia, 2007).

voluntad de una sola parte, pues, este tipo de contratos se caracteriza por la presencia de una sola parte, así, el consentimiento se manifiesta a través de la voluntad y no debe de adolecer de vicio; en resumen, pues, este requisito es la base fundamental sobre la que reposa el contrato, el cual, en principio, sólo afecta a las partes contratantes; este requisito está contemplado en el Art. 1316, Ord. 2º C.C., el cual prescribe que “para que una persona se obligue a otra, por un acto o declaración de voluntad, es necesario que consienta en dicho acto o declaración.”¹⁸²

ii. El objeto: El Código Civil define a este requisito de existencia, en el Art. 1331, cuando expresa que "toda declaración de voluntad debe tener por objeto una o más cosas que se trata de dar, hacer o no hacer. El mero uso de la cosa, o su tenencia puede ser objeto de la declaración"¹⁸³. Se puede decir que el objeto del contrato es la obligación misma y como la obligación recae siempre sobre una materialidad, sobre un hecho, como tiene un objeto, en definitiva, el objeto del contrato viene a estar constituido, por el objeto de la obligación.

iii. La causa: La idea de causa, la da el legislador en el Art. 1338 Inc. 2º del Código Civil, el cual señala que "se entiende por causa, el motivo inmediato que induce a contraer la obligación"¹⁸⁴, y a continuación, el legislador menciona, además, qué se entiende por causa lícita, con lo que este requisito de existencia pasa a convertirse en requisito de validez.

iv. Las solemnidades: No siempre resultan indispensables en los contratos, en términos generales, se puede decir que las solemnidades son condiciones

¹⁸² Código Civil, artículo 1316 Ord. 2º.

¹⁸³ *Ibíd.*, artículo 1331.

¹⁸⁴ *Ibíd.*, artículo 1338 Inc. 2º.

externas que la ley establece para la expresión de la voluntad, ya sea para darle existencia o para darle validez al acto, o simplemente como un medio de prueba, por lo general en material civil los contratos son solemnes, en cambio, en materia mercantil suelen ser no solemnes.

4.2.1.2 Requisitos de validez

i. Consentimiento sin vicios: Este requisito de validez, está señalado en el Art. 1316 Ord. 2º del C.C.; el mencionado ordinal, lo plantea tanto como requisito de existencia y también como requisito de validez; en esta ocasión interesa referirse a él en la segunda de las acepciones, cuando se determina que el consentimiento dado en un acto o declaración de voluntad no adolezca de vicio. El legislador ha establecido los defectos que pueden adulterar la pureza del consentimiento y ello está enunciado en el Art. 1322 del C.C., el cual expresa que tales vicios son: el error, la fuerza y el dolo¹⁸⁵.

ii. Objeto lícito. Para que todo acto jurídico surta plenos efectos, es necesario que el objeto sea lícito, este requisito de validez lo exige la normativa salvadoreña, específicamente el Art. 1316, Ord. 3º C.C.¹⁸⁶; la ilicitud del objeto está regulada a partir del Art. 1333 al Art. 1337, del C.C., y todos los casos que dichas disposiciones mencionan, según el Art. 1552, del mismo Código, producen nulidad absoluta.

iii. Causa lícita. Como requisito de validez de todo acto jurídico, la causa debe de ser lícita, por ésta se entiende aquella que no está prohibida por la Ley y que no es contraria a las buenas costumbres o al orden público, esta es la idea que se desprende de lo que al respecto estipula el Art. 1338, de

¹⁸⁵ *Ibíd.*, artículo 1322.

¹⁸⁶ *Ibíd.*, artículo 1316 Ord. 3º.

C.C. cuando en su Inc. 2º define lo que es causa ilícita, es decir, que la idea de causa lícita se deduce de la mencionada definición¹⁸⁷.

iv. La capacidad. Esta consiste en la aptitud legal de las personas, para el goce y ejercicio de los derechos civiles; la capacidad de goce es la aptitud que tiene todo individuo de adquirir y contraer obligaciones; la de ejercicio es la facultad legal de poder ejercitar esos derechos por medio de actos jurídicos destinados a producir efectos determinados. El Art. 1317 del Código Civil determina que: “toda persona es legalmente capaz, excepto aquellas que la ley declara incapaces”¹⁸⁸.

4.3 Código de Comercio

El Código de Comercio rige a todo comerciante y sus actos, por tanto, es el que regula el Comercio Electrónico y las personas que lo realizan además específica que las condiciones no contempladas en él estarán establecidas en el Código Civil y demás leyes afines¹⁸⁹. Además, en el Art. 2 del cuerpo normativo en estudio, es decir, el Código de Comercio, se da una visión amplia de quienes son los comerciantes entre los cuales se menciona las personas titulares de una empresa mercantil ya sean individuales o sociales, se menciona del lugar donde se atenderá al público el cual en el comercio electrónico no se cuenta con un lugar físico, pero si un lugar virtual¹⁹⁰.

El Código de Comercio en el Capítulo II, Título I del Libro Cuarto denominado Obligaciones y Contratos Mercantiles, en sus Arts. 966 al 971 establece algunas formas en las que se podrán celebrar los contratos. En el Art. 966 se

¹⁸⁷ *Ibíd.*, artículo 1338.

¹⁸⁸ *Ibíd.*, artículo 1317.

¹⁸⁹ Código de Comercio (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 1970), artículo 1.

¹⁹⁰ *Ibíd.* artículo 2.

estipula que los contratos mercantiles que se celebren por correspondencia quedaran perfeccionados desde que el proponente reciba la respuesta en que se acepte lo que haya ofrecido; pero si en ella se proponen condiciones que modifiquen la propuesta original, el contrato con las modificaciones se perfeccionará hasta que se reciba la contestación aceptándolas¹⁹¹.

La oferta y la aceptación telegráficas se equiparán a las hechas por carta. El Art. 968 establece que la oferta y la aceptación por teléfono o radioteléfono, se considerarán entre presentes cuando las partes, sus representantes o mandatarios se comuniquen personalmente¹⁹². El Art. 970 establece que “la oferta al público de mercancías en catálogos o en cualquiera otra forma de publicidad, obliga al comerciante que la hace a lo que esté expresamente indicado.”¹⁹³ Debe entenderse que esto incluye medios electrónicos, como correos electrónicos, páginas web, etc.

4.4 Ley de Comercio Electrónico

Respecto a la Ley de Comercio Electrónico cabe aclarar que, durante varios meses, se llevó a cabo la discusión de su anteproyecto, la cual fue aprobada a inicios del mes de noviembre del año dos mil diecinueve. Esto representa un paso importante para El Salvador, que resultaba de los pocos países a nivel internacional, que no poseía este instrumento legal, necesario para regular la manera en que se realizan las transacciones en la era digital.

Dicha ley establece en su Art. 1¹⁹⁴ que su objeto será establecer un marco legal que regula las relaciones de índole comercial, contractuales o no,

¹⁹¹ *Ibíd.*, artículo 966.

¹⁹² *Ibíd.*, artículo 968.

¹⁹³ *Ibíd.*, artículo 970.

¹⁹⁴ Ley de Comercio Electrónico (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2020), artículo 1.

realizadas por medios electrónicos o tecnológicamente equivalentes entre los proveedores de bienes y servicios por vía electrónica, intermediarios, comunicaciones comerciales y los usuarios o clientes. Es una ley que busca además de dinamizar la economía, favorece y protege a los consumidores.

Además, la Ley de Comercio Electrónico en su Art. 2¹⁹⁵, establece que su ámbito de aplicación será todo tipo de relación onerosa, sea contractual o no, de carácter comercial o factible de beneficio económico, celebrados de forma electrónica. En la aplicación de dicha ley, se excluyen las comunicaciones electrónicas relacionadas con el intercambio de información por medio de correo electrónico u otro medio de comunicación equivalente para fines ajenos a la actividad económica de quienes lo utilizan; y las relaciones entre los proveedores y consumidores reguladas en la Ley de Protección al Consumidor, esto por existir una legislación especial.

Excluyendo de su ámbito de aplicación las comunicaciones electrónicas relacionadas con el intercambio de información por medios electrónicos ajenos a la actividad económica, los servicios que por sus solemnidades no puedan realizarse de forma electrónica, los que presten las instituciones públicas vía electrónica pero por los cuales no percibe beneficios económicos ya sea de forma directa o indirecta, y las relaciones reguladas por Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.

En su Art. 7¹⁹⁶ la ley regulará el reconocimiento jurídico de las comunicaciones electrónicas, estableciendo que información generada o comunicada que conste en medios electrónicos, ópticos, magnéticos o en cualquier otra tecnología, tendrá efectos jurídicos, validez y fuerza probatoria.

¹⁹⁵ *Ibíd.*, artículo 2.

¹⁹⁶ *Ibíd.*, artículo 7.

El Art. 8¹⁹⁷ regulará los requisitos de las comunicaciones comerciales electrónicas, siendo estos que la información sea generada o comunicada a las personas obligadas en forma íntegra y que se utilice un método fehaciente para indicar el consentimiento que tienen las partes respecto de la información consignada y sea accesible para su posterior consulta.

Respecto a la validez y eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica, la ley en estudio establece en su Art. 14 que los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico para los contratos, cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos legales necesarios para su validez.

El mismo Art. 14, establece que para que el consentimiento se entienda otorgado, éste deberá manifestarse de forma fehaciente, clara, comprensible, inalterada e inequívoca, por medio de un sistema automatizado, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, aceptando todas las condiciones generales y demás condiciones según el caso del contrato, utilizando los medios que para tal efecto ha puesto a disposición el proveedor

La misma ley establece unas obligaciones previas a la contratación vía electrónica, específicamente en su Art. 15, que dice “El proveedor de bienes y servicios que realice actividades de contratación electrónica, está obligado a poner a disposición antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, información completa, clara, comprensible e inequívoca. Dicha información deberá ser remitida al usuario por el medio acordado de forma permanente, fácil y gratuita, para su impresión o descarga”. Sin perjuicio del cumplimiento

¹⁹⁷ *Ibíd.*, artículo 8.

de los demás requisitos legales, la información proporcionada al consumidor previa a la contratación debe contener lo siguiente:

a) los pasos que deberán seguirse para celebrar el contrato; b) los términos y condiciones sobre el producto o servicio a adquirir o tipo de relación que se establecerá; detallándose la información que se solicitará del usuario; c) la orden o pedido de los bienes o servicios a adquirir con su descripción, precio individual, precio total y de ser aplicable, los gastos adicionales que deba pagar por envío o cualquier otro concepto, según aplique; d) tiempo de entrega de los bienes o servicios; e) los medios que pone a su disposición para revisar y validar los datos, corregir errores o cancelar la transacción; y, f) los medios aplicables para resolver controversias.

Uno de los aportes más importantes que brindará la Ley de Comercio Electrónico, es el referido a la seguridad y confidencialidad, pues su Art. 20¹⁹⁸ establecerá que los proveedores de bienes y servicios por vía electrónica deberán utilizar estándares especializados, o cualquier herramienta tecnológica disponible para brindar seguridad y confidencialidad a la información personal y crediticia proporcionada en las plataformas utilizadas para el comercio electrónico. A demás establece que el proveedor deberá informar el nivel de seguridad y la política de privacidad utilizada para la protección permanente de los datos personales y empresariales.

El cuerpo normativo en estudio regulará además, las infracciones, clasificándolas como leves, graves y muy graves, las sanciones que conllevaría el cometer una infracción, el criterio para la imposición de la multa, y la autoridad competente para imponer sanciones administrativas, siendo, según Art. 42¹⁹⁹ del anteproyecto, para el incumplimiento de

¹⁹⁸ *Ibíd.*, artículo 20.

¹⁹⁹ *Ibíd.*, artículo 42.

obligaciones formales el Ministerio de Economía, y para el incumplimiento de obligaciones comerciales de naturaleza económica y que por su naturaleza no se pueda aplicar la tutela ante la Defensoría del Consumidor, deberán avocarse a los tribunales en materia civil y mercantil.

4.5 Ley de Procedimientos Administrativos

La Ley de Procedimientos Administrativos introduce el tema del uso de las tecnologías de la información por parte de la Administración Pública, específicamente en su Art. 18 inc. 2º que literalmente dice “La Administración Pública deberá implementar los mecanismos tecnológicos y electrónicos que fueren necesarios para optimizar el ejercicio de sus competencias y los derechos de los administrados. Se deberán crear las estrategias de gobierno electrónico que para tales efectos sean necesarias.”

Uno de los mecanismos que incluye las tecnologías de la información es la firma electrónica, que tiene una ley la regula y que se analizará posteriormente en el presente trabajo de investigación, la implementación de la firma electrónica es apoyada por el programa del Fomilenio II, cuyo objetivo es mejorar el clima de inversiones en El Salvador para el crecimiento económico, para ello realiza acciones que generen aportes a esta área.

Es por ello el 5 de septiembre de 2019 se firmaron dos contratos entre Fomilenio II y la empresa consultora Bit4ID Iberica, SL: uno de ellos para el diagnóstico y capacitación de Entidades Certificadoras, y el otro para el diseño e implementación de la Entidad Raíz de firma electrónica²⁰⁰. Cabe

²⁰⁰ Uveliel Aleman, “Fomilenio II firma contrato para lanzar firma electrónica”, fecha de publicación: 6 de septiembre de 2019, <https://diario.elmundo.sv/fomilenio-ii-firma-contrato-para-lanzar-firma-electronica/>

aclara que estas acciones pese a tener un plazo para su realización, no ha sido posible debido los efectos de la pandemia por covid-19 que han afectado no solo a El Salvador, si no al mundo entero.

4.6 Ley de Firma electrónica

Respecto de la creación del marco jurídico de la firma electrónica el cual debe de tener como base el Art. 2 de la constitución²⁰¹ ya que toda persona tiene derecho a la seguridad jurídica por lo que se vuelve una obligación del Estado crear todo un marco legal, en consonancia con el Art. 101 de la constitución²⁰² establece que el Estado debe promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos, por ello debe crear los instrumentos legales que propicien el uso de las tecnologías de la información.

El 1 de octubre del año 2015, la Asamblea Legislativa, aprobó casi por unanimidad, La Ley de Firma Electrónica, tras siete años desde que se presentó su primer borrador²⁰³, dicha normativa entro en vigor ciento ochenta días después de su publicación en el diario oficial, la ley fue sancionada por el Presidente de la República de turno el 21 de octubre de 2015, y fue publicada en el Diario Oficial con fecha 26 de octubre del mismo año, sin embargo pasados cinco años aún no se ha implementado; debido a que no hay una empresa certificadora de firma electrónica nacional²⁰⁴.

²⁰¹ Constitución, artículo 2.

²⁰² Constitución, artículo 101.

²⁰³ Análisis Legal e Institucional, Ley de firma electrónica: seguridad jurídica en el ámbito electrónico; Fusades, agosto 2015. No 176, 1.

²⁰⁴ Jessica Guzmán, “Ley de Comercio Electrónico no avanzará sin firma certificada”, publicación del 20 de noviembre de 201, <https://www.elsalvador.com/eldiariodehoy/ley-de-comercio-electronico-no-avanzara-sin-firma-certificada/660693/2019/>

Es de mencionar que todos los días hay más usuarios en la internet, por lo que entre más usuarios, mayor número de actividades son realizadas en la web, es claro que esto ha tenido un impacto en el ámbito jurídico alrededor del mundo, esto supone que las estructuras jurídicas han debido de evolucionar para así adaptarse a los nuevos escenarios y así brindar un marco jurídico que cree seguridad, Es por esto que el elemento que da seguridad jurídica a las transacciones e interacciones es la Firma Electrónica.

Los ámbitos más favorecidos con el uso de la firma electrónica son el comercio electrónico, que consiste en la compra y venta de productos y/o servicios a través de medios electrónicos, y el gobierno electrónico, que es el uso de las tecnologías de la información en los procesos internos del gobierno, así como en la prestación de servicios por parte del Estado a los ciudadanos en general y a la industria²⁰⁵.

Antes de la entrada en vigencia de la Ley de Firma Electrónica no se contaba con un pleno respaldo jurídico, esto generaba una desventaja al momento de acudir a la sede judicial o a la Defensoría del Consumidor por el incumplimiento de un contrato en vista de esto se vio la necesidad de crear una normativa que regule la materia, además del Código Civil y Código de Comercio ya existente que regulan generalidades, se les da vida a la Ley de Comercio Electrónico y la Ley de Firma Electrónica.

La Ley de Firma Electrónica tiene como objeto, equiparar la firma electrónica certificada con la firma autógrafa, otorgar y reconocer eficacia y valor jurídico a la firma electrónica certificada, a los mensajes de datos y a toda información en formato electrónico que se encuentren suscritos con una firma electrónica certificada, independientemente de su soporte material; y regular

²⁰⁵ Análisis Legal e Institucional, Ley de firma electrónica: seguridad jurídica en el ámbito electrónico; Fusades, agosto 2015. No 176, 2.

y fiscalizar lo relativo a los proveedores de servicios de certificación electrónica, certificados electrónicos y proveedores de servicios de almacenamiento de documentos electrónicos²⁰⁶.

Es de importancia destacar el Art. 2 de la Ley de Firma Electrónica ya que las regulaciones de ley serán aplicables a la comunicación electrónica, firma electrónica certificada y firma electrónica simple, o cualquier formato electrónico, independientemente de sus características técnicas o de los desarrollos tecnológicos que se produzcan en el futuro; sus normas serán desarrolladas e interpretadas progresivamente, siempre que se encuentren fundamentadas en la neutralidad tecnológica y equivalencia funcional²⁰⁷.

Es de vital importancia comprender que es la firma electrónica, para ello la Ley de Firma Electrónica establece en su Art. 3 que firma electrónica Simple “son los datos en forma electrónica, consignados en un mensaje de datos o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante en relación con el mensaje de datos, e indicar que el firmante aprueba la información recogida en el mensaje de datos.”²⁰⁸

De igual manera ofrece una definición de firma electrónica certificada, siendo esta: son los datos en forma electrónica, consignados en un mensaje de datos lógicamente asociados al mismo, que permiten la identificación del signatario y que los datos de creación de la firma se encuentran en exclusivo control del signatario, lo que permite que sea detectable cualquier modificación ulterior al contenido del mensaje de datos.²⁰⁹

²⁰⁶ Ley de Firma Electrónica, artículo 1.

²⁰⁷ *Ibíd.*, artículo 2.

²⁰⁸ *Ibíd.*, artículo 3.

²⁰⁹ *Ibíd.*

Es importante destacar que hay un documento el cual otorga certeza a la firma electrónica certificada este se llama certificado electrónico el cual es un documento proporcionado por un proveedor de servicios de certificación, que es una persona jurídica autorizada por la autoridad competente, dedicada a emitir certificados electrónicos y otras actividades previstas en la ley de firma electrónica,²¹⁰ que otorga la certeza a la firma electrónica certificada, garantizando la asociación de la persona con dicha firma²¹¹.

El proveedor de servicios de certificación debe de estar legalmente acreditado, esto significa que debe de haber una autorización que otorga la autoridad competente la cual se encuentra establecida en la Ley de Firma Electrónica, específicamente en su Art. 35, que literalmente dice “Créase la Unidad de Firma Electrónica, como parte del Ministerio de Economía, el que en el texto de esta Ley podrá abreviarse MINEC. El ministro nombrará al funcionario que estará a cargo de esta Unidad, quien deberá reunir los requisitos que para tal efecto se establezcan en el reglamento de esta Ley”²¹²

Es importante mencionar que la Unidad de Firma Electrónica ejerce facultades de control y vigilancia las cuales pueden ser inspecciones ordinarias, auditorías las cuales podrán realizarse sin previo aviso además de velar por los requisitos que se observaron al momento de otorgarse la acreditación y las obligaciones que impone la ley, el reglamento y normas y reglamentos técnicos su cumplan, así lo establece el Art. 6²¹³ del Reglamento de la ley de Firma Electrónica.

²¹⁰ *Ibíd.*

²¹¹ *Ibíd.*

²¹² *Ibíd.*, artículo 35.

²¹³ Reglamento de la Ley de Firma Electrónica (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2016), artículo 6.

Para que dicho proveedor de servicios de certificación de servicios pueda operar y proporcionar certificados electrónicos, dicha autorización también es para los proveedores de servicios de almacenamiento de documentos electrónicos, una vez cumplan con los requisitos establecidos en la ley de firma electrónica, entiendo por documento electrónico “todo mensaje de datos, enviado, recibido o archivado por medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, que forman parte de un expediente electrónico”²¹⁴, así se establece en el Art. 3 de la Ley de Firma Electrónica.

Los requisitos para la acreditación se encuentran regulados en el art. 15 de la Ley de Firma Electrónica, en la cual expresa que la unidad de proporcionará a los interesados una solicitud física o digital la cual contendrá información la cual se describe en dicho artículo y dentro de las cuales se pueden mencionar datos generales de la persona jurídica solicitante, así como de su representante legal o apoderado, comprobante de pago de las tasas de acreditación, solvencias tributarias, registrales, municipales y previsionales de salud, entre otros²¹⁵.

La ley de Firma Electrónica tiene regulados principios orientadores entre los cuales se encuentran: a) autenticidad, b) integridad, c) confidencialidad, d) equivalencia funciona, e) no repudiación, f) neutralidad tecnológica, y g) seguridad. Por lo que a continuación se hará una breve descripción sobre estos principios, así como los establece

El Principio de autenticidad, con el cual se garantiza que el mensaje es confiable y esta garantía perdura a través del tiempo; el principio de integridad, por el cual se otorga certeza que los datos recibidos por medios

²¹⁴ Ley de Firma Electrónica, artículo 3.

²¹⁵ *Ibíd.*, artículo 15.

electrónicos no han sido modificados en su tránsito, desde el iniciador hasta el destinatario; el principio de confidencialidad, por medio del cual se garantiza al iniciador y destinatario, que los mensajes electrónicos no serán conocidos por terceras personas, sin su expresa autorización.

El principio de Equivalencia Funcional, consiste en observar en los documentos archivados y comunicados de manera electrónica, aquellos requisitos que son exigidos en los documentos presentados por escrito y consignados en papel, con el fin de determinar la manera de satisfacer sus objetivos y funciones; otro principio es el de No Repudiación, por medio del cual se garantiza que cuando un mensaje ha sido suscrito confirma electrónica certificada, de conformidad a lo establecido en la presente Ley, no puede ser repudiada su autoría por la persona del iniciador.

Finalmente están los principios Neutralidad tecnológica, Sustenta la no discriminación entre tecnologías, en la medida que ellas consistan en medios seguros a través de los cuales sea posible dar cumplimiento a las funciones que le impone la Ley; y el principio de Seguridad, La certeza y legalidad que la persona firmante y acreditada, ha sido debidamente identificada, garantizándola disponibilidad, integridad, confidencialidad, autenticación, no repudio y buen uso de la información que reside en un sistema informático.

La equivalencia y valor jurídico de la firma electrónica simple se encuentra regulada específicamente en el art. 6 de la citada ley, que literalmente dice “la firma electrónica simple tendrá la misma validez jurídica que la firma autógrafa, en cuanto a sus efectos jurídicos, la firma electrónica simple no tendrá validez probatoria en los mismos a los concedidos por esta ley a la

firma electrónica certificada; sin embargo podrá constituir un elemento de convicción conforme a las reglas de la sana crítica”²¹⁶.

La firma electrónica certificada debe estar sustentada en un método de creación y verificación confiable y segura, de manera que aquella sea inalterable, alertando al destinatario en caso de modificación de la información, después de ser suscrita por el signatario, quien es la persona que posee un dispositivo de creación de firma electrónica certificada y que actúa en nombre propio o a nombre de una persona natural o jurídica que representa, así lo establece el art. 3 de la Ley de Firma Electrónica²¹⁷.

Los efectos de la firma electrónica certificada son: a) Vincula un mensaje de datos con su titular, de manera exclusiva; b) Permite la verificación inequívoca de la autoría e identidad del signatario; y c) Asegura que los datos de la firma estén bajo control exclusivo del signatario. Dichos efectos se encuentran establecidos en el art. 23²¹⁸ de la Ley de Firma Electrónica.

En cuanto a los efectos jurídicos probatorios la firma electrónica certificada tendrá igual validez y los mismos efectos jurídicos y probatorios que una firma manuscrita en relación con los datos consignados en un documento o mensaje de datos electrónicos en que fuera empleada; al valorar la fuerza probatoria de un documento electrónico, se tendrá presente la confiabilidad de forma en que se haya generado, archivado, comunicado, y en la que se haya conservado la integridad de la información según art. 24²¹⁹ de la Ley de Firma Electrónica.

²¹⁶ *Ibíd.*, artículo 6.

²¹⁷ *Ibíd.*, artículo 6.

²¹⁸ *Ibíd.*, artículo 23 inc. 2.

²¹⁹ *Ibíd.*, artículo 24.

Respecto a la solicitud de los certificados electrónicos y hacer uso de la firma electrónica certificada la ley en estudio regula una inhabilitación en el uso de la firma electrónica certificada refiriéndose en al art. 26 a los menores de edad y los incapaces conforme las reglas del derecho común, los privados de libertad o los condenados por sentencia firme.

En conclusión, con la entrada en vigencias de la ley de firma electrónica y su reglamento se pretende dar seguridad jurídica a las operaciones realizadas en el comercio electrónico y que el momento donde se deba acudir a una sede judicial por transgresiones a la normativa se pueda hacer uso de este mecanismo legal el cual es la ley de firma electrónica, lo que significa que ya no encuentra aquella incertidumbre legal en cuanto a las operaciones comerciales en la web.

4.7 Ley de Protección al Consumidor

El cuerpo normativo, tiene por objeto regular las transacciones realizadas a través de las redes sociales, derechos entre proveedores y consumidores, sus derechos y obligaciones; para la presente investigación, resulta de interés su regulación referente al comercio electrónico, por lo que a continuación se hará un análisis sobre ciertas disposiciones²²⁰.

La reforma a la Ley de Protección al Consumidor (LPC), en la que se incorpora por primera vez, la protección al consumidor en el comercio electrónico fue a partir del 7 de agosto del año 2018²²¹, entendido éste como el proceso de contratación o intercambio de bienes, servicios e información comercial a través de redes de comunicación de datos.

²²⁰ Ley de Protección al Consumidor, (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2005), artículo 1.

²²¹ Diario Oficial Tomo No. 420, Número 141, lunes, 30 de julio de 2018.

4.7.1 Objeto y ámbito de aplicación

Sobre la LPC, en referencia a su objeto y su ámbito de aplicación, según la normativa se puede decir de la siguiente manera: “(...) es proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores, (...)”²²².

De la misma manera, su ámbito de aplicación de esta normativa es la siguiente: “Quedan sujetos a esta ley todos los consumidores y los proveedores, sean estos personas naturales o jurídicas en cuanto a los actos jurídicos celebrados entre ellos, relativos a la distribución, depósito, venta, arrendamiento comercial o cualquier otra forma de comercialización de bienes o contratación de servicios”²²³.

4.7.2 Derechos de los Consumidores

Los derechos de los consumidores se encuentran plasmados en un conjunto de normativas, pero para el presente caso se mencionaran los derechos consagrados en la Ley de Protección al Consumidor y el Reglamento de la misma ley, en lo referido al comercio electrónico y procedimiento sancionatorio, que prescribe: “Ser protegido en las transacciones de comercio electrónico entre proveedor y consumidor”²²⁴.

Los consumidores tienen derecho a desistir de un contrato celebrado según la Ley de Protección al Consumidor; “(...) Si el consumidor desistiere del contrato celebrado, el proveedor deberá reintegrarle lo pagado, pero podrá

²²² Ley de Protección al Consumidor, artículo 1.

²²³ Ibid, artículo 2.

²²⁴ Ibid, artículo 4 lit. q.

retener en concepto de gastos administrativos, una cantidad que no podrá exceder del monto que resulte de calcular el interés legal mercantil sobre la cantidad entregada, bien en concepto de prima, anticipo o precio total. El interés se calculará teniendo en cuenta el tiempo transcurrido entre la fecha que se realizó el pago y la fecha en la que se desistió del contrato; (...)²²⁵.

4.7.2.1 Derechos del consumidor en el comercio electrónico

El comercio electrónico gana cada día mayor protagonismo en El Salvador, es por ello que uno de los derechos que prescribe la Ley de Protección al Consumidor, es la protección al consumidor en este rubro y lo define de la siguiente manera: “Para efectos de esta ley, se entenderá comercio electrónico, como el proceso de contratación o intercambio de bienes, servicios e información comercial a través de redes de comunicación de datos²²⁶”.

Asimismo, la normativa establece en qué casos se puede hacer uso del derecho de la reversión de pagos, la cual prescribe de la siguiente manera: “Cuando las ventas de bienes o servicios se realicen con proveedores legalmente establecidos en El Salvador mediante comercio electrónico o cualquier otra modalidad de contratación, los proveedores de bienes o servicios deberán reversar los pagos que solicite el consumidor cuando:

a) Ejercer su derecho de retracto; b) El producto adquirido no haya sido recibido, o el servicio contratado no haya sido prestado; c) El objeto del contrato no corresponda con lo solicitado, o resulte defectuoso; y d) Existan errores en el cobro de las transacciones por fallas en los sistemas de pago

²²⁵ Ibid, artículo 13, inc. 4º.

²²⁶ Ibid, artículo 13-C.

de terceros. El plazo para aplicar la reversión del pago será de 15 días desde la fecha en que el consumidor presentó su reclamo; (...)”²²⁷.

Una de las obligaciones especiales para proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico son las siguientes, previa a la celebración de transacciones efectuadas a través de comercio electrónico, los proveedores de bienes y servicios legalmente constituidos en El Salvador, en sus relaciones con los consumidores, están obligados a cumplir con lo siguiente:

a) Utilizar la información personal y crediticia proporcionada por el consumidor, en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a terceros ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del consumidor titular de la información, y únicamente en las condiciones en que esta haya sido conferida, o por requerimiento de autoridad competente²²⁸.

b) Adoptar sistemas de seguridad, efectivos y confiables, deseablemente certificados, con el objeto de proteger la seguridad, integridad y confidencialidad de las transacciones de todo tipo, en especial las financieras, y los pagos realizados por los consumidores. El proveedor será responsable por las fallas en la seguridad en sus sistemas. El proveedor deberá informar el nombre de la entidad certificadora del sitio web, o que no cuenta con certificación²²⁹.

²²⁷ Ibid, artículo 13-D.

²²⁸ Ibid, artículo 21-A, lit. a.

²²⁹ Ibid, artículo 21-A, lit. b.

c) Incluir en un lugar visible, dentro de su sitio web, su identidad, especificando su nombre comercial y razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), su dirección, teléfono y correo electrónico, (...) ²³⁰.

Siguiendo el orden de ideas, se debe contar con los términos y condiciones para el uso del sitio web, la normativa establece que se debe contar con los términos y condiciones en un lugar visible y de fácil acceso, los cuales deberán contener como mínimo, los siguientes requisitos:

1. La identificación del proveedor. 2. Identificación de los medios a los que puede abocarse el consumidor para presentar sus reclamaciones, o solicitarle aclaraciones; 3. Derechos y obligaciones especiales de las partes derivadas de la relación contractual. 4. Medios de pago que se podrán utilizar. 5. Políticas del proveedor en relación a la garantía de los productos, derecho de retracto y reversión de pagos, con las mismas o similares facilidades que tuvo para contratar. 6. Condiciones y sistemas de despacho y entrega disponibles en el sitio web. 7. Los demás contenidos que cada proveedor estime pertinentes ²³¹.

Otra de las obligaciones de los proveedores es de bienes y servicios mediante el comercio electrónico, en la fase de contratación y posterior a ella y la normativa lo establece así:

a) Presentar al consumidor, antes de la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir, con su descripción completa; el precio individual de cada uno de ellos; el precio total de los bienes o

²³⁰ Ibid, artículo 21-A, lit. c.

²³¹ Ibid., artículo 21-A, lit. d.

servicios, de ser aplicable; los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío u otro concepto, y el total a cancelar el consumidor, a fin de que éste, lo acepte, realice correcciones o cancele la transacción. El resumen de la compra deberá estar disponible para su impresión y/o descarga²³².

b) Confirmar al consumidor la recepción de la orden que contiene la compra realizada por éste, a más tardar el día calendario siguiente de efectuada, señalando el tiempo de entrega, el desglose de los productos y servicios adquiridos y sus precios, 48 LPC impuestos aplicables, gastos de envío, en caso apliquen, y el monto total de la transacción²³³.

En conclusión, el comercio electrónico tiene su fundamento jurídico en El Salvador, desde la Constitución hasta las leyes especiales, y el contrato electrónico, como cualquier otro contrato, tiene requisitos de validez y de existencia, y la falta de estos puede dejarlos sin efectos, además los derechos sustantivos de los consumidores se encuentran establecidos así como las obligaciones de los proveedores, pero la firma electrónica, herramienta vital para el comercio electrónico, aún no se encuentra en funcionamiento, pese a que el Estado promueve el uso de las tecnologías de la información, por lo tanto no basta tener un marco normativo que lo regule si no existen los recursos materiales que le den vida, siendo este un desafío muy grande que el comercio electrónico debe superar en El Salvador.

²³² Ibid, artículo 21-B, lit. a.

²³³ Ibid, artículo 21-B, lit. b.

CAPITULO V

PROCEDIMIENTO Y RESOLUCIÓN

En el presente capítulo se desarrolla el procedimiento administrativo en caso de violación a los derechos de los consumidores o incumplimiento de obligaciones por parte de proveedor, que se tramita ante la Defensoría del Consumidor, desde la perspectiva legal, haciéndose mención sobre las disposiciones que lo regulan tanto en la Ley de Protección al Consumidor, como su Reglamento, una entrevista realizada al técnico supervisor de atención descentralizada, además de un breve análisis de que es un documento con fuerza ejecutiva, que habilita a un proceso ejecutivo.

5.1 Reglamento de la Ley Protección al Consumidor

El Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor “tiene por objeto la ejecución y desarrollo de las disposiciones contenidas en la Ley de Protección al Consumidor” y dentro de su ámbito de aplicación “Están sujetos a esta regulación todos los consumidores y proveedores, en los términos establecidos en el art. 2 de la Ley de Protección al Consumidor, (...)”²³⁴.

5.2 Medios alternos de solución de conflictos

La Defensoría cuenta con un centro de solución de controversias, al interponer la denuncia ante este centro, la Defensoría analizará, dentro de un plazo máximo de tres días contados a partir de la presentación, si la materia

²³⁴ Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor (El Salvador: Asamblea Legislativa, 2015), artículo 1.

sobre la que versa es de su competencia, si la controversia puede ser sometida a medios alternos y si el reclamo reúne los requisitos previstos por el legislador, si la denuncia se realice por medios no presenciales o a través de ventanillas de atención descentralizadas, el plazo de análisis de procedencia de la misma podrá extenderse hasta cinco días²³⁵.

En caso de que la solicitud no proceda una medida alterna de conflicto, su improcedencia deberá declararse por medio de un acto administrativo, dentro del plazo de tres días contados desde la presentación de la solicitud. Declarada la improcedencia, se iniciará el procedimiento sancionatorio mediante la remisión al Tribunal Sancionador de la certificación respectiva por parte del Centro de Solución de Controversias²³⁶.

5.2.1. Avenimiento

Una vez admitida la denuncia, se propondrá un avenimiento entre el consumidor y el proveedor, basado en la equidad y justicia, aplicando un mecanismo en el que se haga uso de cuanto medio se estime adecuado. Además, se intentará la comunicación directa con el proveedor por cualquier medio idóneo para buscar una solución expedita a la pretensión del consumidor; en caso que se obtenga una resolución favorable para el denunciante, la Defensoría dará seguimiento al asunto²³⁷.

Si no se resuelve la controversia planteada o la solución aceptada no se cumple en tiempo y forma, el consumidor interesado, su apoderado o representante legal en su caso, deberá ratificar su denuncia por cualquier

²³⁵ *Ibíd.*, artículo 68.

²³⁶ *Ibíd.*, artículo 69.

²³⁷ Ley de Protección al Consumidor, artículo 110.

medio, la Defensoría le prevendrá, a efecto que presente la documentación necesaria para continuar con el procedimiento²³⁸.

5.2.2 Conciliación

La Conciliación procederá cuando exista petición expresa del consumidor para ello, o si una vez intentado el avenimiento sin ningún resultado satisfactorio las partes no soliciten la mediación o el arbitraje. Para tal fin, se citará a conciliación hasta por segunda vez al supuesto responsable del hecho denunciado²³⁹. La Defensoría realizará el nombramiento del conciliador, dentro del término de cinco días, pudiendo designar además un sustituto para que pueda comparecer a la audiencia, en caso que el conciliador designado no se presentare por razones de fuerza mayor²⁴⁰.

En el mismo plazo, se fijará fecha y hora para la audiencia conciliatoria, la cual podrá realizarse en una o varias sesiones. Si en la sesión, las partes deciden de común acuerdo posponer la discusión para una sesión futura, se suspenderá la audiencia de conciliación y se fijará nueva fecha para continuarla. En tal caso, se levantará un acta haciendo constar la suspensión y la fecha en que se celebrará la nueva sesión²⁴¹.

5.2.2.1 Incomparecencia a la audiencia

En caso que alguna de las partes no se presentare a la audiencia conciliatoria, se citará por segunda vez para celebrarla en un plazo no mayor de diez días. De no asistir el proveedor por segunda vez sin causa

²³⁸ Reglamento de la Ley de Protección, artículo 77.

²³⁹ Ley de Protección al Consumidor, artículo 110.

²⁴⁰ Reglamento de la Ley de Protección, artículo 78.

²⁴¹ *Ibíd.*

justificada, se presumirá legalmente como cierto lo manifestado por el consumidor, haciéndolo constar en acta y se remitirá el expediente al TS, para que se inicie el procedimiento que corresponda²⁴².

En caso que el consumidor no asista por segunda vez a la audiencia de conciliación y no presente justificación, se tendrá por desistido el reclamo y se archivará el expediente, no pudiendo éste presentar otro reclamo por los mismos hechos. La justificación de inasistencia tendrá que presentarse en el plazo de tres días contados a partir de la fecha de la audiencia²⁴³.

5.2.3 Mediación

Procederá la mediación cuando el consumidor la solicite de manera expresa; para tal fin, se citará a mediación hasta por segunda vez, al supuesto responsable del hecho denunciado. La Defensoría dentro de los cinco días siguientes designará inmediatamente un mediador, que será un facilitador de la comunicación entre las partes; luego procederá a citarlas para la primera audiencia conjunta²⁴⁴, respecto a la modalidad de las audiencias, se podrá hacer igual que en el caso de la conciliación.

En la primera audiencia conjunta, el mediador iniciará el procedimiento indicando a las partes el rol que desempeñará durante la mediación, les brindará información básica sobre el procedimiento a seguir y concretará las reglas de comportamiento que deben observar en las audiencias. El mediador podrá celebrar audiencias privadas con cada uno de los interesados, previa comunicación y consentimiento de la otra parte. Durante

²⁴² Ley de Protección al consumidor, artículo 112.

²⁴³ *Ibíd.*

²⁴⁴ *Ibíd.*, artículo 115.

el procedimiento de mediación, los mediadores deberán respetar los principios de confidencialidad e imparcialidad, según art. 116²⁴⁵ Ley de Protección al Consumidor.

En caso de lograr un acuerdo en el Centro de Solución de Controversia, será obligación de este, verificar el efectivo cumplimiento de los acuerdos suscritos por las partes, bajo las siguientes pautas de actuación: a) el sistema de seguimiento y verificación por parte del Centro, se realizará a través de llamadas telefónicas, vía electrónica, o por medios escritos; b) el seguimiento se hará una vez vencido el plazo establecido en el acuerdo como fecha máxima para el cumplimiento de lo acordado; y c) el seguimiento se deberá dejar constancia en acta suscrita por la persona designada para tal fin²⁴⁶.

5.2.4 Arbitraje

La Ley de Protección al Consumidor establece en su art. 119²⁴⁷ que, si no se lograre resolver el conflicto por medio de la conciliación o la mediación, se propondrá a los interesados en el asunto, que el conflicto sea sometido a arbitraje, el cual se desarrollará de acuerdo al procedimiento establecido en la presente ley y su reglamento, el cual podrá ser modificado por las partes de común acuerdo, siempre que se respeten los principios de establecidos en la Constitución y derecho común.

La misma disposición dice que en los arbitrajes en materia relacionada con los derechos de los consumidores no tendrá aplicación las normas

²⁴⁵ *Ibíd.*, artículo 116.

²⁴⁶ Reglamento de la Ley de Protección, artículo 82.

²⁴⁷ Ley de Protección al Consumidor, artículo 119.

contenidas en la ley de mediación, conciliación y arbitraje, salvo de forma supletoria, para lo que no se regulo de forma expresa en la Ley de Protección al Consumidor. Así mismo, establece que podrá implementar sistemas generales y voluntarios de adhesión de proveedores al arbitraje de consumo para lo cual se requerirá la expresión de su voluntad por medio de ofertas públicas o por declaraciones de sometimiento depositadas en la defensoría, en los que conste de manera inequívoca la voluntad del proveedor de someter sus controversias en materia de consumo, al arbitraje regulado en la presente ley y previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento²⁴⁸.

5.2.4.1 Tipos de arbitraje

El art. 120 de la Ley de Protección al Consumidor establece que las materias sometidas al proceso arbitral se podrán resolver por medio de arbitraje basado en equidad, arbitraje técnico o arbitraje de derecho. Además establece una definición de cada que se debe entender por cada uno, siendo estas definiciones las siguientes: **a)** Arbitraje en equidad; llamado también de amigables componedores, que es aquel en que los árbitros proceden con entera libertad, deciden según sea más conveniente al interés de las partes, sin atender más que a su conciencia, la verdad y la buena fe; **b)** Arbitraje Técnico; es aquel cuando los árbitros pronuncian su fallo en razón de sus específicos conocimientos en una determinada ciencia, arte u oficio; y **c)** Arbitraje de derecho; es aquel en el cual los árbitros fundamentan su decisión en el derecho positivo vigente.

²⁴⁸ *Ibíd.*

Para iniciar el arbitraje no es necesaria agotar previamente la conciliación y/o mediación, puede iniciarse si las partes así lo han acordado en el contrato, o cláusula compromisoria al mismo. Si se tratase de un contrato de adhesión, la cláusula arbitral no deberá formar parte de las cláusulas, sino que debe aparecer como cláusula adicional libremente discutida por las partes²⁴⁹. El arbitraje será gratuito para las partes, salvo que estas decidan contratar árbitros por su cuenta, en tal caso, asumirán los costos por su cuenta²⁵⁰.

La solicitud de arbitraje deberá reunir los siguientes requisitos: a) Los datos que permitan identificar al consumidor y lugar donde puede ser notificado; b) Los datos que permitan identificar al proveedor y lugar donde puede ser notificado; c) La descripción breve de la disputa y el monto de la misma; d) La petición de someter la disputa a arbitraje, la clase de arbitraje propuesto y en caso de ser procedente, la designación del árbitro que le corresponde, o bien la solicitud de que los árbitros sean designados por la Defensoría. En caso de existir acuerdo previo de arbitrajes entre las partes, deberá anexarse copia de dicho acuerdo; y e) Lugar o medio técnico para recibir notificaciones. Así lo establece el art. 121 de la Ley de Protección al Consumidor²⁵¹.

El proveedor o el consumidor, según sea el caso, deberán manifestar a la defensoría, dentro de cinco días hábiles de recibida la notificación de la solicitud de arbitraje, si acepta o rechaza el sometimiento al proceso arbitral, en caso de que no exista acuerdo previo; su no contestación se tendrá como negativa y se archivará el expediente, siempre y cuando no existan elementos sobre el posible cometimiento de una infracción, pues en tal caso

²⁴⁹ *Ibíd.*

²⁵⁰ *Ibíd.*

²⁵¹ *Ibíd.*, artículo 121.

se tramitará el correspondiente procedimiento sancionador, que se desarrollará posteriormente en la presente investigación. En caso de aceptar el arbitraje propuesto, su contestación deberá reunir en lo pertinente los requisitos establecidos para la solicitud de arbitraje²⁵².

El arbitraje de consumo será en equidad, salvo que el monto de la reclamación sea superior a tres mil dólares, y que las partes opten por el arbitraje técnico o de derecho en la etapa de conciliación, o cuando el acuerdo de sometimiento a la jurisdicción arbitral de consumo se realice ante la Defensoría. Cuando se actúe por medio de apoderado o representante legal, deberá legitimarse adecuadamente la personería con la que actúa.

En caso de que exista acuerdo previo, la Defensoría notificará de la presentación de la solicitud a la otra parte, a efecto de que designe el árbitro que le corresponde si procediere, o acuerde la designación del árbitro único según sea el caso, si tuviere estas facultades; de no hacerlos, el nombramiento lo hará la Defensoría.

5.2.4.2 Árbitros

La presidencia de la Defensoría acreditará árbitros institucionales, y ordenará su inclusión al listado oficial de árbitros del Centro de Solución de Controversias²⁵³. Cuando la Defensoría deba nombrar un árbitro, ya sea porque las partes así se lo hayan solicitado, o porque estas no llegaron a un acuerdo, la Defensoría lo elegirá de entre el listado oficial de árbitros acreditados por la misma, en caso que las partes sometidas a un arbitraje de consumo soliciten un árbitro independiente, la presidencia de la Defensoría

²⁵² *Ibíd.*, artículo 124.

²⁵³ Reglamento de la Ley de Protección, artículo 83.

deberá autorizar la participación de los mismos. Su remuneración correrá a cargo de la Defensoría, salvo el caso en que las partes o alguna de ellas decida nombrar su propio árbitro, en cuyo caso la remuneración será por su cuenta²⁵⁴.

Sólo las personas naturales que se encuentren en el pleno ejercicio de sus derechos ciudadanos podrán ser designadas como árbitros, en los arbitrajes de equidad. Cuando el arbitraje hubiere de decidirse con sujeción a derecho, es decir un arbitraje jurídico, los árbitros serán, además, abogados en el libre ejercicio de la profesión. Cuando el arbitraje se deba resolver conforme a normas o principios técnicos, es decir, arbitraje técnico, los árbitros deberán ser expertos en el arte, profesión u oficio respectivo²⁵⁵.

En caso de disputas cuya cuantía sea inferior a tres mil dólares de los Estados Unidos de América, conocerá del procedimiento abreviado un solo árbitro, nombrado por la Defensoría o por las partes, si llegan a común acuerdo. En caso de que la cuantía sea superior a tres mil dólares de los Estados Unidos de América, podrá conocer un tribunal de árbitro único o de tres árbitros nombrados por la Defensoría, según la voluntad de las partes; salvo que éstas dispusieren designar de común acuerdo, en el primer caso al árbitro, o nombrar cada una un árbitro en el segundo caso, debiendo los árbitros así designados nombrar al tercer; en caso de no ponerse de acuerdo, la designación la hará la Defensoría.

Los árbitros deberán ser imparciales, toda persona propuesta como árbitro, antes de aceptar su nombramiento, hará saber a las partes, al Centro y a los demás árbitros que hayan sido nombrados, cualquier circunstancia que no

²⁵⁴ Ley de Protección al Consumidor, artículo 125.

²⁵⁵ *Ibíd.*

garantice su imparcialidad. Asimismo, si en el período comprendido entre la aceptación del cargo y la oportunidad en la cual se dicte laudo, surgiere alguna situación que afecte su imparcialidad o independencia, el árbitro deberá comunicarlo inmediatamente y por escrito al Centro²⁵⁶.

Los árbitros podrán ser recusados por las partes ante la Defensoría por cualquier circunstancia motivada que haga dudar de su imparcialidad; en cuyo caso la Defensoría decidirá sobre el asunto, previa audiencia al árbitro recusado dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes. El árbitro recusado podrá renunciar a su cargo, sin que dicha renuncia se tome como aceptación del motivo de la recusación aludida²⁵⁷. En caso de haber lugar a la recusación, renuncia, muerte, enfermedad del árbitro o por cualquier otra circunstancia que no haga posible la continuidad de sus funciones, la parte que lo nombró podrá sustituirlo, de no hacerlo, la Defensoría procederá a su sustitución²⁵⁸.

5.2.4.3 Proceso

Una vez el árbitro único o el tercer árbitro, según sea el caso, manifieste su aceptación del cargo a la Defensoría y a las partes por escrito, iniciará el plazo del proceso arbitral, debiendo dictarse el laudo arbitral dentro de los sesenta días siguientes para el procedimiento común y cuarenta días para el procedimiento abreviado para menor cuantía, salvo que las partes decidan de común acuerdo prorrogar dichos términos²⁵⁹. Cuando el árbitro manifieste la aceptación del cargo, la Defensoría procederá a instalar el tribunal arbitral nombrando al presidente y secretario del mismo, y señalará el plazo de cinco

²⁵⁶ Reglamento de la Ley de Protección, artículo 85.

²⁵⁷ Ley de Protección al Consumidor, artículo 126.

²⁵⁸ Ibid., artículo 127.

²⁵⁹ Ibid., artículo 128.

días contados a partir de la realización de esta audiencia para que el consumidor presente su demanda²⁶⁰, así lo establece la Ley de Protección al Consumidor en sus disposiciones, específicamente en los arts. 128 y 129

La demanda deberá contener como requisitos mínimos: a) Nombre y dirección de las partes; b) La relación de los hechos; c) El petitorio; d) La enumeración y ofrecimiento de la prueba; y e) Designación del lugar o medio técnico para recibir notificaciones y lugar para emplazar al demandado. A la demanda, deberá anexarse la prueba documental que se pretende hacer valer, y en su caso, el comprobante del recibo de pago de los honorarios de los árbitros. El ofrecimiento y aportación de prueba referente a hechos nuevos o supervenientes quedarán sujetos a la resolución motivada del tribunal arbitral para su aceptación. La demanda sólo podrá modificarse antes de la contestación de la misma²⁶¹.

La contestación de la demanda deberá llenar en lo pertinente, los requisitos establecidos para la demanda, y deberá realizarse en el plazo de cinco días hábiles contados a partir de la notificación del auto de admisión de aquella. Al contestarse la demanda podrá reconvenirse al demandante, en cuyo caso éste deberá contestar la reconvención en el término de cinco días hábiles contados a partir de la notificación de la reconvención. Con la contestación deberán oponerse las excepciones que se pretendan hacer valer²⁶².

Las audiencias de prueba se realizarán previa cita de las partes y con la presencia de todos los miembros del tribunal. Las pruebas serán valoradas

²⁶⁰ *Ibíd.*, artículo 129.

²⁶¹ *Ibíd.*, artículo 130.

²⁶² *Ibíd.*, artículo 131.

según las reglas de la sana crítica²⁶³. Los alegatos serán orales y las partes presentarán al tribunal arbitral un resumen escrito de ellos²⁶⁴.

Durante los procedimientos de arbitraje de consumo, podrá recurrirse a la opinión de uno o más peritos nombrados por el árbitro, excepto que todas las partes propongan espontánea y unánimemente el nombramiento de dos peritos o de uno sólo. Para este efecto, se prevendrá a las partes que concurran a la oficina del Centro de Solución de Controversias y Medios Alternos de Solución de Conflictos de la Defensoría, y si no concurrieren todas ellas, o no se pusieren de acuerdo en el nombramiento, el árbitro procederá a efectuarlo. En el caso de discordia entre los peritos, el árbitro nombrará un tercero para que la dirima²⁶⁵.

El laudo arbitral se dictará por escrito y será definitivo, inapelable y obligatorio para las partes, quienes deberán cumplirlo dentro de los quince días siguientes al de su notificación. El tribunal deberá siempre fundamentar o motivar su laudo según sea el caso; deberá ser firmado por los árbitros y contendrá la fecha y lugar en que se dictó. Cuando haya tres árbitros y uno de ellos no firme, se indicará en el laudo el motivo de la ausencia de la firma.

El tribunal arbitral citará a las partes con antelación para entregarles en audiencia copia del laudo firmada por los árbitros, la cual servirá de legal notificación de su contenido, levantando el acta correspondiente. El laudo se tendrá por notificado, no obstante, la inasistencia de las partes²⁶⁶. El original del laudo se depositará en la Defensoría. La certificación del laudo arbitral firme tiene la misma fuerza y validez de una sentencia judicial ejecutoriada y

²⁶³ *Ibíd.*, artículo 132.

²⁶⁴ *Ibíd.*, artículo 134.

²⁶⁵ *Ibíd.*, artículo 133.

²⁶⁶ *Ibíd.*, artículo 136.

pasada en autoridad de cosa juzgada y deberá ser expedida por la Defensoría²⁶⁷.

5.3 Inicio del proceso ante la Defensoría del Consumidor

La Ley de Protección al Consumidor establece en su art. 97 que todos los procedimientos administrativos que se tramiten en la Defensoría del Consumidor, se actuarán con respeto a los derechos fundamentales y de acuerdo al régimen de garantías establecidas en la Constitución, tratados vigentes sobre la materia y el derecho común²⁶⁸, es lo que se conoce como principio de legalidad, pues sus actuaciones están sometidas a las leyes de la República.

El inicio de un proceso en los Centros de Solución de Controversias de la Defensoría del Consumidor, ésta puede ser sometido a los medios alternos de solución de conflictos, de acuerdo al art. 68 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor que dispone lo siguiente: “Interpuesta una denuncia ante el Centro de Solución de Controversias, la Defensoría analizará, dentro de un plazo máximo de tres días contados a partir de la presentación, si la materia sobre la que versa es de su competencia, si la controversia puede ser sometida a medios alternos y si el reclamo reúne los requisitos previstos por el legislador.

En los casos en que la interposición de la denuncia se realice por medios no presenciales o a través de ventanillas de atención descentralizadas, el plazo de análisis de procedencia de la misma podrá extenderse hasta cinco días. Durante esta fase de análisis de la denuncia, la Defensoría podrá realizar

²⁶⁷ *Ibíd.*, artículo 142.

²⁶⁸ Ley de Protección al consumidor, artículo 97.

gestiones frente al proveedor, que permitan complementar o aclarar los datos aportados en la misma”²⁶⁹.

Mediante entrevista realizada al licenciado Carlos Masis, quien desempeña el cargo de técnico supervisor de atención descentralizada, ubicado en la oficina Plan de La Laguna Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad, manifestó que la denuncia se puede hacer por las siguientes formas: Además agregó respecto al análisis que hace la Defensoría es para verificar que exista una relación de consumo.

5.3.1 Medidas cautelares

La Ley de Protección al Consumidor establece que se pueden decretar medidas cautelares cuando exista un riesgo inminente a los derechos a la vida, salud, seguridad y medio ambiente en el consumo o uso de bienes o servicios, el presidente de la Defensoría podrá decretar medidas cautelares de oficio; debiendo promover el procedimiento sancionatorio, dentro de los cinco días siguientes. De haberse decretado medidas cautelares y una vez iniciado el procedimiento y previa audiencia especial convocada al efecto, el Tribunal Sancionador deberá pronunciarse sobre dichas medidas²⁷⁰

El art. 100 Ley de Protección al Consumidor, establece que entre las medidas cautelares que se pueden adoptar se encuentran: **a)** El retiro o suspensión provisional de la producción o comercialización de bienes o prestación de servicios; **b)** El decomiso provisional de bienes peligrosos, adulterados, deteriorados o falsificados; **c)** Ordenar el cese de actividades prohibidas en la ley u ordenar el cumplimiento de las obligaciones

²⁶⁹ Ibid, artículo 68.

²⁷⁰ Ley de Protección al Consumidor, artículo 99.

establecidas en la misma; y **d)** La rendición de fianza suficiente para garantizar los resultados de los procedimientos²⁷¹.

Cuando la presidencia de la Defensoría del Consumidor haya decretado medida cautelar, esta debe ser sustentada de acuerdo a lo establecido en los artículos 99 y 100 de la Ley de Protección al Consumidor, como prescribe el artículo 96 de su reglamento; “En los casos que la Presidencia de la Defensoría haya decretado medidas cautelares conforme a lo dispuesto en los Arts. 99 y 100 de la Ley, una vez recibida la denuncia, el Tribunal citará al proveedor para que comparezca a audiencia especial, a fin que se pronuncie sobre las medidas decretadas”²⁷².

Si la denuncia es tramitada conforme al procedimiento simplificado y se hubieren decretado medida cautelar, el Tribunal dará audiencia al proveedor en la misma resolución de inicio, art. 96 del reglamento; “Cuando la denuncia deba tramitarse conforme al procedimiento simplificado y se hubieren adoptado medidas cautelares anticipadamente, el Tribunal dará audiencia al proveedor en la misma resolución de inicio, para que se pronuncie sobre las medidas decretadas en el mismo plazo otorgado para la contestación. Cuando sea el Tribunal Sancionador el que adopte las medidas, deberá motivar la procedencia de las mismas, justificando la concurrencia de los supuestos previstos en el art. 99 de la Ley. También deberá expresar claramente los alcances de la medida adoptada”²⁷³.

La Ley de Procedimientos Administrativos respecto a las medidas provisionales dice lo siguiente, una vez iniciado el procedimiento el órgano

²⁷¹ *Ibíd.*, artículo 100.

²⁷² Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, artículo 96, inciso 1º.

²⁷³ *Ibíd.*, artículo 96 inciso 5º.

competente para resolverlo podrá adoptar las medidas provisionales que estime conveniente, art. 78 de la LPA “Iniciado el procedimiento, el órgano competente para resolverlo podrá adoptar las medidas provisionales que estime oportunas, asegurar la eficacia de la resolución, siempre que exista apariencia de buen derecho y peligro, lesión o frustración por demora. No se podrán dictar medidas provisionales susceptibles de causar perjuicios de imposible o de difícil reparación a los interesados, o que impliquen violaciones de los derechos amparados por la ley”²⁷⁴.

5.3.2 Proceso sancionatorio

El proceso sancionatorio ante la Defensoría puede iniciarse por cualquiera de las siguientes formas: a) Cuando alguna de las partes haya desistido de someter el conflicto a alguno de los medios alternos de solución de controversias; b) Si se tratare de intereses colectivos o difusos; si tratándose de intereses individuales no hubo arreglo en la mediación o conciliación; y c) Al tener la Defensoría conocimiento de la infracción por cualquier medio, así lo establece el art. 143 de la Ley de Protección al Consumidor²⁷⁵.

El proceso sancionatorio inicia después de la certificación remitida del Centro de Solución de Controversias, se cierra el expediente, manifestando que no se llegó a ningún acuerdo y se envía al Tribunal Sancionador; “En los casos en que el procedimiento sancionador deba iniciar con la certificación remitida por el Centro de Solución de Controversias, el expediente tramitado en esta sede deberá cerrarse con un acto administrativo que exprese que no se llegó a acuerdo alguno, que una de las partes desistió de someter el conflicto a medios alternos de solución de conflictos, o que se declaró la improcedencia

²⁷⁴ Ley de Procedimientos Administrativos, artículo 78.

²⁷⁵ *Ibíd.*, artículo 143.

de estos medios. La certificación de este acto será remitida al Tribunal en el plazo establecido por la Ley²⁷⁶.

Cuando se trate de intereses colectivos o difusos, se remitirá el expediente a la presidencia de la Defensoría del Consumidor, de acuerdo al art. 91 inciso segundo; “Tratándose de intereses colectivos o difusos, no obstante llegarse a un arreglo conciliatorio, se remitirá el expediente a la Presidencia de la Defensoría, para que proceda a presentar la denuncia que permita iniciar el procedimiento sancionatorio, en los casos en que existan elementos suficientes sobre el posible cometimiento de una infracción”²⁷⁷.

No se puede dejar de mencionar algunos derechos para cualquier infractor de las normativas que protegen los derechos de los consumidores, estos se encuentran en la LPA, el derechos del presunto infractor, art. 140: a) a ser informado de los términos de la imputación, incluyendo los hechos que se le atribuyen, las infracciones que tales hechos puedan constituir y las sanciones que, en su caso, se le pudieran imponer; así como de la autoridad competente para imponer la sanción y de la norma que atribuye tal competencia. b) A formular alegaciones, presentar pruebas de descargo y utilizar todos los medios de defensa admitidos por el ordenamiento jurídico, que resulten procedentes. c) A no declarar contra sí mismo²⁷⁸.

5.3.2.1 Medios de prueba

Sobre los medios de prueba que son utilizados en la Defensoría del Consumidor, las partes podrán solicitar la práctica de las pruebas que

²⁷⁶ *Ibíd.*, artículo 91, inciso 1º.

²⁷⁷ *Ibíd.*, artículo 91, inciso 2º.

²⁷⁸ Ley de Procedimientos Administrativos, artículo 140.

estimen pertinentes, al respecto el art. 97 del reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, establece: “Las partes podrán solicitar la práctica de las pruebas que estimen pertinentes y el Tribunal podrá también ordenarlas de oficio. Cuando el Tribunal disponga la realización de prueba pericial, podrá nombrar a los peritos de entre los incluidos en la lista con que cuente la Defensoría, o de entre los que presten sus servicios con base en convenios o acuerdos de cooperación celebrados por la Defensoría con otras instituciones. También, podrá solicitarse el apoyo a otras instituciones de la Administración Pública, para la designación de un experto en la materia de que se trate”²⁷⁹.

Al respecto sobre los medios de prueba el artículo 167 de la Ley de Protección al Consumidor, advierte de la aplicación supletoria de la legislación común, que dice: “En lo no previsto en esta ley, se aplicarán las disposiciones del derecho común siempre que no contradigan los principios que informan la presente”²⁸⁰.

Sobre lo anterior en los procesos que se tramitan en la Defensoría del Consumidor y por ende en el Tribunal Sancionador, se aplican los medios de prueba que se establecen en el Código Procesal Civil y Mercantil desde el art. 312 y siguientes, sobre lo mencionado el art. 312 prescribe: “Las partes tienen derecho a probar, en igualdad de condiciones, las afirmaciones que hubieran dado a conocer sobre los hechos controvertidos que son fundamento de la pretensión o de la oposición a ésta; a que el juez tenga en cuenta, en la sentencia o decisión, las pruebas producidas; y a utilizar los medios que este código prevé, (...)”²⁸¹.

²⁷⁹ Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, artículo 97.

²⁸⁰ Ley de Protección al Consumidor, artículo 167.

²⁸¹ Código Procesal Civil y Mercantil, artículo 312.

Respecto de la prueba que presentan los interesados en el proceso, la LPA manifiesta lo siguiente: que esta puede ser rechazada cuando sea manifiestamente impertinente o ésta sea inútil, mediante una resolución motivada, de acuerdo al art. 106 inc. 4º, “El instructor del procedimiento sólo podrá rechazar las pruebas propuestas por los interesados, cuando sea manifiestamente impertinentes o inútiles, mediante resolución motivada”²⁸².

5.3.2.2 Resolución final

Concluidos los trámites del proceso de una denuncia ya sea que son enviadas de los Centros de Solución de Controversias de la Defensoría del Consumidor o por parte de la presidencia de la misma institución, el Tribunal Sancionador emitirá una resolución final en el término de diez días después de concluidas las actuaciones, así lo establece el art. 98 del reglamento de la Ley de Protección al Consumidor: “La resolución final se emitirá en el término de diez días después de concluidas las actuaciones”²⁸³, la cual admitirá recurso de revocatoria y se tramitará conforme al derecho común, es decir, ante el tribunal que la emite.

El TS podrá de oficio, o a instancia de parte, aclarar conceptos si estos se consideran oscuros, también podrá corregir errores materiales que contengan las resoluciones. Las aclaraciones y/o correcciones podrán hacerse dentro de los cinco días siguientes a la notificación de la resolución, si fuesen de oficio o en su caso, a petición del interesado, presentada dentro del plazo improrrogable de tres días siguientes al de la notificación de la resolución. El recurso de revocatoria tendrá carácter optativo para efectos de

²⁸² Ley de Procedimientos Administrativos, Art. 106.

²⁸³ Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor, Art. 98.

la acción contencioso administrativa. Así lo establece el art. 148²⁸⁴ de la Ley de Protección al Consumidor

La resolución definitiva será firmada por todos los miembros del TS, aún en el caso de voto razonado. Las providencias de trámite podrán ser resueltas por uno solo de los miembros, salvo las que se refieran a la admisión o inadmisibilidad de la denuncia y a la ordenación o rechazo de la prueba. La certificación de la resolución firme que imponga una sanción o que contenga una orden de dar, hacer o entregar una cosa para la reposición de la situación alterada por el ilícito administrativo, tendrá fuerza ejecutiva.

El infractor deberá cumplir la resolución dentro de los diez días siguientes a aquél en que se le haya notificado. Si la multa no se cumple voluntariamente, la presidenta o presidente de la Defensoría solicitará al Fiscal General de la República que haga efectiva la sanción conforme a los procedimientos comunes. Cuando se hubiere dictado una medida para reponer la situación provocada por el ilícito administrativo, si el sancionado no la cumple en el plazo de diez días siguientes al de la notificación, el interesado podrá solicitar certificación de la resolución para ejercer las acciones respectivas²⁸⁵.

5.3.2.2.1 Fuerza de la resolución final

La Fuerza ejecutiva de un documento se reduce a la potestad para compeler la voluntad y hacer cumplir por vía de la fuerza que emana de un título legítimo determinadas condiciones, puede contemplarse desde distintos puntos de vista. En primer lugar, y desde un aspecto privado, la fuerza ejecutiva es la que acompaña a determinados documentos o títulos ejecutivos que abren la posibilidad de un juicio ejecutivo, y en segundo lugar

²⁸⁴ Ley de Protección al con Consumidor, artículo 148.

²⁸⁵ Ibid., artículo 149.

se dice que las sentencias y resoluciones judiciales tienen fuerza ejecutiva, como lo podría ser la resolución definitiva emitida por el TS de la Defensoría, lo que supone la posibilidad de llevar a cabo su cumplimiento de forma coercitiva e incluso por vía de apremio, si no media la colaboración del obligado.

Ahora bien, la fuerza ejecutiva no es una sustancia, característica o disposición subordinada a la autonomía de la voluntad, no es una cosa o un elemento que los particulares coloquen o disloquen arbitrariamente de los actos jurídicos que ejecutan. Más bien, la fuerza ejecutiva es una calificación previa de parte del legislador sobre determinados documentos, según la política jurídica y procesal de cada Estado, por la cual se les asigna autenticidad de valor o poder ejecutivo. Es decir que los particulares no pueden decidir qué actos jurídicos de los que realizan gozan de fuerza ejecutiva y cuáles no, no obstante que si pueden ejecutar o documentar determinados actos que se encuentran dentro del catálogo legal de los que tienen fuerza ejecutiva. Quiere decir, entonces, que sólo el legislador, a través de ley formal, puede definir qué documentos tienen fuerza ejecutiva, porque es una actividad sujeta a reserva de ley.

El objeto del proceso ejecutivo se vincula con una obligación de pago de una suma de dinero, líquida y exigible, la cual se encuentra contenida en un documento que constituye el título ejecutivo; por lo que se debe tener en cuenta que a partir del momento en el que se contrae jurídicamente una obligación, se somete al deber moral y legal de cumplir con la misma.

Es decir que cuando una obligación es adquirida por medio de un documento que trae aparejada la ejecución, se debe entender que existe una persona la cual es el legítimo dueño del objeto de esa obligación, es decir el acreedor,

siendo este el que posee el derecho de que se cumpla con esa obligación, y la otra parte se llama deudor; cuando el deudor no logra pagarle al acreedor, este tiene el derecho de ejercer una acción en contra del deudor que la ley le concede para hacer valer su derecho y así lograr el pago de la obligación a través del órgano jurisdiccional.

En dicho documento con fuerza ejecutiva, en el cual consta la obligación, ambas partes establecen sus condiciones, plazos y por supuesto el derecho que tiene el acreedor, este instrumento recibe el nombre de título ejecutivo los cuales, según la ley, están revestidos de ejecución es decir tienen fuerza ejecutiva, por lo que permiten iniciar el proceso ejecutivo para poder hacer valer el derecho de acción.

Llevar aparejada fuerza ejecutiva significa poseer aptitud eficiente y suficiente para reclamar un derecho auténtico a través del juicio ejecutivo, que en sí mismo reúne una serie de características procesales adecuadas a su esencia. Así las cosas, la finalidad del juicio ejecutivo es alcanzar el cumplimiento de una obligación cierta e indudable que consta en un antecedente auténtico. Sin fuerza ejecutiva no existe un título ejecutivo, y sin este, como antes se dijo, el proceso ejecutivo no es procedente, en atención al principio *nulla executio sine titulo* (Es nula la ejecución sin título).

En materia de derechos de los consumidores, los proveedores serán sujetos de las sanciones administrativas correspondientes, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir, es decir que en caso que la resolución definitiva sea favorable al consumidor, y el proveedor no haya cumplido con lo que se estableció en dicha resolución, el consumidor puede acudir a las instancias judiciales correspondientes.

Para ello, el consumidor con una resolución definitiva a su favor y que no se haya cumplido, puede ejercer la vía judicial con un abogado de su elección o también con auxilio de la Defensoría, pues como aclara el funcionario entrevistado, la Defensoría ofrece al consumidor acompañamiento en procuración, pues la Defensoría podrá representar a los consumidores, directamente o por medio de apoderados nombrados por la presidencia, con la finalidad de defender sus derechos en sus relaciones de consumo, ante los tribunales del país.

La representación judicial por parte de la Defensoría procederá, cuando se presente cualquiera de las siguientes situaciones: a) Se hayan agotado los medios alternos de solución de conflicto, antes mencionado, sin haber llegado a un acuerdo; b) Se haya alcanzado acuerdo conciliatorio que pueda ejecutarse; c) Exista resolución definitiva del TS que contenga decisión que pueda ser ejecutada judicialmente a favor del consumidor; y, d) En general, cuando la pretensión del consumidor pueda dar lugar a una acción judicial²⁸⁶.

El interesado en que la Defensoría le represente, deberá presentar solicitud en las oficinas de la entidad, dirigida a la presidencia, adjuntando la documentación que sirva de base a la pretensión correspondiente. Si dicha documentación se encontrase incompleta, se prevendrá al solicitante para que subsane la deficiencia u omisión dentro del plazo que se le establezca, según corresponda. Analizada la solicitud y subsanada o no la prevención, si fuere el caso, la Defensoría se pronunciará sobre aquella, admitiéndola si estuviere como se debe o denegándola²⁸⁷ si no cumple los requisitos.

²⁸⁶ Reglamento de la Ley de Protección, artículo 52.

²⁸⁷ Ibid.

Este es todo el proceso que se puede realizar vía administrativa ante la Defensoría, cualquier otra acción que el consumidor decida poner en acción, deberá hacerlo mediante la vía judicial, utilizando como base, la certificación de la resolución definitiva emitida por el Centro de Solución de Controversias y Medios Alternos de Solución de Conflictos, en caso de conciliación, mediación o arbitraje o por el TS, en caso de proceso sancionatorio.

A manera de resumen se puede decir que el comercio electrónico presenta, como cualquier otro tipo de comercio, violación de derecho o incumplimiento de obligaciones, para lo cual el afectado puede reivindicar su derecho, en el caso de los consumidores, cuentan con la Defensoría, que es el ente que vela por los derechos de los consumidores, la cual pone a disposición de los mismos diversos medios para solucionar su situación jurídica.

Para ello, la Defensoría cuenta con el Centro de Solución de Controversias y Medios Alternos de Solución de Conflictos, en el cual se pueden llevar las conciliaciones, mediaciones en el cual las partes, es decir el consumidor y el proveedor pueden llegar a un acuerdo, y también está el arbitraje, en el cual las partes se someten a decisión de lo que disponga el árbitro único o tribunal arbitral en su laudo arbitral.

En caso que no se pueda solucionar por ningún medio anterior, la Defensoría, pone a disposición la vía administrativa, a través del proceso sancionador, para ello el consumidor afectado debe ratificar su pretensión, este proceso puede culminar con una resolución definitiva, emitida por el TS, dicha sentencia tendrá fuerza ejecutiva, en caso de que el proveedor no la cumpla de forma voluntaria en el plazo establecido, el consumidor puede acudir a la vía judicial, a través de un proceso ejecutivo, por sus medio

propios, o con auxilio de la Defensoría, la cual pone a su disposición una unidad de procuración.

En conclusión, el consumidor que adquiera un bien o servicio por medio del comercio electrónico, y se le hayan violentado sus derechos o haya incumplimiento de obligaciones por parte del proveedor, puede acudir a la Defensoría del Consumidor para hacer valer sus derechos, pues como se ha mencionado, en El Salvador, existen los mecanismos jurídicos para reivindicar o restitución sus derechos, ya sea por vía administrativa, a través los medios alternos de solución de controversia de la Defensoría del Consumidor, o proceso sancionatorio ante el Tribunal Sancionador o vía judicial, a través de los tribunales con competencia en materia civil y mercantil, por lo tanto, pese que el comercio electrónico en El Salvador tenga retos y desafíos por afrontar, poco a poco se van adoptando los medios tecnológicos y creando los instrumentos jurídicos para superarlos y poder hacer uso de tan moderna y práctica modalidad de hacer comercio.

CONCLUSIONES

Es evidente como los factores tecnológicos, específicamente el internet, son herramientas que han ayudado a un mejor desarrollo de la sociedad en cada uno de sus aspectos, entre ellos el comercio, pues ha permitido agilizar el intercambio comercial, superando las barreras del comercio tradicional, dado que posibilita hacer las compras y ventas sin necesidad de estar presentes, minimizando los obstáculos como las fronteras, la distancia y el tiempo, ya que con el comercio electrónico, a diferencia del comercio tradicional, se pueden realizar intercambios comerciales a cualquier hora del día, desde la comodidad del hogar y con algo tan común como un teléfono móvil, siempre y cuando, se cuente con internet.

El fundamento jurídico del comercio electrónico en El Salvador, se puede encontrar desde la Constitución hasta las leyes especiales, y el contrato electrónico, como cualquier otro contrato, tiene requisitos de validez y de existencia, y la falta de estos puede dejarlos sin efectos, además los derechos sustantivos de los consumidores se encuentran establecidos así como las obligaciones de los proveedores, pero la firma electrónica, herramienta vital para el comercio electrónico, aún no se encuentra en funcionamiento, pese a que el Estado promueve el uso de las tecnologías de la información, por lo tanto no basta tener un marco normativo que lo regule si no existen los recursos materiales que le den vida, siendo este un desafío muy grande que el comercio electrónico debe superar en El Salvador.

El comercio electrónico son las transacciones comerciales con la utilización de medios tecnológicos, tipo de comercio que ofrece muchas ventajas tanto

a los proveedores como a los comerciantes, pero se requiere una regulación, control y vigilancia por parte del Estado, o algún ente regulador, como lo es la Defensoría del Consumidor, para minimizar riesgos, dado que, al facilitar información personal y bancaria, los usuarios podrían verse expuestos sin medidas de seguridad, para ellos, la firma electrónica es una pieza clave.

En cuanto al análisis comparativo entre la legislación de Chile, Colombia, Costa Rica y España, se pueden mencionar que, en la legislación referente al comercio electrónico existe un gran control hacia las personas que hagan uso de este tipo de comercio, como lo son las obligación del proveedor de aportar información de manera clara y precisa al consumidor, la firma electrónica, los proveedores de servicio de certificación, como el nivel de control hacia ellos y la responsabilidad de rendir cuentas cada año sobre los certificados emitidos y el estado en el que estos se encuentran.

Sobre los entes sancionadores, de los países de Chile, Colombia, Costa Rica y España, tienen aspecto a favor y contras, de los cuales El Salvador, podría tener como referentes ya sea para regular esos aspectos no regulador o modificar los que ya lo están, siempre y cuando sean compatibles con la realidad salvadoreña, no solamente la jurídica, si no también habría que tomar en cuenta aspectos como la economía, el acceso a las tecnologías, y el nivel de formación y de educación en derechos del consumidor en general,.

Para finalizar, se puede concluir que el consumidor que adquiera un bien y/o servicio por medio del comercio electrónico, y se le hayan violentado sus derechos o haya incumplimiento de obligaciones por parte del proveedor, puede acudir a la Defensoría del Consumidor para hacer valer sus derechos.

RECOMENDACIONES

A la sociedad en general, informarse sobre el comercio electrónico en general, pero especialmente en el área jurídico para conocer los derechos que están plasmados en cuerpos normativos como lo son el Código de Comercio, la Ley de Comercio Electrónico y la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento, además conocer los mecanismos de protección que están a su disposición, así como las vías para hacer valer sus derechos, ya sea vía administrativas o judiciales.

A la Defensoría del Consumidor proponer reformar a la Ley de Protección al Consumidor, para desarrollar el proceso a seguir en el comercio electrónico cuando sea transfronterizo, juntos a esto realizar una campaña informativa sobre los convenios que se han celebrado con instituciones homologas de diversos países, así mismo que se busque celebrar convenios con la sociedad organizada de otros países, por ejemplo, ong's de consumidores como la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, de Chile y la Organización de Consumidores y Usuarios, OCU, de España.

A la comunidad jurídica, formarse en el área de derechos de los consumidores, ya sea autodidacta o asistir a los diplomados que se imparten por parte de la Defensoría del Consumidor, específicamente sobre el comercio electrónico y los mecanismos de protección, como lo es la reversión de pago.

A la Asamblea Legislativa y al Gobierno de El Salvador, crear las condiciones necesarias para que entre en funcionamiento la Ley de Firma Electrónica y en consecuencia la Ley de Comercio Electrónico.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Libro

Alessandri Rodríguez, Arturo. Curso de Derecho Civil Fuentes de las Obligaciones. Redactado por Antonio, Vodanovic H., Tomo IV; Editorial Nascimento. Chile. 1976.

Tesis

Amaya Alvarado, Patricia Lisseth, Argueta Ortiz, Cindy Pamela y López Cruz, Mónica Beatriz. “Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales”. Tesis para Licenciatura. Universidad Dr. José Matías Delgado. 2011.

Amaya Cornejo, José Horacio y Saravia Alfaro, Sandra Lissette. “La seguridad jurídica de los contratos en el comercio electrónico de El Salvador”. Tesis Licenciatura. Universidad de El Salvador. 2009.

Batres Recinos, Yansy Stephany, Guevara Merino, Kattya Lissett y Sosa Miranda, Jessica Xiomara. “Documento Electrónico como medio de prueba en el código procesal Civil y Mercantil”. Tesis Licenciatura. Universidad de El Salvador. 2015.

Bonilla Hernández, Irene y Vargas Villalobos, Elsy. “Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras

y de la escuela Saint Jude”. Tesis Maestría. Universidad Estatal a distancia. Costa Rica. 2012.

Cabrera Martínez, Selvin Antonio, Hernández Huevo. Ingrid Rosalía y López Cruz, Walter Antonio. “El Comercio Electrónico como Estrategia de Rentabilidad en la Comercialización de los Medicamentos, en las Cadenas Farmacéuticas”. Tesis Licenciatura. Universidad de El Salvador. 2013.

Calderón Orellana, Mayra Jeannette, Delgado Ramírez, Juan Carlos y Rivas Hernández, Nelson Orlando. “Técnicas y Procedimientos de Auditoría para Obtener Evidencias Virtuales en Empresas que Realizan Comercio Electrónico en El Salvador”. Tesis Licenciatura0 Universidad de El Salvador. 2005.

Castillo Santos, Juana Del Milagro, Minero Moscote, Luisa Jerardina y Retana Cisneros, Reyna Patricia. “Problemática de la seguridad en la realización de las operaciones mercantiles ejecutadas en forma electrónica en El Salvador”. Tesis Licenciatura. Universidad de El Salvador. 2013.

De Paz Portillo, Sandra Guadalupe, Salgado Quintanilla, Luisa Tatiana y Tutilla Argueta, Jaira Lisbeth. “Operaciones de Comercio Electrónico y su Incidencia Tributaria”. Tesis Licenciatura. Universidad de El Salvador. 2010.

Domingos Sanca, Fernandinho. “Comercio electrónico y pago mediante tarjeta de crédito en el ordenamiento jurídico español: una propuesta para su implementación en el ordenamiento jurídico de Guinea-Bissau”. Tesis Doctoral0 Universidad Carlos III de Madrid. España. 2013.

Escalante, Rene Gustavo. "Diseño de un Portal de Transacciones Comerciales para las Pymes de El Salvador Afiliadas a Centromype". Tesis Licenciatura. Universidad Dr. José Matías Delgado. 2008.

Galeano Urias, Yuliana Nathaly, García Salinas, Kimberly Mariel y Menjivar Eguizábal, Karen Desireé. "Ventajas y desventajas de las diferentes formas de pago en línea utilizadas cuando se realiza Comercio Electrónico.", Tesis Licenciatura: Universidad de Matías Delgado, El Salvador, 2013

García-Minguillán Castillo, María del Carmen "E-commerce: proyecto de una tienda de moda", Trabajo Fin de Grado, Grado en Ingeniería Informática, Curso 2016-2017

López Flores, Sarbelio Enrique. "La firma electrónica, tecnología del siglo XXI en la legislación salvadoreña", Tesis Licenciatura: Universidad de El Salvador, El Salvador, 2007

López Morán, Mario Rolando. "Análisis jurídico sobre la contratación electrónica y sus alternativas para su aplicación en Guatemala", Tesis para optar al grado de Licenciado, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala, 2009

Mejía Zambrano, Viviana Yesenia. "Análisis de la influencia de las redes sociales en los jóvenes de los colegios del cantón yaguachi", Tesis Licenciatura, Universidad de Guayaquil, Ecuador, 2015

Pazmiño Benavides, Priscila Alexandra. "El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes", Tesis Licenciatura: Universidad Politécnica Salesiana, El Salvador, 2010

Pineda Cuéllar, Patricia Carolina “Análisis Jurídico sobre la protección de los intereses colectivos y difusos de los consumidores, bajo el marco legal salvadoreño y su injerencia en el comercio internacional”, Tesis Maestría, Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador, 2014

Portillo de Arévalo, Claudia Esther, “Necesidad de Regulación Jurídica en El Salvador, de los Contratos Electrónicos”, Tesis Licenciatura: Universidad de El Salvador, 2003

Restrepo Figueroa, Ana María. “El documento electrónico como medio de prueba en el procedimiento laboral colombiano”, Tesis Licenciatura: Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia, 2014

Reyes Krafft, Alfredo Alejandro. “Firma Electronica y entidades de certificación”; Tesis Licenciatura: Universidad Panamericana, México, 2000

Reyes Krafft, Alfredo Alejandro. “La firma electrónica y las entidades de certificación”, Tesis Doctoral. Universidad Panamerica, 2002

Serafín, Lorena Rosa. “Análisis del comercio electrónico en España”. Tesis Licenciatura. Universidad de La Laguna. España. 2014.

Legislación

Código Civil. El Salvador. Asamblea Legislativa. 1880.

Código Civil. Chile. Congreso Nacional. 1855.

Código de buenas prácticas para el comercio electrónico. Chile. Cámara de comercio de Santiago. 2018.

Código de Comercio. El Salvador. Asamblea Legislativa. 1970.

Código de Comercio. Chile. Congreso Nacional. 1865.

Código Procesal Civil y Mercantil. El Salvador. Asamblea Legislativa. 2010.

Constitución de la República de El Salvador. El Salvador. Asamblea Constituyente. 1983.

Constitución Política de Colombia. Colombia. Congreso de la República. 1991.

Constitución Política de Costa Rica. Costa Rica. Asamblea Nacional Constituyente de Costa Rica. 1949.

Constitución Política De La República De Chile. Chile. Congreso Nacional. 2005.

Decreto 2153. Colombia. Congreso de la República. 1992.

Ley 11/2005. España. Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. 2005.

Ley 15/1999. España. Jefatura del Estado. 1999.

Ley 34/2002. España. Jefatura del Estado. 2002.

Ley 527, Colombia, Congreso de la República, 1999.

Ley 59/2003. España. Jefatura del Estado. 2002.

Ley 7/1996. España. Jefatura del Estado. 1996.

Ley de certificados, firmas digitales y documentos electrónicos. Costa Rica: Asamblea Legislativa. 2005.

Ley de Comercio Electrónico. El Salvador: Asamblea Legislativa. 2020.

Ley de Firma Electrónica. El Salvador: Asamblea Legislativa. 2015.

Ley de fortalecimiento de las autoridades de competencia de Costa Rica. Costa Rica: Asamblea Legislativa. 2019.

Ley de Procedimientos Administrativos. El Salvador: Asamblea Legislativa. 2018.

Ley de Protección al Consumidor. El Salvador: Asamblea Legislativa. 2005.

Ley N° 19,496: Sobre de los derechos de los consumidores. Chile: Congreso Nacional. 1997.

Ley N° 19,799: Sobre documentos electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma. Chile: Congreso Nacional. 2002.

Ley Orgánica del Poder Judicial. Costa Rica: Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. 1993

Real Decreto 495/2020. España: Ministerio de Política Territorial y Función Pública. 2020.

Real Decreto Legislativo 1/2007. España: Ministerio de la Presidencia. 2007.

Reglamento de la Ley de Firma Electrónica. El Salvador, Asamblea Legislativa de El Salvador. 2016.

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador. 2015.

Jurisprudencia

Sala de lo Civil. Sentencia de Casación. Referencia: 93-C-2006. El Salvador. Corte Suprema de Justicia. 2007

Revistas

Análisis Legal e Institucional. Ley de firma electrónica: seguridad jurídica en el ámbito electrónico. Fusades. agosto 2015. No 176

Oswald Bruce Esquivel, Comercio electrónico y derechos del consumidor. Revista de Ciencias Jurídicas. No. 99. Setiembre-Diciembre 2002. Costa Rica: Colegio de Abogados – Facultad de Derecho de la Universidad de Costa Rica. 153-169 - Carlos de Paladella

Peña, Katusca, y Pérez, María, y Rondón, Elsiré, y "Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo." Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales, no.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65219151010>

Rojas López, Miguel David, y Suarez Botero, Diana Marcela, y Meneses Durango, Cleidy Nataly, y "Firma digital: instrumento de transmisión de información a entidades financieras." Revista Avances en Sistemas e Informática 8, no. 1 (2011):7-14. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133117278002>

Páginas electrónicas

Aleman, Uveliel. "Fomilenio II firma contrato para lanzar firma electrónica". fecha de publicación: 6 de septiembre de 2019. <https://diario.elmundo.sv/fomilenio-ii-firma-contrato-para-lanzar-firma-electronica/>

Alex Branco, "10 años de Spotify: así comenzó todo" (España, El Español, https://www.elespanol.com/omicron/tecnologia/20181010/anos-spotify-comenzo/344467081_0.html)

Anonimo, "Aprenda todo de la historia de instagram: origen, evolución y herramientas" (España, conocelahistoria.com, <http://conocelahistoria.com/c-tecnologia/historia-de-instagram>)

Bahillo, Luis. "Historia de Internet: cómo nació y cuál fue su evolución". Marketing4ecommerce. España. 20 de septiembre de 2019. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet>

Ceruzzi, Paul E., "Historia de la informática", BBVA, (2008): 109-128

Delgado, Hugo. "World Wide Web – WWW ¿Qué es? Historia y origen".
Disenowebakus. México. 04 de noviembre 2019.
<https://disenowebakus.net/world-wide-web-www.php>

Fernando Berckemeyer Olaechea, "¿Cuál es el origen del Hashtag (#) y cómo se popularizó en Internet?" (Perú, El Comercio,
<https://elcomercio.pe/tecnologia/redes-sociales/origen-hashtag-popularizo-internet-noticia-550280-noticia/>,

Guzmán, Jessica. "Ley de Comercio Electrónico no avanzará sin firma certificada". publicación del 20 de noviembre de 201.
<https://www.elsalvador.com/eldiariodehoy/ley-de-comercio-electronico-no-avanzara-sin-firma-certificada/660693/2019/>

<http://reventazon.meic.go.cr/informacion/gaceta/2017/octubre/40703.pdf>

https://www.coprocom.go.cr/acerca_coprocom/quienes%20somos.html

Pérez Porto. Julián, y Gardey, Ana. "Definición de plataforma virtual".
Argentina. Concepto.de. <https://definicion.de/plataforma-virtual>

Rodríguez Nolasco, Gonzalo. "breve historia de las redes sociales".
hootsuite, Canada. 20 de enero de 2017. <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales>

Traverso, Juan Pablo. "Los Inicios del Internet Banking" (Chile,
Ebankingnews. <http://www.ebankingnews.com/columnas/los-inicios-del-internet-banking-007>

Otros

Alessandri abogados 1893. “Comercio electrónico en Chile”, (Santiago, Chile, 28 de agosto de 2015), <https://alessandri.legal/CSC/pdf/Comercio%20Electronico.pdf>

Lorenzana, Antonio. “Economía y Política del Mundo Contemporáneo”. Historia sin Fronteras. (Ed. Nauta SA., Barcelona, 1992).

Latorre, Marino. “Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0”. Argentina. Universidad Marcelino de Champagnat. 2018. Documento. Recuperado de: http://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf

ANEXOS

GUIA DE ENTREVISTA

Comercio Electrónico y Mecanismos de Protección a los Consumidores

1. ¿Existe alguna unidad especializada para conocer asuntos referentes al comercio electrónico o todo el personal de los Centros de Solución de Controversias están capacitados?
2. ¿Qué mecanismo utiliza La Defensoría del Consumidor, cuando un consumidor denuncia un hecho que afecta sus derechos en comercio electrónico?
3. De acuerdo a su experiencia, ¿Los consumidores que acuden a la Defensoría del Consumidor a realizar una denuncia, conocen los mecanismos de protección sobre comercio electrónico?
4. De no haber acuerdo conciliatorio sobre una controversia en comercio electrónico, ¿Cuál es la vía a seguir?
5. ¿Cada cuánto tiempo se capacita al personal respecto al comercio electrónico y los mecanismos de protección a los consumidores?
6. ¿Cuáles son los mecanismos de protección a los consumidores más efectivos o en su caso, el más utilizado por la Defensoría del Consumidor?
7. En referencia a la falta de un cuerpo normativo que regule directamente el comercio electrónico, conoce usted, ¿Cuál o cuáles son las bases legales en las que la Defensoría del Consumidor se sustenta al momento de resolver?

8. Sobre la figura de reversión de pagos, conoce usted, ¿Cuánto tiempo aproximadamente se lleva un proceso de este tipo para resolverlo? y de ser favorable al consumidor, ¿Cuál es su efecto jurídico?
9. En caso de ser favorable al consumidor una resolución sobre la reversión de pago en comercio electrónico, ¿Cuál es la eficacia de la resolución o el proceso a seguir para hacer cumplir la resolución?
10. ¿Usted conoce sobre algún convenio suscrito por El Estado Salvadoreño, para atender los casos de denuncia sobre comercio electrónico en el extranjero?
11. ¿Cuál ha sido la experiencia de la Defensoría del Consumidor, de acuerdo a su conocimiento, sobre la resolución de casos sobre comercio electrónico?
12. ¿En el hipotético caso, que un consumidor realice una transacción comercial desde El Salvador a una proveedora extranjera y no recibe el bien o servicio contratado, que mecanismos ponen a disposición la Defensoría del Consumidor, para hacer efectivo la reversión de pago?