

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



**EL ALCANCE DEL CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA
LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR QUE EXCLUYE DE REGULAR
OTRAS MODALIDADES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADAS EN CIENCIAS JURIDICAS**

PRESENTADO POR:

**ACOSTA MALDONADO, ROXANA SARAÍ
CHACÓN VÁSQUEZ, FÁTIMA DEL CARMEN
RAMÍREZ LEMUS, MARTA GUADALUPE**

DOCENTE ASESOR:

MSC. NELSON ARMANDO VAQUERANO GUTIÉRREZ.

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, ENERO DE 2020

TRIBUNAL CALIFICADOR.

Dr. Luis Alonso Ramírez Menéndez.

PRESIDENTE

Lic. Noé Geovanni García Iraheta.

SECRETARIO

Msc. Nelson Armando Vaquerano Gutiérrez.

VOCAL

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Msc. Roger Armando Arias Alvarado.

RECTOR

Dr. Raúl Ernesto Azcúnaga López.

VICERECTOR ACADÉMICO

Ing. Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

Msc. Francisco Antonio Alarcón Sandoval.

SECRETARIO GENERAL

Lic. Rafael Humberto Peña Marín.

FISCAL GENERAL

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. Evelyn Beatriz Farfán Mata.

DECANA

Dr. Edgardo Herrera Medrano Pacheco.

VICEDECANO

Msc. Digna Reina Contreras de Cornejo.

SECRETARIA

Msc. Hugo Dagoberto Pineda Argueta.

DIRECTOR DE ESCUELA DE CIENCIAS JURÍDICAS

Msc. Diana del Carmen Merino de Sorto.

DIRECTORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN

Msc. María Magdalena Morales

**COORDINADORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN DE LA ESCUELA DE
CIENCIAS JURÍDICAS**

Agradecimientos

Agradezco a Dios por brindarme salud, paciencia, y la sabiduría necesaria durante mi formación profesional y poder llevar a cabo este trabajo de investigación, puesto que sin su ayuda nada hubiese sido posible.

Agradezco a mi madre **María Ofelia Maldonado**, (mi todo), por el cariño y el apoyo proporcionado durante toda mi vida, todos los consejos, ejemplos y enseñanzas que me han ayudado para tomar las decisiones más acertadas y realizar todas mis metas planteadas hasta el día de hoy,

A mis hermanos por su sacrificio, paciencia y apoyo a lo largo de mi formación; En especial agradezco a mi segundo hogar, familia **Alvarado Chirino**, por su apoyo y consejos que me han convertido en la persona que hoy soy.

Al *Programa de Becas de la Presidencia de la Republica*, por todo el financiamiento en mi formación, y por creer en mi desde el principio.

A mis compañeras de Trabajo de Grado, *Guadalupe Ramírez Y Fátima Chacón*, por compartir su conocimiento alegrías y tristezas durante este proyecto y en la carrera, y a todos mis amigos que durante estos años estuvieron a mi lado apoyándome para lograr este sueño.

Mi agradecimiento también va dirigido al asesor de Trabajo de Grado, Msc. Nelson Armando Vaquerano, por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así mismo por toda la paciencia, y entrega durante todo el desarrollo de este trabajo y finalmente a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo en mi formación.

“Agradecer es volver al principio y recordar que nunca he estado sola”.

Saraí Maldonado

Agradecimientos

En primer lugar, dar gracias a Dios por lo bueno que ha sido conmigo al permitirme llegar hasta esta etapa y por llenarme de sabiduría, perseverancia y disciplina para poder culminar este proceso.

A mis amados padres, **Marta Lemus** y **Jaime Ramírez**, quienes fueron mi ayuda y la fuente de mi educación, siendo ellos lo más valioso en mi vida, infinitas gracias por todo lo que hacen por mí.

Asimismo, a mis adorados hermanos **Roberto** y **Jaime** y mi bella hermana **Jennifer** que me brindaron ánimo y apoyo en los momentos más difíciles de este recorrido.

También como también a cada una de esas personas especiales que vivieron a mi lado todo el trayecto de mi carrera, a mis tíos/as, abuelos, primos, amigos y compañeros de estudios, que aportaron cosas positivas a esta lucha, ¡Muchas Gracias! que Dios los bendiga.

A mis queridas compañeras de Trabajo de Grado, Fátima Chacón y Saraí Maldonado, gracias por su esfuerzo, dedicación y esa entrega tan valiosa que han hecho en este proyecto, muchos éxitos en su vida.

A al asesor de Trabajo de Grado Msc. Nelson Armando Vaquerano por su paciencia, comprensión y esfuerzo para con este trabajo y sin dejar pasar los agradecimientos a cada uno de esos Docentes que formaron parte de mi educación universitaria, siendo pilares para poder llegar a esta etapa ¡Muchas Gracias!

Guadalupe Ramírez

Agradecimientos

A Dios Todopoderoso, por haberme dado la inteligencia y fortaleza que necesité en cada paso que di durante la carrera, por haberme permitido culminar satisfactoriamente la misma, pues todo se lo debo a él.

A mis padres **Emma Chacón** y **Carlos Rivera** por estar siempre a mi lado apoyándome en todo momento, por sus consejos, cuidados y enseñanzas, durante mi formación académica, por su comprensión en los momentos más difíciles de este trayecto, por brindarme su cariño y amor incondicional. Los amo Mucho.

A mi tía **Isabel Olaizola** y a mi abuela **María Rivera** por todo su apoyo incondicional durante esta etapa, por sus cuidados, consejos, por enseñarme a superar con valor y tenacidad todos los obstáculos que tuve sin importar las circunstancias. A mis tíos, tías, primos, abuelos, hermanos, compañeros de estudio, y a esas personas que han formado parte esencial en mi vida, que de una u otra forma me han apoyado a terminar mi carrera.

A mis queridísimas compañeras de Trabajo de Grado, **Guadalupe Ramírez** y **Saraí Maldonado**, por haberme apoyado en todo momento durante la carrera, dándome ánimos, compartiendo angustias, desvelos, dificultades y momentos agradables que hicieron menos pesada la carga durante la esta etapa, gracias por estar ahí siempre para mí, abundantes bendiciones. Al asesor de Trabajo de Grado, Msc Nelson Armando Vaquerano Gutiérrez, por habernos brindado, su apoyo incondicional, su disposición y ayuda en todo momento, durante el desarrollo de este trabajo, a los catedráticos que me impartieron todas y cada una de las materias cursadas, durante la carrera, por su paciencia y su disposición para enseñarme.

Fátima Chacón

INDICE

RESUMEN.....	XI
SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	XII
INTRODUCCION.....	XV
CAPITULO I.....	1
ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL INTERNACIONAL Y NACIONAL.....	1
1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y FORMAS TRADICIONALES DE COMERCIO.....	1
1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL MUNDIA.....	3
1.3 ORIGEN DE INTERNET A NIVEL MUNDIAL.....	6
1.4 LOS PRINCIPALES INSTRUMENTOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	10
1.5 MOMENTOS HISTÓRICOS EN EL DESARROLLO DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS.....	11
1.6 COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR.....	14
1.7 EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ACTUALIDAD.....	17
1.8 ORIGEN DE LA FIRMA ELECTRÓNICA A NIVEL INTERNACIONAL.....	18
1.8.1 ORIGEN DE LA FIRMA ELECTRÓNICA EN EL SALVADOR.....	20
1.9 EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA.....	22
1.9.1 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA.....	24
1.10 GENERALIDADES DEL CONTRATO ELECTRÓNICO.....	25
1.10.1 RIESGOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.....	26
CAPÍTULO II.....	29

MARCO DOCTRINARIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, SUS TIPOS Y MODALIDADES.....	29
2.DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO	30
2.1.1 DEFINICIONES Y DIMENSIONES DEL COMERCIO SEGÚN DIFERENTES ORGANISMOS.....	33
2.1.2 DEFINICIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO SEGÚN ORGANISMOS INTERNACIONALES	34
2.2 TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO	35
2.2.1 COMERCIO ELECTRÓNICO INDIRECTO (OFF LINE).....	35
2.2.2 COMERCIO ELECTRÓNICO DIRECTO (ON LINE).....	36
2.3.1 COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESAS (B2B).....	36
2.3.2 COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESA Y CONSUMIDOR (B2C)	38
2.3.3 COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE CONSUMIDORES (C2C).....	39
2.4 OTROS TIPOS DE TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS.....	40
2.5 E-BUSINESS FRENTE A E-COMMERCE.....	41
2.6 VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	43
2.7 DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	45
2.8 LA INFRAESTRUCTURA QUE INTEGRA LA RED DE COMUNICACIÓN	47
2.8.1 LA INFRAESTRUCTURA DE RED	49
2.8.2 OPERABILIDAD DE LOS SISTEMAS.....	50
2.9 ELEMENTOS DE LA TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA.....	51
2.10 EL ALCANCE DEL COMERCIO ELECTRÓNICO BAJO SUS MODALIDADES EN LA PROTECCIÓN DE LOS INTERESES DE LOS CONSUMIDORES	52
CAPÍTULO III.....	55
FUNDAMENTO JURÍDICO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	55
3. LEGISLACIÓN APLICABLE AL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	56

3.1. NIVEL NACIONAL.....	56
3.2 EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR CON LAS NUEVAS REFORMAS A LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR REALIZADAS EN EL AÑO 2018.....	60
3.3 DERECHO EXTRANJERO.....	62
3.4 INSTRUMENTOS INTERNACIONALES Y OTROS INSTRUMENTOS RATIFICADOS POR EL SALVADOR	67
3.4.1. OTROS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES	72
3.4.2 DIRECTRICES DE NACIONES UNIDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	72
3.4.3 CONVENCIONES Y CONVENIOS.....	76
3.4.4 LEYES MODELO QUE REGULAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	76
3.5 SISTEMATIZACIÓN DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO, Y ORGANISMOS INTERNACIONALES.....	76
CAPÍTULO IV.....	83
ALCANCE DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	83
4. ANÁLISIS DEL ALCANCE DEL CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA LEY.....	83
4.1 COMPARACIÓN DE LA DEFINICIÓN Y ELEMENTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO	85
4.2 ÁMBITO DE APLICACIÓN LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	88
4.3 CONTENIDO DEL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, RESUMEN DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL LICENCIADO. MARIO SALAZAR TÉCNICO DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA	92
4.4 INFORMACIÓN SOLICITADA A LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR	93

CONCLUSIONES 95

RECOMENDACIONES 98

FUENTES DE INFORMACION..... 101

ANEXOS 112

RESUMEN

A partir del análisis del problema, se identificó la causa de la investigación, que resultó, de las reformas generadas en la Ley de Protección al Consumidor, mediante Decreto Legislativo n° 51 del 5 de julio del año 2018, definiendo Comercio Electrónico, y por la falta de una ley que regule la materia, se determinó la importancia a nivel jurídico que tiene el concepto y definición del tema en la Ley de Protección al Consumidor, que excluye otras modalidades y no especifica los tipos de comercio electrónico.

Se generó así resultados consistentes en una recopilación de la información, que nos permitió el estudio de dicha temática, con el propósito comprender como en la actualidad el desarrollo de nuevas tecnologías han transformado la forma de realizar transacciones de comercio, mediante redes de comunicación y por internet; por ello se abordaron temas tendientes a desentrañar cada uno de los elementos que definen el concepto de comercio electrónico.

El objetivo se orientó en determinar el nivel o el marco normativo, que es de vital importancia para impulsar el comercio electrónico en el país, a través de sus otras modalidades y los tipos de Comercio Electrónico que se derivan de este.

De todo lo anterior, los principales logros de la investigación han consistido en generar una definición precisa de comercio electrónico y delimitar su alcance en la ley, asimismo, delimitando la definición de consumidor para realizar las reformas, debates y análisis necesarios y producir uniformidad de regulaciones y dar cobertura a los tipos y modalidades, en donde deba prevalecer la inclusión de los otros agentes involucrados, para dar mayor seguridad Jurídica a quienes realizan diversas transacciones mediante estas nuevas formas.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

SIGLAS

ADPIC= Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.

AGCS= Acuerdo General sobre Comercio de Servicios.

ANEP= Asociación Nacional de la Empresa privada.

ARPA = Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados.

ASI= Asociación Salvadoreña de Industriales.

ATI= Acuerdo sobre Tecnología de la Información.

CD= Disco Compacto.

CNUDMI= Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.

DC= Defensoría del Consumidor.

EDI= Electrónica Data Interchange.

IED= Intercambio Electrónico de Datos.

IED= Inversión Extranjera Directa.

E.U. = Estados Unidos.

GATT= Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio.

IMPs= Interface Message Processors.

IP= siglas en Ingles que designan Protocolo de Internet.

ISO= International Standards Organization.

LAN= Local Área Network.

LMCE= Ley Modelo sobre Comercio Electrónico.

LPC= Ley de Protección al Consumidor.

NAT= Network Address Translation/ Traducción de Dirección de Red.

OCDE= Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

OMC= Organización Mundial del Comercio.

OMPI= Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

OSI= Open System Interconnection.

PC= Personal Computer/ Computadora Personal.

RSI = Stanford Research Institute/Instituto de Investigación de Stanford.

UCLA= Universidad de California en Los Ángeles.

UCSB = Universidad de California en Santa Bárbara.

UE= Unión Europea.

UTAH= Universidad de Utah.

TEF= Transferencias Electrónicas de Fondos.

WWW= World Wide Web.

TLC= Tratado de Libre Comercio.

ABREVIATURAS

ARPANET= Advanced Research Projects Agency Network.

ASLA =Asociación de Líneas Aéreas de El Salvador.

B2B= Business to Business/ Empresa an Empresa.

CAFTA-DR= Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana.

CAMARASAL= Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

CEPAL= Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CONAMYPE= Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

C2C= Consumer to Consumer/ Consumidor a Consumidor.

DIESCO= Dirección Estratégica de Comercio Electrónico.

E-Business= Negocios electrónicos.

E-Commerce= Comercio electrónico.

MITUR= Ministerio de Turismo.

MyPEs= Micro y Pequeña empresa.

TICs= Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

INTRODUCCION

El presente Trabajo de investigación ha sido realizado en el área de derecho público, específicamente en el Derecho de los Consumidores, en relación al problema que se abordó y que se denomina: *“EL ALCANCE DEL CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRONICO EN LA LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR QUE EXCLUYE DE REGULAR OTRAS MODALIDADES DEL COMERCIO ELECTRONICO”*.

El problema de investigación surgió a partir de la interrogante ¿Cuál es el alcance del concepto de Comercio Electrónico en la Ley de Protección al Consumidor? El objetivo principal de la investigación consistió en identificar el alcance del concepto de Comercio Electrónico en la Ley, utilizando diferentes herramientas jurídicas.

Con el fin de dar solución a la anterior interrogante, fue necesario hacer énfasis en el problema, que surge sobre el Comercio Electrónico y su alcance en la legislación salvadoreña; se debe destacar que a lo largo de la historia se han desarrollado investigaciones al respecto.

En El Salvador no existe una legislación que proteja a las personas que hacen uso de la herramienta del Comercio Electrónico mediante internet, a excepción de la modalidad que protege la LPC, y que posterior a formular un análisis concreto de la información que se ha recopilado sobre el tema; se debe determinar por qué se considera un problema actual, que debe ser investigado.

En consecuencia de lo anterior y para hacer en síntesis una reflexión del problema y cómo puede afectar o beneficiar a una sociedad en general, la falta de legislación que se encargue de la protección de las diversas

modalidades del comercio realizado mediante internet y por ende contribuir a dar mejor solución al problema, en vista de que en El Salvador se ejecuta la modalidad de comercio electrónico de negocio a consumidores B2C y su protección recae en la LPC, por tanto los objetivos se orientaron en determinar el nivel o el marco normativo para impulsar el comercio electrónico a través de internet en el país por medio de sus otras modalidades.

De manera, que se puede establecer que para los fines de esta investigación la metodología utilizada y el logro de los objetivos consistieron en la aplicación del *Tipo de Investigación Socio-Jurídica*; debido a que su enfoque recae en problemas jurídicos y su interpretación, además el análisis *hermenéutico*, por la interpretación del alcance de una norma jurídica, asimismo, las *unidades de análisis* fueron las siguientes:

Ley de Protección al Consumidor, su Reglamento y la legislación en materia de Derecho de los Consumidores y del comercio mediante internet, a nivel nacional y en el Derecho Extranjero, los cuales se relacionan con el *objeto de estudio* y ámbito de aplicación, también la doctrina jurídica y jurisprudencia con las cuales se buscó analizar el problema.

Además, se menciona toda la información que fue de utilidad para la investigación; y que con ayuda principalmente de la información brindada por las Instituciones como: La Defensoría del Consumidor, Ministerio de Economía, y su Unidad de Firma Electrónica, por ser estos los máximos entes rectores que se encargan de la protección de los consumidores en el tema de Comercio Electrónico, y los que se encuentran trabajando en el Anteproyecto de ley.

Para la resolución del problema de investigación se utilizaron *los métodos generales de la Ciencia tales como*: Análisis, Síntesis, Inducción, Deducción y Abstracción; adicionalmente se aplicaron otros métodos

específicos de las ciencias sociales como: Síntesis Documental, Bibliográfica, y Síntesis Hemerográfica.

Respecto a *la Delimitación de la investigación* cabe acotar que no es posible delimitar esta investigación en un determinado espacio, por el tipo de investigación que se persigue consistente en una investigación socio jurídica hermenéutica conceptual, de tal forma se realizaron valoraciones de la Defensoría del Consumidor de El Salvador, entre los años 2016-2019.

El análisis y *delimitación del tema* se enfocaron en la norma que regula el concepto de Comercio Electrónico, específicamente el que se realiza mediante internet, y observar la actuación de dicha institución, respecto de la modalidad B2C exclusivamente regulada en la LPC, asimismo de las diferentes modalidades que serían reguladas en una Ley de Comercio Electrónico.

En ese sentido se efectuó una valoración del por qué la Defensoría no incluyó ciertos elementos que se consideraron de importancia en la definición y su abordaje; en consecuencia esta investigación contiene un fundamento y *Teoría Positivista*; es decir se estima que la regulación en la ley debe ser clara para la interpretación de la LPC.

Por tanto la problemática planteada en esta corriente doctrinal debe dirigirse a comprender que la utilización de una interpretación restrictiva y más equitativa de las leyes puede ser más beneficiosa para el derecho en su evolución, por lo que esta ha sido el principal propósito.

Como resultado de la investigación *surgieron limitantes* que produjeron *dificultades*, como la restricción y acceso a las reuniones de las Comisiones del Ministerio de Economía, quien está conociendo acerca del anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico, puesto que no se permitió el acceso a

presenciar una de las reuniones que a lo largo de este año se han desarrollado en torno al tema, asimismo, no se pudo obtener el dato exacto de las denuncias realizadas mediante un formato de mecanismo electrónico, porque la Defensoría no cuenta con un registro o campo específico, para controlar si el producto o servicio, que se adquirió fue por un medio electrónico específicamente por internet, agregado a lo anterior no se logró obtener el acceso a una entrevista previamente solicitada a la Diputada Yanci Urbina.

Este trabajo se estructura en cuatro capítulos, que a continuación se enuncian de manera breve: Capítulo uno, denominado, Antecedentes Históricos del Comercio Electrónico a Nivel Internacional y Nacional, en el cual se abordan los antecedentes históricos, y su evolución hasta la actualidad con la novedosa forma mediante internet.

El Capítulo dos denominado Marco Doctrinario del Comercio Electrónico, sus Tipos y Modalidades, integra la información para determinar todos y cada uno de los elementos que componen el concepto del Comercio Electrónico, mediante Internet a fin de generar mayor comprensión de su alcance, se incluyeron los aspectos doctrinarios que sirven para una mayor comprensión de sus diversos elementos.

Seguido de este capítulo, corresponde hacer mención al Capítulo tres denominado, Fundamento Jurídico del Comercio Electrónico, mediante el cual se realiza el análisis y examen de las diversas legislaciones, en las que se encuentre regulado el Comercio Electrónico, a fin de establecer e indagar sobre la protección a esta problemática.

En ese orden de ideas en este capítulo se hace el estudio de toda la normativa, mediante el procesamiento y comparación de las diversas fuentes que se lograron ubicar; entre otros aspectos; se hace relación a los diversos Tratados y demás Organismos Internacionales encargados de velar por la

regulación de los Consumidores en el Comercio Electrónico específicamente el comercio mediante internet.

En el Capítulo cuatro titulado Alcance del Comercio Electrónico y Resultados de la Investigación se hace el análisis final y la reflexión de toda la investigación a fin de dar un aporte importante para mejorar la protección y seguridad jurídica de los consumidores que hacen uso del Comercio Electrónico, mediante Internet, por lo que al final de este trabajo corresponde hacer las conclusiones al respecto, y en relación a ello se elaboraron las respectivas recomendaciones a los entes encargados de vigilar, y tomar decisiones.

Finalmente, se advirtió que durante la etapa de finalización y del desarrollo de la investigación se efectuó la aprobación de la Ley De Comercio Electrónico en El Salvador, de modo que se omitió el análisis general de dicha ley, debido al espacio tiempo y objeto de la investigación, no obstante se realizó un análisis específicamente de la definición de Comercio Electrónico, que proporciona la Ley para efectos comparativos y la entrada en vigencia que permitirá adaptar todos los requerimientos establecidos en la ley.

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL INTERNACIONAL Y NACIONAL

El presente capítulo aborda el comercio electrónico desde una perspectiva histórica analizando su evolución a lo largo del tiempo, a nivel mundial y en El Salvador en donde también se destacara la relevancia del comercio electrónico en la actualidad, el principal objetivo es indagar los antecedentes históricos y la evolución del Comercio Electrónico en general y particularmente mediante internet.

Asimismo, en la formación de Internet, se muestran aspectos del presente y tendencias que incluyeron todos y cada de los diferentes acontecimientos históricos que dieron inicio y ayudaron al desarrollo del Comercio Electrónico, a continuación, se enuncian el contenido y los diversos ítems a desarrollar: Para iniciar se hace referencia a una reseña histórica del Comercio Electrónico e internet, conociendo las etapas de como se ha desarrollado desde dos puntos de vista a nivel mundial, y a nivel de El Salvador, seguido de las Generalidades de Comercio Electrónico, y de la esquematización del Intercambio Electrónico de Datos (EDI) tradicional y explicación del mismo, de una forma breve, se hace mención, a los contratos y medios de pago, de la misma forma también la firma electrónica, y Documentos Electrónicos.

1. Antecedentes Históricos y Formas Tradicionales de Comercio

Antes de referirse al comercio electrónico, propiamente se debe realizar un estudio en la historia del comercio por tal razón se exponen de forma

sintetizada los periodos históricos del comercio en general, hasta llegar a las nuevas formas y modelos de comercio.¹

Se inicia con el periodo *Neolítico*, donde se da el origen del comercio, que se remonta al descubrimiento de la agricultura o con la figura del Trueque, seguido de este periodo se encuentra la *Edad Antigua, a finales del siglo V de C.* Las mercancías eran utilizadas como medio de pago y sustituidas por objetos o metales; después sigue la *Edad media, Siglo V D.C Siglo XV d.C.* en este periodo surgieron importantes rutas comerciales para la expansión del comercio; en el *Siglo XV d.C., surgen* nuevas rutas que propiciaron el descubrimiento de América; *Siglo XVII (Comercio Transatlántico).* Europa y América, cobran un papel fundamental por el transporte de mercancías y por el tráfico de pasajeros desde aquí se conoce como comercio a distancia; en cuanto a la *Innovaciones en el Transporte Siglo XIX., se da* una de las primeras aportaciones de la revolución del transporte para ser específicos el ferrocarril en la primera mitad del siglo XIX, lo que constituyó un avance en el desplazamiento de mercancías.

Por lo que, se debe mencionar la *Globalización Siglo XX Siglo XXI.* En esta se inicia un proceso económico, tecnológico, social y cultural el cual es abordado más adelante; y es donde se habla de la *Era tecnológica e-commerce Siglo XXI.,* es en este siglo donde se ubica la tendencia a la compraventa de productos y servicios a través de medios electrónicos e informáticos aprovechando las tecnologías para la expansión de comercio utilizando el marketing digital”.

¹ Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Autónoma de México (UNAM), “Manual de Introducción al Derecho Mercantil”, acceso el 04 de marzo de 2019, <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3259/3.pdf>.

1.2 Antecedentes Históricos del Comercio Electrónico a Nivel Mundial

De acuerdo con la historia en 1836 Samuel Morse inventa el telégrafo, identificado como el primer sistema de comunicación por impulsos eléctricos y posteriormente, en 1876 Graham Bell desarrolla el teléfono, conocido como un dispositivo capaz de convertir una señal acústica en una señal eléctrica de similar frecuencia y amplitud, que se transmite a través de una línea de cobre hasta el extremo receptor.

Las primeras líneas telefónicas empleaban enlaces dedicados entre cada pareja de usuarios. Poco después, en 1880 aparecen las primeras estaciones de conmutación o centralitas telefónicas gestionadas por operadores humanos (en 1890 aparecen centralitas electromecánicas y en 1970 aparecen las primeras centralitas computarizadas).² A estos medios de contenido tecnológico se les conoce como los precursores del Comercio Electrónico.

El uso de instrumentos electrónicos de comunicación como el teléfono y el fax permitieron que las negociaciones comerciales, sean precursoras del actual comercio electrónico que se realiza en Internet.

Surgen Otras formas de comunicación, como el correo electrónico, las páginas Web con catálogos de productos y tiendas virtuales, la telefonía a través de la red, el mercadeo en línea y, más recientemente, la firma digital de contratos con valor legal, han revolucionado las formas de vender y de comprar.³

² Ana Belén Alonso Conde, *Comercio Electrónico: "Antecedentes, Fundamentos y Estado Actual"* (Madrid: Ed. dykinson, 2004), 3.

³ "Comercio Electrónico en El Comercio Internacional", Blog *Spot*, acceso el 23 de mayo de 2019, <http://alaincoel.blogspot.com/?m=1>. "Nos dice que adicionalmente establece que no se trata únicamente de compras realizadas por Internet, sino que puede ser cualquier tipo de intercambio de información, ofertas, publicidad o anuncios, sin que sea necesario que se realice la transacción en su totalidad".

El e-commerce o comercio electrónico es básicamente cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan a distancia utilizando Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en lugar de hacerlo por intercambio o contacto físico directo (presencialmente).

La característica esencial del comercio electrónico es que permite a dos personas interactuar a distancia, es decir sin presencia física simultánea de comprador y vendedor, han existido a través del tiempo diferentes formas de comunicarse, comenzando por la comunicación con señas hasta llegar a la comunicación a distancia por medio de dispositivos tecnológicos avanzados.

Todos estos avances tecnológicos que se han logrado a través del tiempo, han sido de gran ayuda e importancia en el área de las comunicaciones ya que han permitido que el hombre se desempeñe de una manera más eficiente.⁴

Un concepto que a menudo no es diferenciado por la mayoría de los autores es el comercio en la web o mediante internet, frente al comercio electrónico. Se define comercio en la web o basado en la web como: *“La utilización de un explorador de comunicaciones a través de Internet para identificar los proveedores, seleccionar productos o servicios realizando un compromiso de compra y una transacción económica completa, para obtener finalmente dicho servicio”*.⁵

La ejecución puede efectuarse electrónicamente o de un modo convencional. El comercio electrónico es un concepto más genérico, pues

⁴ María Clara Gutiérrez Gómez, *Internet Comercio Electrónico y telecomunicaciones*, (Colombia: Universidad de los Andes Facultad de Derecho, Editorial Legis 2002), 17.

⁵ Patricia Nieto Melgarejo, “El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual”, *Revista Foro Jurídico*, N° 15, (2016): 61. Citado por Davara & Davara Asesores Jurídicos, *Comercio Electrónico* (Navarra: Aranzadi. Elcano, 2001), 45.

como se acaba de explicar, se refiere a hacer negocios electrónicamente mediante Internet, redes punto a punto entre empresas o cualquier otro modo de unión electrónica entre los agentes económicos. Sin embargo, el nombre de comercio electrónico está tan extendido a la hora de referirse al comercio en la web, que se utilizara normalmente comercio electrónico en lugar de comercio basado en la web o mediante internet, en el resto del trabajo, también por ser éste último el que tiene especial interés para nosotros y el objeto de estudio. Es así que a través de los años han aparecido diferentes formas de comercio:

A principio de los años 1920, en los Estados Unidos apareció la venta por catálogo, impulsado por las grandes tiendas mayoristas. Este sistema de venta consistía en un catálogo con fotos ilustrativas de los productos a vender⁶. Este permitía tener mejor llegada a las personas, ya que no había necesidad de tener que atraer a los clientes hasta los locales de venta.

Esto posibilitó a las tiendas poder llegar a tener clientes en diferentes zonas, otro punto importante es que los potenciales compradores podían escoger los productos en la tranquilidad de sus hogares, sin la asistencia o presión de un vendedor.

En los 60's, se originó en Estados Unidos El comercio electrónico, como intercambio electrónico de datos (IED). A principio de los años 1970, aparecieron las primeras relaciones comerciales que utilizaban una computadora para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información llevó a mejoras de los procesos de fabricación en el ámbito privado, entre empresas de un mismo sector.⁷

⁶ José Luis Castillo Sequera y Miguel Ángel Navarro Huerga, *Comercio electrónico y aspectos prácticos de implementación con Magento*, (España: Alcalá de Henares, 2015), 19.

⁷ Instituto Latinoamericano de Alta Tecnología, Informática y Derecho (ILATID), "EDI '90: Intercambio electrónico de datos" (seminario, Buenos Aires, noviembre de 1990).

En los 70's la transferencia electrónica de fondos (TEF) a través de redes de seguridad privadas dentro de las instituciones financieras expandió el uso de las tecnologías de telecomunicación para propósitos comerciales, permitiendo el desarrollo del intercambio computador a computador de la información operacional comercial en el área financiera, específicamente la transferencia de giros y pagos. A mediados de 1980, con la ayuda de la televisión, surgió una nueva forma de venta por catálogo, llamada venta directa. De esta manera, los productos son mostrados con mayor realismo. La venta directa es concretada mediante un teléfono y usualmente con pagos de tarjetas de crédito.⁸

En 1989 aparece un nuevo servicio, la WWW (Word Wide Web). Lo más importante de la WWW es su alto nivel de accesibilidad, que se traduce en los escasos conocimientos de informática que exige de sus usuarios. El desarrollo de estas tecnologías y de las telecomunicaciones ha hecho que los intercambios de datos crezcan a niveles extraordinarios, simplificándose cada vez más y creando nuevas formas de comercio, y en este marco se desarrolla el Comercio Electrónico.

1.3 Origen de Internet a Nivel Mundial

Para entender el comercio electrónico mediante internet es imprescindible referirnos al desarrollo de este, por tanto, los orígenes de Internet se remontan a la década del sesenta. En efecto, en agosto de 1960, J.C.R. Licklider, quien era jefe del programa de investigación del ordenador o computador en Advanced Research Projects Agency (ARPA)⁹, escribió en torno a la “red galáctica”, que se

⁸ Alonso, *Comercio Electrónico: Antecedentes, Fundamentos y Estado Actual*, 3.

⁹ En 1971, ARPA cambio el nombre a “Defensa Advanced Research Projects Agency” y adoptó la sigla DARPA, luego en 1993 retomó el primer nombre; después, a partir de 1996, volvió a llamarse DARPA, denominación que conserva.

formaría por un conjunto de computadores conectados recíprocamente, el cual haría posible el rápido acceso a datos y a programas desde cualquier sitio.¹⁰

En julio de 1961, uno de los investigadores¹¹ de Massachusetts Institute of Technology (MIT), había difundido un primer documento sobre teoría de conmutación de paquetes, que en su criterio sería más eficiente que la conmutación de circuitos. Después, en 1965¹², conectaron el computador TX-2, situado en Massachusetts, al computador Q-32, localizado en California, mediante una línea telefónica de marcación manual y baja velocidad, con lo cual lograron un diálogo entre dichos computadores u ordenadores.

Los dos antecedentes narrados anteriormente constituyen los hitos más importantes en las investigaciones que consolidaron finalmente la Red o Internet. Luego, en 1966, Lorenzo fue a DARPA para desarrollar el concepto de la red de computadores y rápidamente organizar este plan para ARPANET.

Esta se creó en 1969 y consistió en "una red experimental diseñada en investigaciones promovidas por el Departamento de Defensa de EE. UU, con el objetivo de establecer una red informática de comunicación que tuviera la capacidad de redirigir automáticamente la información (dividida en paquetes para asegurarla) por el camino adecuado para alcanzar su destino, evitando partes de la red colapsadas".

La versión experimental de (ARPANET) comenzó a funcionar y el éxito del experimento permitió que evolucionara hasta cubrir los Estados Unidos de costa a costa. Los protocolos iniciales de (ARPANET) eran lentos y adolecían

¹⁰ Eduardo Varela Pezzano y Natalia Tobón Franco, "Derecho de Internet Jurisprudencia y Material de Estudio. El Caso Colombiano", Revista *Criterios Jurisprudenciales Colombianos* (2012): 71, https://www.nataliatobon.com/uploads/2/6/1/8/26189901/derecho_de_internet.pdf

¹¹ Leonard Kleinrock.

¹² Lorenzo Roberts y Thomas Merrill.

de frecuentes problemas. En 1980 (ARPANET) se reconvirtió a los nuevos protocolos y en 1984 se dividió en dos partes: una que mantuvo la denominación (ARPANET) y se dedicó a la investigación y desarrollo, y otra llamada (MILNET), que se convirtió en una red militar no clasificada.¹³

Al enfocar a (ARPANET) como modelo, y superado el objetivo inicial de carácter militar, surgieron otras redes semejantes de gran utilidad para el envío de datos e información entre universidades e instituciones de investigación científica o tecnológica, razón por la cual algunas de éstas situadas en los Estados Unidos empezaron a implementarla.¹⁴

La conmutación de paquetes es el principio que sustenta el funcionamiento de Internet; significa que los datos enviados a la Red son divididos en trozos de entre 1 y 1500 caracteres de longitud (es decir, en largas listas de ceros y unos, que es el llamado formato binario); cada uno de estos trozos se denomina paquete. Internet ejecuta sus actividades mediante el empleo de protocolos comunes por una gran cantidad de operadores de sistemas informáticos y de redes.¹⁵

Un protocolo es un conjunto de convenciones o reglas relativas a la transmisión de datos entre computadores que permite a éstos el intercambio de información digital exenta de errores.

Las redes y los ordenadores integrados en Internet utilizan los protocolos TCP/I. El protocolo TCP (Transmission Control Protocol) hace

¹³ Patricia Lisseth Amaya Alvarado, Cindy Pamela Argueta Ortiz y Mónica Beatriz López Cruz, "Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales", (Monografía Especializada: Universidad Dr. José Matías Delgado, 2011) ,16-18.<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/MER/ADTESAH0001317.pdf>.

¹⁴ Ariel Moncalvo, *Comercio electrónico para Pymes*, (Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008), 16.

¹⁵Central de Comunicación: "Centralitas privadas de conmutación", Blog *My Electronic*, acceso 21 de junio de 2019, <http://www.myelectronic.mipropia.com/centralconmuta.html>.

posible la división de la información en paquetes y la numeración de éstos para que puedan ser unidos en orden correcto en el ordenador de destino, al tiempo que incorpora datos necesarios para la transmisión y la decodificación de los paquetes.¹⁶

El protocolo IP (Internet Protocol) se ocupa de que cada paquete sea etiquetado con las direcciones o números IP adecuadas. El destino de la información transmitida desde un ordenador conectado a la Red puede ser cualquier otro ordenador conectado, en cualquier lugar del mundo.

Los paquetes, en los que el protocolo TCP divide toda información para su transmisión circularán para llegar a su destino por una serie de ordenadores y un conjunto de dispositivos, llamados routers (direccionadores o enrutadores), que permiten las conexiones entre dos o más redes y seleccionan las rutas por las que envían los paquetes de información. No existe una sola ruta para transmitir información de un ordenador a otro. La ruta seguida en cada caso depende de elementos circunstanciales.¹⁷

Finalmente, por sus posibilidades de aprovechamiento en el plano económico y comercial, se hizo cargo de la administración de *INTERNET* el Departamento de Comercio de Estados Unidos. Internet hace posible la prestación de varios servicios, mensajes de persona a persona, como el correo electrónico; mensaje de un remitente a muchos destinatarios, como los servidores de listas de correo; bases de datos distribuidas, como las "news" de (USENET); comunicación en tiempo real, utilización remota de un computador en tiempo real (TELNET); acceso a información y ficheros como

¹⁶ Brenda Kiennan, *Soluciones Microsoft de Comercio Electrónico*, (España: McGraw Hill, 2002), 4.

¹⁷ Nieto, "El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual", 56.

el ftp, gopher y la World Wide Web (www) o telaraña mundial; la transmisión de música, imágenes y video.

Dada la importancia que tiene la WWW en Internet, en cuanto posibilita su mejor aprovechamiento, conviene destacar lo que sobre ella se dice que fue creada originalmente por los Laboratorios Europeos de Física de Partículas (CERN), fundamentalmente en Suiza dos de los científicos¹⁸, que bautizaron su creación como 'World Wide Web', para servir como plataforma de un sistema global e interconectado de almacenamiento de conocimientos, que contuviera información procedente de una diversidad de fuentes, y que fuera accesible para los usuarios de Internet en todo el mundo.

A partir de los diversos conceptos expuestos por varios expertos en la materia, puede decirse, que en sentido técnico Internet es un inmenso conjunto mundial de redes conectadas entre sí de un modo que hace posible la comunicación casi instantánea, desde cualquier computador de una de esas redes a otros situados en otras redes del conjunto, para interactuar o compartir información o recursos o para la utilización de las formas de comercio.¹⁹

1.4 Los Principales Instrumentos del Comercio Electrónico

Cabe distinguir, entre seis principales instrumentos de comercio electrónico: el teléfono, el fax, la televisión, los sistemas electrónicos de pagos y de transferencias monetarias, el intercambio electrónico de datos e Internet. Esto implica una definición amplia del Concepto Comercio Electrónico; muchas veces se hace referencia con ella sólo al que se realiza por Internet o por redes especiales. No obstante, instrumentos como el teléfono, el fax y la televisión se utilizan ya para las transacciones comerciales, especialmente en los países

¹⁸ R. Carillau y T. Berners-Le.

¹⁹ Alonso, *Comercio Electrónico: Antecedentes, Fundamentos y Estado Actual*, 7.

industrializados. No es infrecuente, por ejemplo, que se hagan pedidos por teléfono y se los pague con una tarjeta de crédito.

La aparición de nuevos instrumentos tales como Internet no ha significado, por tanto, la invención del comercio electrónico. Pero esta red abre gran número de nuevas posibilidades: con ella, todas las partes de una transacción comercial pueden llevarse a cabo de manera interactiva, con una o más personas, sin limitaciones relacionadas con el tiempo o las distancias, en un entorno multimedios, con transmisión de sonidos, imágenes y textos, y a un costo relativamente reducido.²⁰

Todo esto hace que Internet sea más flexible que los demás instrumentos de comercio electrónico, que deben en general combinarse entre sí o con medios más tradicionales, como el uso de los servicios postales o la visita personal a la tienda, para que pueda concluirse una transacción.

1.5 Momentos Históricos en el desarrollo de las Transacciones Comerciales Electrónicas

El comercio electrónico en internet, es una actividad económica que desde los años 70 comenzó a hacer su aparición en los Estados Unidos como ya se ha reiterado anteriormente, y evolucionó hasta la forma que se conoce actualmente. Considerando que la principal característica del comercio electrónico es el uso de la tecnología, la evolución de los dispositivos y aplicaciones tecnológicas han favorecido por tanto a la transformación y mejora continua del sistema comercial electrónico.²¹

²⁰ Castillo y Navarro, *Comercio electrónico y aspectos prácticos de implementación con Magento*, 19.

²¹Eduardo René Rodríguez Ávila, “*Comercio Electrónico I. Nacimiento y Desarrollo*” Sección de Estudios de Posgrado e Investigación UPIICSA, 2003, acceso el 01 de junio de 2019, <https://www.researchgate.net/publication/266968004>.

Se tomó en cuenta la relación Comercio Electrónico-TIC, se debe advertir que han existido diversos momentos históricos en el desarrollo de las transacciones comerciales electrónicas. La más reciente y el origen de la etapa actual comienza hace 30 años de los cuales su mayor impacto tiene lugar a partir del año 2000, momento en que el comercio electrónico toma fuerza y se extiende su uso a un número considerable de agentes comerciales.²²

La empresa E-Pages, líder en la materia realizó un recuento de la evolución tecnológica y como ha contribuido al desarrollo del comercio electrónico, la evolución de este hasta el día de hoy se ha dividido en cinco etapas:

1) *La Pre-Web (1987-1992)*. Durante esta etapa surge la primera cuenta mercantil electrónica por SWREG empresa pionera en la venta de software para pagos en línea. En 1990 una de cada 2000 personas en el mundo usaban internet, en este año también se presenta la patente de la *Asymétric Digital Subscriber* línea ADSL, tecnología que hace posible un acceso a internet de banda ancha.

2) *El lanzamiento de la Web (1992-1999)*. Durante este lustro surge el primer navegador Web comercial denominado Mosaic, que más tarde en 1994 se convertiría en Netscape. En 1995, el gigante de la industria del software Microsoft, saca al mercado la primera versión de sistema operativo Microsoft Windows 95. Durante el mismo año surge en Estados Unidos dos de los primeros sitios web dedicados a la compra y venta de productos en línea: E-Bay y AMAZON.

²² Doris Oropeza, *El comercio Electrónico y Principios económicos comerciales*, (México, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México 2018) ,7.

3) *La “Era Puntocom” 1997-2002*: Durante esta etapa existen ya en el mundo 500 millones de usuarios en internet; en 1997, Dell Registra ventas en línea que superan el millón de dólares. Para 2002, en Estados Unidos uno de cada dos usuarios de internet había comprado al menos un artículo en línea.

4) *El Nacimiento de Google 2002 Hasta 2007*. Un proyecto puesto en marcha por Larry Page y Sergej Bring en 1995, en la Universidad de Stanford luego se convierte en Google. El marketing Online se convierte en la fuerza impulsora en el comercio electrónico; en Estados Unidos para 2002, el 50% de los usuarios habían comprado algo en línea en el mismo año EBay adquiere PayPal;²³ en 2003 se lanza MySpace; y en 2004, Facebook.

5) *Finalmente, El Regreso de Apple 2007-2012*: en 2007, Apple, empresa líder en el mercado de software y equipos de cómputo, en competencia directa con Microsoft revoluciona el mercado con el lanzamiento de importantes productos como el iPhone. Para 2008 Google lanza Android una aplicación para teléfonos, para 2011 ocho de cada 10 personas cuentan con teléfonos celulares y dos de cada 10 teléfonos son inteligentes.²⁴

Por su parte Microsoft concibe al comercio electrónico en dos grandes etapas: *El E-Commerce 1.0 y el E-commerce. 2.0*. La primera categoría habla

²³ PayPal, es un sistema de pago en línea sin costo, donde se garantiza la seguridad de la información financiera de los consumidores para realizar una compra, acceso el 12 de junio de 2019, https://www.paypal.com/uy/webapps/mpp/about-paypalproducts?gclid=CjwKCAjw5_DsBRBPEiwAIEDRW794olsv45At5dDiOFGVXXSD61tV8.

²⁴ Sarma Vinod & Javed Sikader, “A perspective Architecture for electronic commerce and digital Marketing”, Microsoft Corporation-Mindtree Ltd., 2010, 8. Traducido por Doris Oropeza, en *El comercio Electrónico y Principios económicos comerciales*, (México: Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México 2018).

de las empresas tradicionales que hacían uso de la Web sólo para crear presencia en línea creando escaparates de sus productos y finalizando la compra a través de una llamada telefónica o incluso invitando al cliente a asistir a su tienda física.

El uso masivo de las TIC y su uso generalizado ha dado paso a un amplio abanico de interacciones entre usuarios de dichas tecnologías, entre aspectos gubernamentales relaciones de tipo social, por supuesto, el ámbito comercial, que es el que nos ocupa.²⁵

Por lo cual, se puede concluir y establecer qué; el Comercio evolucionó, y ha travesado por las siguientes etapas a lo largo del análisis realizado; una primera etapa histórica en general y la segunda de contenido tecnológico; ya en la Edad Media, se inició de forma Baja, con el Nacimiento del Derecho Mercantil, seguido de la apertura de Mercados y Ferias, es cuando se expandió el Comercio; continuando con el perfeccionamiento del transporte y las comunicaciones se internacionalizó el Comercio, es así que con la comunicación a distancia en forma simultánea (Teléfono, Fax); apareció el surgimiento del Comercio Electrónico y finalmente con la difusión de Internet y las tecnologías; se expandió el Comercio Electrónico por Internet.²⁶

1.6 Comercio Electrónico en El Salvador

En El Salvador el E-commerce surge a raíz del desarrollo de diferentes medios electrónicos y tecnológicos como el teléfono, fax a los que la historia les ha considerado precursores, sin embargo hay diferentes posturas que no consideran a estos medios comercio electrónico, pero es en cuanto al

²⁵ José Antonio Vega Vega, *Derecho mercantil electrónico*, (Madrid: Editorial Reus, 2015), 19.

²⁶ “¿Qué es el comercio electrónico o eCommerce?”, Blog *Genwords*, acceso el 21 de junio de 2019, <https://www.genwords.com>.

desarrollo mediante internet que nos corresponde el desarrollo de este punto, puesto que es en el año de 1998 tres años después del desarrollo de internet en el país, 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 actualizadas.

En ese mismo año, también surgieron al menos tres sitios nacionales que hicieron posible el comercio electrónico, desde El Salvador.

a) *Latienda.com.sv*: El sitio ofrecía una diversidad de libros, música y artesanías salvadoreñas.

b) *Eduviges.com.sv*: En este sitio se encontraba la historia de la Empresa y los productos que eran ofrecidos al público.

c) *Farmacia.com.sv*: Sitio en el cual se ofrecían productos farmacéuticos y certificados de regalos. En el año de 1999 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.²⁷

La Defensoría del Consumidor en un artículo creado para la actualización de datos respecto de los usuarios que utilizan el comercio electrónico presento la siguiente información: A nivel de país, un poco más de

²⁷ Sandra Guadalupe De Paz Portillo, Luisa Tatiana Salgado Quintanilla y Jaira Lisbeth Tutilla Argueta, "Operaciones de Comercio Electrónico y su Incidencia Tributaria", (Trabajo de Grado, Universidad de El Salvador, 2010), 4. <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/11492/1/D419o.pdf>.

40 mil personas utilizan internet con el fin de realizar actividades vinculadas al comercio electrónico, de estas 25,292 son hombres (63.1%) y 14,809 son Mujeres (36.9%).

En primer lugar, 17,130 personas (42.72%) utilizan el servicio de internet para actividades relacionadas con descarga de películas, imágenes, música y videos. Adicionalmente, 12,284 personas, equivalente al 30.63% utilizan el internet para comprar/ordenar productos y para obtener información sobre bienes y servicios; mientras que el otro 26.64% se desglosa de la siguiente manera: descarga de programas informáticos (3.1%), uso de banca electrónica u otros servicios financieros (5.3%), lectura o descarga de periódicos o revistas en línea (8.2%) y uso de descargas de juegos de video o computadoras (10.0%).²⁸

En El Salvador se tiene muy claro que, con el comercio electrónico, se puede alcanzar nuevos mercados, operar a casi toda hora, todos los días, y llegar a más consumidores específicos o segmentados. Es necesario tener en cuenta los obstáculos para que se lleve a cabo el comercio electrónico.

Como se ha relacionado anteriormente, El Salvador ha tenido un gran crecimiento y muchos avances en materia de comercio electrónico, pero persisten a la fecha retos y desafíos para los cuales se están llevando a cabo iniciativas a fin de que la población tenga un mayor acceso a las TICs y a la Internet.²⁹

²⁸Yanci Guadalupe Urbina Gonzales, et.al. *“El Comercio Electrónico en El Salvador: Mercados Digitales conectado en sus derechos”*, Defensoría del Consumidor, El Salvador, (2019): 12.

²⁹“El comercio electrónico en El Salvador: oportunidades, avances y desafíos” Digital Economy, Revista Puentes, n.6, acceso el 21 de junio de 2019, <https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/el-comercio-electronico-en-el-salvador-oportunidades-avances-y-desafios>.

Es así, que con la capacidad de tener acceso a internet, se logrará utilizar las herramientas de una forma adecuada y correcta, para lograr una mejor cultura sobre las tecnologías y la digitalización en los negocio, entre otros aspectos, en consecuencia, para que las MyPEs³⁰ del país tengan más participación en el comercio nacional e internacional de bienes y servicios, apoyando así al crecimiento económico de las familias salvadoreñas y del país.

1.7 El Comercio Electrónico en la actualidad

En primer lugar, es importante reflexionar que a medida que las redes de producción y consumo se han extendido e interconectado alrededor del mundo, los países han optado por establecer políticas públicas para facilitar y agilizar el comercio, tomando muy en cuenta que existe una necesidad principal, la de brindar confianza y certeza a las personas consumidoras.³¹

Por otra parte, se mencionó previamente, que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) han representado un cambio en la vida de las personas, debido a la forma de realizar negocios, ya que estas han transformado el mundo a través de la combinación del Internet y diversos dispositivos tecnológicos, cada vez más accesibles a la ciudadanía.

A todo esto, es necesario reflexionar que a través de internet se toman diversas decisiones, se celebran contratos entre proveedores y consumidores, se hacen transacciones de bienes y servicios, se cancelan deudas o compromisos financieros y muchas otras actividades, que tienden a facilitar las

³⁰ Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2014).

³¹ Urbina, *“El Comercio Electrónico en El Salvador: Mercados Digitales conectado en sus derechos”*, 9.

transacciones y a disminuir costos relacionados al tiempo y a procesos (ITCSD, 2017). A continuación, se exponen datos centrales tomados de la Defensoría del Consumidor que ilustran el desarrollo del Comercio Electrónico a escala internacional y nacional, (Ver Grafica, Anexo N° 1).

Se dice que, a nivel internacional, Ebay reportó el cierre del tercer trimestre de 2017, ganancias que rondaban los \$523 millones. Mientras que, de acuerdo al New York Times, Amazon obtuvo al cuarto trimestre 2017, \$513 millones. Asimismo, a septiembre 2017, E-commerce señala que ambas plataformas electrónicas cuentan con alrededor de 170 millones de visitas al mes. En cuanto a América Latina y el Caribe, el usuario promedio se conecta a Internet 21,7 horas por mes, una hora menos que el promedio mundial, de 22,8. Los Estados Unidos y Europa están por encima del promedio mundial, con 35,9 y 25,1 horas (CEPAL, 2015).³²

De todo este análisis referente a los medios tecnológicos y datos que desarrollan el comercio se cuestionó a cerca de las políticas o medidas que en El Salvador ha tomado, para el avance de esta modalidad y generar la seguridad jurídica de todos los agentes que participan en este, en ese sentido a continuación se expone el desarrollo histórico de una ley que propicia el avance del comercio.

1.8 Origen de la Firma Electrónica a Nivel Internacional

En efecto, el Comercio Electrónico presupone la existencia de infraestructuras y redes que hacen posible el intercambio de información, que desde una disciplina en el orden privado integren las transacciones; el Comercio Electrónico nos enfrenta directamente con las cuestiones medulares a la

³² Ibíd.10.

ordenación de las infraestructuras y redes de telecomunicaciones³³; por ello uno de los instrumentos llamados a impulsar la confianza y seguridad en el Comercio Electrónico es la llamada firma electrónica, resulta imprescindible hacer referencia al desarrollo que ha tenido en el El Salvador y en la historia como primer paso para el avance del comercio.

Es así que la obra citada define a la firma electrónica como: “La realizada mediante la transformación de un registro electrónico utilizando cripto-sistemas asimétricos y función hash, de modo que la persona que tiene el mensaje de origen y la clave pública del signatario puede determinar si la transacción se efectuó por medio de la clave privada que corresponde con la clave pública que él tiene, y si el mensaje original fue alterado desde que se hizo la transacción”.³⁴

En esa línea de ideas la firma puede definirse como: “Nombre, apellido o título que se pone al pie de un escrito para acreditar que procede de quien lo escribe, para autorizar ahí lo manifestado u obligarse a lo declarado en el documento”.³⁵

Una de las cosas que desaparece en el comercio electrónico, es la firma manuscrita que 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 a en un sistema de Criptografía, cuyo objetivo básico es encontrar sistemas que permitan llegar a determinada información

³³ José Manuel Villar, *Una Aproximación a la Firma Electrónica*. Derecho de Internet, *Contratación Electrónica y Firma Digital*, (España: Editorial Aranzandi Navarra, 2000), 170.

³⁴ Sarra Andrea Viciano, *Comercio Electrónico y derecho*, (Argentina: Editorial Astrea, 2001), 389.

³⁵ Guillermo Cabanellas de Torres, *Diccionario Jurídico Elemental*, (Buenos Aires: Editorial Heliasta S.R.L, 1994), 115.

considerada secreta, desde un lugar de origen a otro destino de forma segura. Como consecuencia, muchos países alrededor del mundo han hecho esfuerzos encaminados a disminuir dicha incertidumbre jurídica que han creado legislaciones atinentes al comercio electrónico, dando un trato especial al manejo y desarrollo de la firma electrónica.³⁶

1.8.1 Origen de la Firma Electrónica en El Salvador

Particularmente se debe abordar el *Origen de La Firma Electrónica En El Salvador*, para entender su desarrollo; y al Comercio Electrónico que ha emergido como negocio imparable y es que todos los cambios en la actualidad, han venido a destacar una serie de riesgos derivados del intercambio de información mediante redes abiertas, siendo las más importantes: el autor y fuente del mensaje; que el mensaje no sea alterado en forma accidental o de manera maliciosa durante la transmisión; que el emisor niegue haberlo transmitido o el destinatario haberlo recibido y, que el contenido del mensaje sea leído por persona no autorizada.³⁷

A fin de solucionar alguno de estos problemas, es hacia a donde apunta precisamente la función de la Firma Electrónica; es por ello que en El Salvador, la incorporación de la Firma Electrónica como instrumento dentro del Comercio Electrónico, como reemplazo de los mecanismos tradicionales que vinculan a sujetos en relación con acuerdos de naturaleza comercial, ha sido gracias al

³⁶ José Antonio Vila Sobrino, *Aspectos Técnico para el Desarrollo de aplicaciones. La Criptografía*, (Madrid, 2001), 62.

³⁷ Sarbelio Enrique López Flores, "La Firma Electrónica, Tecnología del Siglo XXI en la Legislación Salvadoreña", (Tesis de Grado, Universidad de El Salvador, 2007), 3-4. <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/5017/1/LA%20FIRMA%20ELECTRONICA%2C%20TECNOLOG%3%8DA%20DEL%20SIGLO%20XXI%20EN%20LA%20LEGISLACI%3%93N%20SALVADORE%3%91A.pdf>

sector importador, el cuál con el fin de facilitar y agilizar su labor, ha hecho uso de la tecnología de avanzada en materia de comunicación.

En la Ley de Simplificación Aduanera, se implementó un sistema llamado Tele despacho, el cual funcionaba haciendo uso del Internet, por medio de este sistema las declaraciones de mercancías, se firman electrónicamente y se envía a la Dirección General de Renta de Aduanas hoy, Dirección General de Aduanas. El sistema fue desarrollado por el Ministerio de Hacienda junto con la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

Al utilizar el término de Firma Digital como sinónimo de firma electrónica, no es más que otra manera de garantizar la contratación con seguridad y confidencialidad. La seguridad tecnológica que representa y la seguridad jurídica que los Estados brindan en cuanto a su normativa, se entiende que hace especial referencia a la regulación del Comercio mismo, es por esa razón que los estados están tratando de dar regulaciones para la utilización del Internet.³⁸

La creciente implantación de la tecnología del comercio en El Salvador es uno de los factores que ha impulsado la creación de la Ley de Firma Electrónica, debido a que, la firma electrónica es un mecanismo que la fortalece. En efecto y para garantizar la seguridad jurídica de los consumidores y usuarios se creó la Ley de Firma Electrónica, publicada en octubre de 2015, que entró en vigencia 6 meses después. Su objetivo radica en equiparar la firma electrónica simple y firma electrónica certificada con la firma autógrafa, propiciando el desarrollo económico, la breve reseña efectuada resulta conveniente en aras de destacar que las nuevas tecnologías.

³⁸ Ibíd. 7.

1.9 El Comercio Electrónico en América Latina

En principio, es necesario establecer que América Latina está empezando a conocer y a utilizar el Comercio Electrónico; por consiguiente, no ha alcanzado los niveles de Asia o de Europa; es pertinente señalar que ha experimentado un impulso importante; sin embargo, de acuerdo al Estudio Retos del e-Commerce México 2017, elaborado por el Instituto Superior para el Desarrollo de Internet, el comercio online supone únicamente un 2,6% de todo el comercio de la región.³⁹

Se puede señalar, que dentro de los grandes países de la región, el que presenta el mayor movimiento en las transacciones digitales es “Argentina, le siguen Chile y Perú; y mucho más atrás se encuentran Brasil y México; Colombia es un caso aparte, pues la cifra publicada hasta el momento tiene en cuenta todas las transacciones online, incluyendo pago de impuestos y de servicios por internet, además del comercio electrónico”.

Asimismo, se dice que, en Argentina, en el año 2016 facturo a través de las plataformas digitales un total de 6.670 millones de dólares, lo que supone un 51% más que el año anterior. Las partidas más destacadas son los artículos para el hogar (tuvo un crecimiento del 124%), la cosmética y la perfumería (crecimiento del 104%) y accesorios para coches, motos y otros vehículos (98% más). El ticket medio de compra de un argentino es de 142 dólares.

Por otro lado, Chile y Perú alcanzaron cifras similares: el comercio en Chile generó una facturación de 2.820 millones de dólares, mientras que en

³⁹ Icx, eMarket Services, “América Latina crece en Comercio Electrónico, aunque las cifras son todavía modestas”, 22 de mayo de 2018, acceso 16 de julio de 2019, <https://www.emarketservices.es/emarketservices/es/menuprincipal/actualizate/noticias/4796023.html>.

Perú fue de 2.800 millones. Llama especialmente la atención Perú, pues en dos años ha experimentado un crecimiento del 198% en el comercio online.⁴⁰

En la última parte de la tabla se sitúan Brasil y México. Cabe destacar que, a pesar de ser grandes países, el comercio online ha supuesto una facturación de 44,4 millones de dólares en el país sudamericano y 16 millones de dólares en México. Las cifras, aun así, suponen un crecimiento del 7,4% (desde 2015) y del 59% (desde 2014) respectivamente.

Según informes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) del 2014, el comercio electrónico en América latina alcanzó más de 52 mil millones de dólares, siendo los primeros tres países de la región en comercio electrónico: Brasil (43%), México (18%) y Argentina (14%). Para el caso de El Salvador está en el número 103 a nivel global; y a nivel de América Latina y el Caribe, está en la posición 17. Siendo los cuatro mejores en el ranking por la región: Barbados (41 a nivel global), Chile (46), Panamá (52), Costa Rica (57).⁴¹

Se puede decir entonces, que el crecimiento del Comercio Electrónico es un hecho palpable, y en “El Salvador la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) busca posicionarse tanto en el mercado nacional como internacional mediante ventas de productos y servicios en plataformas en línea desarrolladas para ese fin”.⁴²

⁴⁰ *Ibíd.*

⁴¹ Rodrigo Hernández, *CONAMYPE* “inicia programa de comercio electrónico MIPYME Online”, 2 de octubre de 2015, acceso 03 de junio de 2019, <https://www.conamype.gob.sv/?p=2503>.

⁴² Gustavo Alas, “*El Comercio Electrónico. Generalidades*”, *Revista Jurídica Digital Enfoque Jurídico*, (2016): 5.

Al hacer referencia a los consumidores, como un indicador que puede ayudar a que la contratación electrónica sea fiable, ello radica en cómo se están utilizando los medios de pagos. Un estudio realizado por el Bank of International Settlements⁴³ (2003) afirma que los sistemas e instrumentos para realizar pagos minoristas aportan una contribución significativa a la eficiencia y estabilidad del sistema financiero y por ello la confianza del público, de igual forma a obtener un desarrollo eficiente y seguro de transacciones del sector real de las economías.

1.9.1 Inversión extranjera directa

Las estadísticas de inversiones extranjeras directas dan una idea de la posible presencia comercial de algunas de las empresas extranjeras que han invertido en el sector de servicios.⁴⁴ Durante el período 2010-2017, Centroamérica recibió un total de casi 80 mil millones de dólares de Inversión Extranjera Directa (IED). El 40,0% de este flujo tuvo como destino Panamá y un 25,5% se dirigió a Costa Rica. El restante se invirtió en Guatemala (11,6% del total de la región), Honduras (11,3%), Guatemala (8,3%), Nicaragua (8,3%) y El Salvador (3,1%). Aproximadamente, el 35% del total de la IED recibida por los países centroamericanos provino de la misma región centroamericana, principalmente de Panamá.

⁴³ The Bank for International Settlements (BIS) Traducido en <https://efxto.com/diccionario/bis-bank-for-international-settlements>, “El Banco de Pagos Internacionales (BIS) es una organización financiera internacional compuesta por 60 bancos centrales y autoridades monetarias, garantiza la estabilidad monetaria y financiera mediante la cooperación entre sus miembros.

⁴⁴ Martín Molinuevo y Sebastián Sáez, *Manual de Estadísticas 2010*. “presencia comercial” (Washington, DC, World Bank, 2014) ,20. “Este servicio ocurre cuando el proveedor del servicio (ubicado en el país B) suministra el servicio al consumidor por medio de una presencia comercial instalada en el país del consumidor (país A). Esta presencia comercial abarca a las personas jurídicas y entidades jurídicas como las oficinas de representación y las sucursales. Ejemplos de este modo de servicio son los servicios financieros que presta una sucursal o subsidiaria de un banco extranjero. Este tipo de suministro de actividades también puede considerarse como inversión extranjera que un país recibe de otro país (AGCS)”...

1.10 Generalidades del Contrato Electrónico

El Comercio Electrónico, es producto de los avances tecnológicos y de la utilización de diferentes medios técnicos para el desarrollo del comercio como se expuso en el desarrollo de la historia, el comercio electrónico mediante internet es producto de la globalización siglo XX y XXI y existe desde hace varios años y en sus inicios se manejó a través de redes particulares dirigidas por códigos o cuadernos de la misma naturaleza, en el contexto de EDI (Electronic Data Interchange).

No obstante, la aparición del Internet ha evolucionado el campo de acción del Comercio Electrónico en forma definitiva. Los usuarios solicitan una transferencia de información (datos) ubicados en un lugar determinado de la red, que a su vez se encuentran definidos por una dirección IP.⁴⁵

La finalidad del Internet es básicamente la transmisión de datos o de información en general de tipo digital entre computadores interconectados. La importancia del contrato radica, en que es el centro de la vida de los negocios, es un instrumento que da movimiento a la vida económica en una sociedad, donde los intereses que en principio pueden ser opuestos, confluyen en busca de una satisfacción individual de intereses que se logra generalmente a costa de un porcentaje de satisfacción de la contraparte.⁴⁶

Los contratos, son definidos como “supuestos de hecho previstos por el derecho como comportamientos humanos, dispositivos de intereses patrimoniales, con consecuencias jurídicas, celebrados por dos o más personas.⁴⁷ El concepto de

⁴⁵ IP siglas en Ingles que designan protocolo de Internet.

⁴⁶ Juan Farina, *Contratos Comerciales Modernos. Modalidades de Contratación Empresarial*, (Tercera edición, Editorial Astrea, Buenos Aires, 2005), 25.

⁴⁷ Antonio Bohorquez, *De los Negocios Jurídicos en el Derecho Privado Colombiano*. (Colombia: Universidad Autónoma de Bucaramanga, 1998), 11-12.

contrato electrónico, se debe entender como: Es aquella que se realiza mediante la utilización de algún elemento electrónico, cuando este tiene o puede tener un incidente real y directo sobre la formación de la voluntad y el desarrollo o interpretación futura del acuerdo.⁴⁸

1.10.1 Riesgos de la Contratación Electrónica

Son evidentes las grandes ventajas (reducción de costos de transacción; (reducción de costos de transacción, costos administrativos, ahorro de tiempo, etc.) que la contratación por medios electrónicos representa para los negocios en la actualidad.

En efecto, se ha señalado que Internet se ha convertido en la nueva forma de hacer negocios; pero también se advierten los daños que se causan o pueden llegar a producirse mediante el uso indebido de estos medios de comunicación, en ese sentido el comercio electrónico mediante internet incorpora diferentes áreas del derecho como el derecho Penal, regulando conductas delictivas de sujetos que realizan conductas desviadas constitutivas de delitos.

Estos individuos son conocidos como: *Hackers*⁴⁹, con la finalidad de satisfacer una necesidad de intrusismo informático. *Crackers*⁵⁰, Copian sin consentimiento alguno, programas informáticos vulnerando los derechos de autor. *Phreakers*⁵¹; Por ejemplo, para no pagar el servicio telefónico, o pagar

⁴⁸ Miguel Ángel Davara Rodríguez, *Manual de Derecho Informático II*, (Ediciones Aranzandi. España. 1997), 198. El cual hace referencia a los contratos de ventas a distancia los celebrados sin la presencia física simultánea del comprador y vendedor y la aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza.

⁴⁹ Son sujetos que vulneran las contraseñas (password).

⁵⁰ Son sujetos cuyos retos se limitan a la vulneración de programas informáticos, softwares comerciales, cometiendo conductas de piratería informática.

⁵¹ Son las personas que conocen técnicas de cómo engañar a sistemas de cobro a distancia.

los servicios con costos menores a los reales. *Sniffers o rastreadores*⁵², con la finalidad de buscar cierta información mediante el uso de Sniffers se recogen los mails que circulan en el ciberespacio, permitiendo su control y lectura entre otros.⁵³

En relación a lo anterior, se puede decir que los sujetos que cometen delitos de carácter informático que atentan contra la seguridad de los sistemas de computación, vulnerándolos e inclusive destruyéndolos, introduciendo información falsa, inexistente o en muchos casos infectando Internet con virus destructivos. Doctrinariamente el Delito informático es:

*“Toda aquella acción, típica, antijurídica y culpable, que se da por vías informáticas o que tiene como objetivo destruir y dañar ordenadores, medios electrónicos y redes de Internet. Debido a que la informática se mueve más rápido que la legislación, existen conductas criminales por vías informáticas que no pueden considerarse como delito, según la "Teoría del delito", por lo cual se definen como abusos informáticos, y parte de la criminalidad informática.”*⁵⁴

Conclusión:

Por tanto, con el anterior desarrollo de la Historia tanto a nivel nacional y del mundo se ha indagado los aspectos, teorías y etapas que han desarrollado una nueva forma de transacción con sus implicaciones, mediante el uso de las tecnologías, para entender qué es lo que busca y qué debiera ser

⁵² Se usan para penetrar en el disco duro de una computadora conectada a una red.

⁵³ Mayra Jeannette Calderón Orellana, Juan Carlos Delgado Ramírez y Nelson Orlando Rivas Hernández, “Técnicas y Procedimientos de Auditoría para obtener Evidencias Virtuales en Empresas que Realizan Comercio Electrónico en El Salvador”, (Tesis de Grado Universidad de El Salvador 2005), 67.

⁵⁴ Edison Carrasco Jiménez, *La expansión del derecho penal y las críticas formuladas a ella por la doctrina penal*, (España: Universidad de Salamanca, 2009), 32.

el comercio electrónico ha sido necesario revisar el surgimiento y evolución de muchos aspectos como: Medios masivos de comunicación, esquemas comerciales, instrumentos financieros, el origen de la firma electrónica y como primer paso, transmisión de datos y redes de cómputo, al menos como los principales elementos involucrados.⁵⁵

Pero resulta indispensable explorar el pasado e historia de las redes de cómputo y su crecimiento ya que éstas son el cimiento de los modernos esquemas de transaccionalidad electrónica comercial. En ese sentido y conforme lo expuesto en el presente capítulo, se han identificado los orígenes y evolución de la tecnología con la que se cuenta. Esto debe permitir poder apreciar los límites sociales y culturales en los que se desenvuelve la sociedad. Por tal razón El Salvador ha tenido un gran crecimiento y muchos avances en materia de comercio electrónico a lo largo de su historia, pero persisten a la fecha retos y desafíos para los cuales se están llevando a cabo iniciativas, a fin de que la población tenga un mayor acceso a las TICs y a Internet.⁵⁶

En consecuencia se ha logrado conocer la forma de cómo utilizar las herramientas para generar una cultura de utilización de las tecnologías, y es que la digitalización en los negocios se efectúa con la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) por lo que se define una nueva forma de relación entre el comerciante y el consumidor, configurando entornos de interacción virtuales en los que se desarrollan las relaciones de intercambio.

⁵⁵ Eduardo René Rodríguez Ávila, *“Comercio Electrónico I. Nacimiento y Desarrollo”* Sección de Estudios de Posgrado e Investigación UPIICSA, 2003, acceso el 01 de junio de 2019, <https://www.researchgate.net/publication/266968004>.

⁵⁶ Miguel Ángel Gómez Borja, Carlota Lorenzo Romero, “Información Comercial Española”, España: ICE: Revista de economía, (2006): 117-135.

CAPÍTULO II

MARCO DOCTRINARIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, SUS TIPOS Y MODALIDADES

El principal objetivo es determinar todos y cada uno de los elementos que componen la definición del Comercio Electrónico, a fin de generar mayor comprensión de su alcance; por ello se incluyeron los aspectos doctrinarios que han sido considerados esenciales para comprender de mejor forma al Comercio Electrónico, y todo lo que incluye el mismo, y que se desarrollaran en el presente capítulo:

En primer lugar el abordaje radica en desarrollar los Tipos de Comercio Electrónico, Comercio Electrónico Indirecto (Off Line), Comercio Electrónico Directo (On Line), las modalidades del Comercio Electrónico, Comercio Electrónico entre Empresas (B2b). Comercio Electrónico entre Empresas y Consumidor (B2c) Comercio Electrónico entre Consumidores (C2c) y Otros Tipos de Transacciones Electrónicas. Luego se detallan las Ventajas del Comercio Electrónico, y sus desventajas, en segundo lugar, se hace referencia a los aspectos tecnológicos como los Instrumentos Electrónicos del comercio, Internet y su principal sistema. La Infraestructura que Integra la Red de Comunicación. Operabilidad del Sistema, Elementos de la Transacción Electrónica, y en último lugar se logra advertir, el Alcance del Comercio Electrónico Bajo sus Modalidades en la Protección de los Intereses de los Consumidores.

2. Definición de Comercio Electrónico

De acuerdo al estudio y análisis de la información recopilada durante el transcurso de la investigación, se ha comprendido que es difícil identificar una definición clara que incorpore todos aquellos aspectos y elementos esenciales que de acuerdo al estudio deben de incluirse, a fin de que ayude al lector en general a comprender de mejor forma una definición; así también es necesario, establecer que en la actualidad existe una alusión vaga de la definición, y que por ende se produce controversia entre instituciones para crear y aplicar una normativa adecuada, específica y homogénea al Comercio Electrónico, razón por la cual se puede definir de diversas maneras.

Para el caso de El Salvador existe una definición, que incorpora la Ley de Protección al Consumidor en sus recientes reformas sobre el Comercio Electrónico, durante el año 2018, de igual forma incluye otros aspectos del mismo, que de acuerdo al estudio ha sido considerados que tienen un significado vago, poco claro y confuso, para la comprensión del público en general. En razón de ello, la Ley de Protección al Consumidor establece que para efectos de la ley se entiende al comercio electrónico *“como un proceso de contratación intercambio de bienes, servicios e información comercial a través de redes de comunicación de datos”*.⁵⁷

Según lo que establecen las Directrices para la Protección del Consumidor de las Naciones Unidas, estas han planteado en sus argumentos y posturas sobre el Comercio Electrónico, que se debe hacer un, *“análisis por parte de los Estados miembros para examinar las directrices y normas internacionales pertinentes sobre el Comercio Electrónico, en conjunto con sus*

⁵⁷ Ley de Protección al Consumidor (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 2018), Artículo 13-C.33.

*correspondientes revisiones, a fin de poder adaptar las directrices y normas que incluyan algún aspecto económicos, sociales y ambientales, para que puedan acatarlas, y cooperar con otros Estados Miembros en su aplicación a través de las fronteras. Y es que al hacerlo, estos Estados podrían tal vez estudiar las Directrices para la Protección de los Consumidores en el Contexto del Comercio Electrónico de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.*⁵⁸

Tal como define el autor citado el comercio electrónico consiste, en: *“Llevar a cabo transacciones de intercambio comercial por medios electrónicos, ya sea la Internet o alguna otra herramienta que conlleve el elemento de la virtualidad, como las redes llamadas Intranets o Extranets, o, inclusive, por elementos de redes de comunicación y sus tecnologías”* siendo la base fundamental del comercio en línea.⁵⁹

Se puede decir, que el comercio electrónico se convierte en una herramienta que ha cambiado el entorno de los negocios, facilitando las transacciones entre empresas y clientes, así como entre personas mediante el uso de elementos de contacto virtual, tema expuesto quien sostiene que “es básicamente, hacer negocios en línea. En su forma más obvia, supone vender productos en línea a los consumidores, pero, en realidad, cualquier tipo de negocio dirigido de forma electrónica”.⁶⁰

El comercio electrónico también se entiende como la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos, se lleva a cabo a través de diferentes redes de

⁵⁸ Yanci Guadalupe Urbina González, *Directrices para la protección del consumidor, de las Naciones Unidas “Comercio Electrónico”* (Defensoría del Consumidor, El Salvador, 2019), 27.

⁵⁹ Kiennan, *Soluciones Microsoft de Comercio Electrónico*, 4.

⁶⁰.Ibid.5.

telecomunicaciones, como: el teléfono, el fax, la televisión, los sistemas electrónicos de pagos y transferencias monetarias y el intercambio electrónico de datos e Internet.⁶¹

Por su parte, otro autor desde una perspectiva jus privatista define qué comercio electrónico es; *“aquel que abarca las transacciones comerciales electrónicas compraventa de bienes y prestación de servicio realizados entre empresarios, o bien entre empresarios y consumidores, a través de los soportes electrónicos proporcionados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, básicamente Internet, así como también las negociaciones previas y posteriores estrechas y directamente relacionadas con aquellos contratos (ofertas contractuales, contra ofertas, pago electrónico).”*⁶²

Otro de los autores, establece por separado qué es comercio, y que implica que éste sea electrónico: *“...en un sentido amplio, es comercio toda aquella actividad que tenga por objeto o fin realizar una operación comercial y que es electrónico cuando ese comercio se lleva a cabo utilizando la herramienta electrónica de forma que tenga o pueda tener alguna influencia en la consecuencia del fin comercial, con el resultado de la actividad que está desarrollando”*.⁶³

Por lo cual, de acuerdo a su empleo en los ámbitos técnicos y de organización empresarial, se puede abordar desde tres perspectivas, principalmente: desde la de las comunicaciones, la de los procesos de negocio

⁶¹ Nieto, “El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual”, 57.

⁶² Ángela Guisado Moreno. La Formación y Perfección del Contrato en Internet, (Madrid: Marcial Pons, 2004), 59.

⁶³ Davara & Davara Asesores Jurídicos, *Comercio Electrónico*, (Navarra: Aranzadi Elcano, 2001), 45. Citado por. Patricia Nieto Melgarejo, “El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual” Revista Foro Jurídico, N° 15, (2016): 61.

y la temporal. Desde el punto de vista de las Comunicaciones, el comercio electrónico es aquel que distribuye información, productos, servicios o transacciones financieras, a través de Redes de Telecomunicación Multimedia, conformando estructuras empresariales de carácter virtual.⁶⁴

De acuerdo a lo anterior se concluye, que el comercio electrónico es aquel que *“consiste en el desarrollo de una actividad comercial, con un variado conjunto de operaciones, que se puede realizar por vía telemática (electrónica) y basada en la cesión de productos, prestación de servicios e intercambio de datos (información), pudiendo realizarlos en tiempo real”*.⁶⁵

2.1.1 Definiciones y dimensiones del comercio según diferentes Organismos

En consecuencia, con el análisis de los diferentes tratados que han propiciado el desarrollo del comercio electrónico mediante su nueva modalidad por medio de internet y su regulación, es importante establecer que como parte central de esta investigación, se vuelve necesario abordar las diferentes concepciones y definiciones del tema.

En ese sentido es que desde los años noventa, varios organismos han adoptado diferentes definiciones acerca del comercio electrónico interno y transfronterizo, tanto de carácter amplio. Asimismo, los institutos de estadísticas de algunos países desarrollados manejan definiciones más restringidas para sus encuestas sobre comercio electrónico. Por ejemplo,

⁶⁴ “Comercio Electrónico en El Comercio Internacional”, Blog Spot, acceso el 23 de mayo de 2019. <http://alaincoel.blogspot.com/?m=1>.

⁶⁵ José María Anteportamlatinam Valero, “Relevancia del E-Commerce para la Empresa Actual” (Tesis de Grado, Universidad de Valladolid, 2014), 12. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5942/TFG-O%20174.pdf;jsessionid=C2534DA272C75CBAD0D4FECFB9590520?sequence=1>.

Eurostat (2002) y Statistics Canadá (2018) indican que el comercio electrónico es la compra que se hace por Internet u otras redes informáticas, sin considerar el medio por el que se realiza el pago de dicha compra.

2.1.2 Definición de comercio electrónico según organismos internacionales

<i>ORGANISMOS</i>	<i>DEFINICIÓN</i>
Definición OMC (1998)	La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos.
OCDE (2011) y UNCTAD (2016a)	La venta o compra de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas por métodos diseñados con el propósito de recibir o realizar pedidos.
FMI (2018)	Transacciones transfronterizas realizadas electrónicamente, habilitadas por plataformas informáticas o con entrega digital del producto o servicio.
Eurostat (2002)	Realización de compras de bienes o servicios a través de redes informáticas.
StatCan (2018)	Compras donde la orden se recibe por Internet, aunque el pago puede hacerse por otros medios. Se excluyen los pedidos realizados por llamadas telefónicas, fax o correo electrónico.
US Census Bureau (2001)	Valor de los bienes y servicios vendidos a través de redes mediadas por computadora.

USITC (2014)	Comercio internacional en el que Internet y las tecnologías basadas en Internet desempeñan un papel importante en el desarrollo, identificación, pedido, producción, comercialización o entrega de productos y servicios.
ICTSD y WEF (2016)	Comercio que usa Internet para buscar, comprar, vender y entregar un bien o servicio a través de las fronteras.

Se considera, que la definición dada por el FMI (2018) para el comercio electrónico, es suficientemente amplia como para captar los distintos tipos de transacciones que se pueden medir directamente con datos en varias categorías de servicios de TIC o servicios potencialmente facilitados por estas tecnologías se retoma la postura del informe de la CEPAL.

2.2 Tipos de Comercio Electrónico

En los Tipos de Comercio Electrónico, existen diferentes clasificaciones que llevan a una confusión respecto de estos; pero el más importante para su desarrollo específicamente es el de los tipos, y es que cuando se refiere a estos, se identifican con dos en específico, los cuales se abordan y explican a continuación.

2.2.1 Comercio Electrónico 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. El comercio Electrónico Off line se caracteriza porque al momento de la entrega de él bien o servicio que se adquiere por parte del consumidor se le entrega en físico el bien, así como por ejemplo existe Olx, en

este tipo se observa que los artículos se promocionan por el sitio web, pero al momento de adquirirlo es en físico y el pago de igual manera.⁶⁶

2.2.2 Comercio Electrónico Directo (On Line)

Cuando las transacciones son puramente on-line desde el pedido hasta el pago y envío. En este tipo de Comercio Electrónico, a diferencia del off line, en este todo se hace mediante el sitio web en el que se hace la publicidad, se presta el servicio y el pago de igual manera es mediante una forma electrónica, por eso es que se le denomina On line. Ejemplo de este tipo de Comercio Electrónico es Amazon en el cual se pueden comprar libros, objetos de uso personal, pero toda la contratación se hace en línea y el pago de la misma forma.

2.3 Modalidades del Comercio Electrónico

En esta temática se abordan específicamente las modalidades⁶⁷, del Comercio Electrónico y no una clasificación como lo explican muchos autores en sus trabajos, y que por consiguiente se enumeran a continuación.⁶⁸

2.3.1 Comercio Electrónico entre Empresas (B2B)

Las transacciones comerciales electrónicas están reemplazando rápidamente los métodos tradicionales para llevar a cabo los negocios. En los últimos años se ha registrado un gran aumento en la aparición de empresas

⁶⁶ Mireya Masclans, et al, *El gran libro del comercio electrónico*, (Madrid: Bubok Publishing S.L., 2016) ,102.

⁶⁷ Algunos autores utilizan el término refiriéndose a “categorías” para clasificar el comercio electrónico vía Internet, y que para el caso se clasifican por los agentes que intervienen en las transacciones electrónicas actuales, y desarrolla 3 de las 4 modalidades de Comercio Electrónico a través de la red... *Miguel Sosa Flores, Ricardo Zao Marisleynis y Dolores M. Rodríguez Miranda, El comercio electrónico: una estrategia para hacer negocios. (Córdoba: El Cid Editor, 2005), 27.*

⁶⁸ Julián Nevárez Montes, *E-commerce*, (México: Editorial Digital UNID, 2014), 20.

dedicadas a manejar los cambios en el mercado. En esta modalidad de negocio a negocio, se considera toda la gama de acciones que se puedan ocurrir en dos organizaciones, como por ejemplo las compras, la administración de proveedores, administración de pagos, abastecimientos, y tareas como servicio y soporte.

Esta modalidad representa el 80% del comercio electrónico en los últimos años. Buscando ventajas del e-commerce, se han llevado a cabo asociaciones entre compradores y vendedores, mediante esquemas electrónicos, a este modelo también se le conoce como e-Marketplace, que también son considerados como un tipo de B2B.

Algunas de sus ventajas son la reducción de costos por transacción, y la reducción de tiempo, es decir, la eficiencia en las operaciones puede aumentar, además de la gama de fuentes de suministro. Otro ejemplo de e-Marketplace, es cuando dos organizaciones se coordinan y canalizan sus transacciones comerciales a esquemas electrónicos, es decir, compañía que ponen en su página web, accesos especiales para sus clientes corporativos.⁶⁹

En palabras más sencillas se puede decir que la modalidad de comercio electrónico denominado como B2B es cuando una empresa vende productos o servicios a otra empresa; esto puede darse a través de los mismos canales de venta usados por los consumidores regulares, o a través de plataformas especializadas para proveedores que hayan integrado su cadena de producción.

⁶⁹ Dotty Oelkers, *Comercio Electrónico: Negocio Negocio B2B*, (México: THOMPSON, 2004), 12.

2.3.2 Comercio Electrónico entre Empresa y Consumidor (B2C)

Esta modalidad de negocio a consumidor, se refiere al intercambio entre empresas y consumidores finales, es decir, el comercio tradicional a través de medios electrónicos. Esta modalidad fue la de mayor desarrollo inicial, en la cual se utiliza el correo electrónico para sustituir la venta por catálogo, por lo que hay una reducción de costos, ya que el vendedor se ahorra el costo de producir, imprimir y enviar sus catálogos.⁷⁰

Hay dos razones principales para que se dé un éxito en estas ventas: una es la reducción de costos, y otra es que toda persona que tenga computadora con acceso a Internet, pueda ser tentado a realizar compras. Hay mayores posibilidades en que se realicen compras de software, video, fotos, y música.

Esta propuesta metodológica persigue recoger un conjunto de recomendaciones o buenas practicas sobre diferentes aspectos del comercio electrónico B2C, las cuales nos pueden seguir como guía para una implementación exitosa de un sistema de comercio electrónico dirigido al consumidor, considerando que puede utilizarse como un prototipo de metodología para evaluar a los sitios web comerciales y detectar con ellos como mejorar las prácticas.⁷¹

Esta modalidad de B2C en resumen se puede decir que es la forma más común de comercio electrónico, en el que una empresa vende a un consumidor a través de plataformas virtuales.

⁷⁰ Pedro Martín, *Teletrabajo y comercio electrónico*, (Madrid España: Ministerio de Educación de España, 2018), 137.

⁷¹ Francisco Martínez, *Marketing en la sociedad del conocimiento: Metodología del Comercio Electrónico B2B*, (Madrid: Delta, 2008), 184.

2.3.3 Comercio Electrónico entre Consumidores (C2C)

El comercio electrónico C2C engloba aquellas transacciones en las que tanto como el vendedor y el comprador, son consumidores finales, generalmente se trata de asociaciones de consumidores con intereses comunes, que, apoyándose en las infraestructuras existentes, crean entornos que le permiten intercambiar ideas, conocimientos o productos.⁷²

Por lo tanto, en el comercio electrónico C2C los consumidores actúan tanto como compradores y vendedores a través de una plataforma de intercambio. Hoy en día existe mucha comunicación y comercio electrónico C2C. Así como Amazon.com, que ofrecen espacios para exhibir casi cualquier todo tipo de cosa, desde arte, antigüedad, joyerías, aparatos electrónicos, servicios profesionales y un sinfín de artículos.

La comunidad en línea eBay con más de 30 Millones de usuarios es otro ejemplo de un comercio electrónico C2C (De consumidor a consumidor), eBay efectuó transacciones por más de 5,000 millones de dólares en el año 2001, se realizan aproximadamente 2 millones de subastas por mes en más de 1000 distintas categorías de artículos o productos.

Es necesario destacar, que al igual que las anteriores modalidades para realizar Comercio Electrónico, comparten características similares, como el caso de realizar transacciones directas entre personas naturales, lo que ayuda a desarrollar un mercado libre, reducir costos con el uso de la tecnología, es accesible entre consumidores, y con el pasar del tiempo ha aumentado su auge.

⁷² Miryam Martínez, *Supermercados.Com: Otras Categorías, C2c, C2b y B2e*, (Madrid España, Editorial ESIC, 2004) ,78.

En conclusión, se puede decir que el uso de esta modalidad, al igual que las otras modalidades hace uso de plataformas digitales, y es que ellas al considerarles consumidores finales ambos, entran en esta modalidad de comercio electrónico.

2.4 Otros Tipos de Transacciones Electrónicas

Para desarrollar este apartado, se abordaron las diferencias que existen entre E-Business frente a E-Commerce, para entender los otros tipos de Transacciones. Por lo que no hay que confundir dichos términos, E-Business no es un negocio de tecnología sino un negocio de cualquier naturaleza que utiliza nuevas tecnologías de cara a mejorar la empresa. El E-Business: *“Es la aplicación de las tecnologías de la información para facilitar la compraventa de productos, servicios e información a través de redes públicas basadas en estándares de comunicaciones”*.⁷³

Tiene que existir en uno de los extremos de la relación comercial un programa de ordenador, y en el otro extremo o bien otro programa de ordenador, o una persona utilizando un ordenador, o una persona con los medios necesarios para acceder a la red.⁷⁴

El E-Business, se basa en la interactividad y alta densidad de las transacciones que se efectúan trabajando los compradores y vendedores, en un entorno que no es fijo, sino que es creado virtualmente mediante ordenadores, navegadores web, software, contenidos y los propios usuarios. En ese sentido, se eliminan las barreras físicas de tiempo y distancia

⁷³ El e-commerce o comercio electrónico, es un término que se utiliza para definir cualquier negocio o transacción comercial.

⁷⁴ Cristina Idalia Cortez Alfaro, Esperanza Maydel Escobar Sánchez y Mónica Rosemary Avalos Rivera, “Diseño de Plan de Marketing Digital. Caso Práctico”: Tienda “El Capirucho” (Tesis de Grado, Universidad de El Salvador, El Salvador, 2016), 27.

existentes entre vendedor y comprador por lo que el E-Business representa un cambio en la forma de interactuar entre el comprador y vendedor.

Por tanto, el sistema E-Business, busca reorganizar la empresa para que tenga la capacidad de intercambiar bienes, servicios, dinero y conocimiento digitalmente, o sea, empleando las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) basadas en Internet. Para la mayoría de los minoristas y sus clientes el proceso de compras en línea es la siguiente: Las tiendas en línea utilizan una aplicación de "carrito de compras" que permite a los usuarios completar un formulario de pedido en línea para procesar pedidos y pagos. Los productos físicos son enviados al cliente o los productos electrónicos se pueden descargar al instante.⁷⁵

Las Tiendas en línea, son más exitosas cuando son capaces de ofrecer algo igual o mejor que los modelos de negocio tradicionales. Los clientes quieren ahorrar tiempo, ahorrar dinero y tener una mejor opción al comprar en línea. También esperan niveles similares de servicio al cliente y la opción de tratar con una persona real si surge un problema, de hecho, es una de las formas más baratas de publicidad para su negocio. Tener un sitio web puede darle una ventaja, ventaja que puede significar la diferencia entre el fracaso y el éxito.

2.5 E-Business frente a E-Commerce

La creencia de que los conceptos de E-Business y el E-Commerce son sinónimos y se refieren al mismo concepto es totalmente errónea. En realidad, si bien el *E-Commerce* cubre los procesos por los cuales se llega a los clientes

⁷⁵ José M. Guevara, "Diferencia entre Comercio Electrónico y Negocio Electrónico", acceso el 25 de mayo de 2019, "https://peregrinoemprendedor.blogspot.com/2010/07/diferencia-entrecocio-electronico-y_20.html."

y proveedores y cubre todos los canales de venta, incluyendo marketing, pedidos, entrega, servicio postventa y derivados, el E-Business va mucho más allá. El E-Business incluye en su razón de ser el E-Commerce en su totalidad, pero también cubre otros procesos internos como pueden ser la producción, administración, desarrollo de productos, área de riesgos, área de finanzas, desarrollo estratégico, gestión del conocimiento y recursos humanos.⁷⁶

El E-Business puede tener diferentes tipologías. Conviene aclarar que el E-Business es un fenómeno en constante evolución por lo que continuamente se están generando nuevas tipologías de negocio electrónico. Cada vez serán más tipos de organizaciones las que se conviertan al soporte digital, ya que la tecnología avanza rápidamente y abre nuevas fronteras día tras día. A continuación, se enuncian algunas de las más importantes.⁷⁷

Subastas en Línea: Las subastas por Internet son más democráticas que las que se realizan en casas de subastas físicas, porque este medio permite la participación de todo aquel que tenga una conexión.

Portales de compra-venta entre particulares: Quien así lo desee puede ser ofertante, comprador o las dos cosas a la vez.

Banca Electrónica o E-Banking: La banca electrónica constituye uno de los negocios más exitosos de la red. Permite que los clientes accedan a sus cuentas bancarias y operen por medio de un sitio Web fácil de usar, La banca on-line ahorra tiempo y dinero a usuarios y a empresas.

⁷⁶ Joannes Granja, "E-Business y aspectos fundamentales de los negocios electrónicos", Blog Gestipolis 2010, acceso 04 de julio de 2019, <https://www.gestipolis.com/e-business-aspectosfundamentales-negocios-electronicos/>.

⁷⁷ Luis Ángel Ramírez Ramírez, "Desafíos Jurídicos del Comercio Electrónico", (Tesis de Maestría, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, 2002), 12-18. file:///e:/desafios%20juridicos%20del%20comercio%20electronico.pdf 30.

Guías Electrónicas: Las guías son siempre útiles para encontrar un servicio o producto en especial.

Ingeniería en Línea: Todo aquel que tenga conexión a Internet puede participar en el desarrollo. Se han creado herramientas conjuntas para el desarrollo.

Juegos de Azar electrónicos: Son uno de los negocios más rentables en Internet.

E-learning: El aprendizaje on-line brinda una nueva dimensión del aprendizaje digital. En lugar de recibir un CD o disquete que contiene un archivo ejecutable que explique un tema y contenga una evaluación, el alumno accede al material on-line. Y se puede además hacer consultas y chatear con las demás personas que están en línea en el curso.

Correo Electrónico: Hay quienes no asocian el correo electrónico con los negocios digitales, pero la comunicación es la base de todo negocio cada vez más organizaciones se comunican en forma digital.

Marketing Electrónico: En la sociedad de la informática, todo fluye. Gracias al Internet las empresas pueden responder a las demandas de cada cliente y tratar a cada uno según sus preferencias.⁷⁸

2.6 Ventajas del Comercio Electrónico

El Comercio Electrónico, brinda tanto a las empresas como para los potenciales clientes una serie de beneficios, también es procedente verificar y analizar las desventajas que supone para ambos agentes.⁷⁹

⁷⁸ Calderón Orellana, "Técnicas y Procedimientos de Auditoría para obtener Evidencias Virtuales en Empresas que Realizan Comercio Electrónico en El Salvador", 67.

⁷⁹ Eloy Seoane, *La nueva era del comercio electrónico: Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico*, (España: Vigo, 2005), 17.

El comercio electrónico en la práctica, ofrece una serie de ventajas que lo hacen especialmente atractivo, tanto para el consumidor como para la empresa; y es que se puede establecer que entre las principales ventajas caben destacar las siguientes: Que el mismo ofrece comodidad, puesto que permite al usuario acceder de una forma sencilla y cómoda desde su casa o desde el lugar de trabajo, que tiene un amplio rango de productos y servicios, simplemente disponiendo de una conexión a Internet y una tarjeta de crédito, dispone de una diversidad de ofertas, de un mismo producto o servicio, pudiendo comparar precios y calidades entre un mayor número de establecimientos, ubicados incluso en países distintos.⁸⁰

Es así, que con la implementación del mismo se reduce los costos y precios; por otro lado hay que mencionar que depende de la capacidad que se tenga así será, la capacidad de los proveedores para competir en un mercado electrónico abierto, se produce una baja en los costos y precios, de hecho tal incremento en la competencia mejora la calidad y variedad de los productos y servicios.

Las siguientes circunstancias, suponen ventajas para los clientes o para los vendedores y en ningún caso suponen un inconveniente para nadie. En estos casos, ambas partes son beneficiadas por la compra y venta online: No hay que hacer colas para comprar, acceso a tiendas y productos en lugares remotos, no es necesario tener una tienda física para comprar y vender, lo anterior hace que no sea tan importante para la venta el lugar donde esté ubicada la tienda, es posible ofrecer y encontrar una gran cantidad de opciones, las tiendas online están disponibles todos los días a todas las horas Capacidad de comprar y vender a otros consumidores y aprovechar las

⁸⁰ Alonso, *Comercio Electrónico: "Antecedentes, Fundamentos y Estado Actual"*,21.

ventajas del comercio C2C Compra inmediata de productos digitales de descarga (software, libros electrónicos, música, películas, etc.).

Facilidad para crecer y ofrecer más y mejores productos y servicios no hay limitaciones ni condicionamientos de espacio, lo que permite tener más productos disponibles entre otras.⁸¹

2.7 Desventajas del Comercio Electrónico

El Comercio Electrónico, también presenta desventajas; tales como: Entorno empresarial y tecnológico cambiante: Aunque anteriormente se señala como una ventaja la rebaja en los costos y precios del producto, se podría ver que la empresa necesita hacer una inversión inicial y constante en la implementación de un sistema operativo que cumpla con los requisitos mínimos para ofrecer a sus clientes una buena calidad en sus sistemas de compras y financieros.⁸²

La tecnología, va a pasos agigantados por lo que una empresa que tiene el reto de integrarse a un Comercio Electrónico para los consumidores, debe de estar preparado para poder comprar los productos más recientes en sistemas y ordenadores para poder servir mejor a las personas que les compran el producto.

Privacidad y seguridad: una más de las desventajas del Comercio Electrónico, es que la mayoría de los usuarios no confían en la red como un canal de pago; ya que las compras y pagos de servicios se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, cualquiera que transfiera datos de una tarjeta

⁸¹ Salvador Ruiz, *Experiencias y casos de comportamiento en el consumidor: Internet y el comercio electrónico*, (España: ESIC, 2004), 66.

⁸² Ibid.67.

de crédito mediante la red no puede estar seguro de la identidad del vendedor, en forma similar no lo está sobre la del comprador, es decir que quien paga no puede asegurarse de que su número de tarjeta de crédito no sea utilizado para algún propósito malintencionado, por otra parte el vendedor no puede asegurarse que el dueño de la tarjeta rechace lo que compró. Esto a consecuencia del fenómeno de la delincuencia, que posee cada país el cual varía según el grado de desarrollo que poseen.

Cuestiones legales, políticas y sociales: existen algunos aspectos que son extensivos en torno al comercio electrónico, por ejemplo, validez de 30, la firma digital, legalidad de un contrato electrónico, pérdida de derechos sobre las marcas. Esto puede tomarse como una desventaja, ya que en muchos países de Latinoamérica no se cuenta con una legislación específica de comercio electrónico como en el caso de El Salvador, que pueda regular todos los aspectos anteriormente mencionados. Esto sin contar con la poca promoción de parte de los gobiernos para el comercio electrónico; ya que este vendría a aumentar y desarrollar las economías de todos los países.⁸³

Los compradores encuentran también ciertos inconvenientes que perjudican a los vendedores y que algunas veces ellos también perciben como desventaja. Falta de comunicación y relación personal, imposibilidad de probar el producto antes de comprarlo, contar con una conexión a Internet segura, es imprescindible tener dispositivo desde el que conectarse a Internet; miedo a los pagos fraudulentos, a las estafas y al robo de la información personal (hackers), dificultad o incluso incapacidad para detectar las estafas y a los estafadores, dependencia absoluta de Internet. Existen costes adicionales que, en la mayoría de los casos, tendrá que asumir el vendedor como:

⁸³ David Hazazel Torres Castañeda, & Javier Guerra Zavala, "Comercio Electrónico", *Revista del Grupo Eumed.net*, (2012): 7-9, <https://docplayer.es/2005970-Comercio-electronico.html>.

Incomodidad para las devoluciones y retraso en la recepción de los productos (como mínimo un día).

En cualquier caso, estas listas deberían servir para valorar el e *Commerce* como una oportunidad de negocio extraordinaria y para tenerla en cuenta como una actividad principal, y no secundaria o complementaria a un negocio tradicional.

Es más, con el paso del tiempo se va viendo que, son los negocios físicos locales los que surgen como complemento y ampliación de un negocio electrónico. Lo que ha quedado claro es que existen ventajas y desventajas de comprar online. Lo que hay que valorar es, sí esas cosas positivas prevalecen sobre las negativas, ya que es la única forma de que el negocio prospere y el cliente quede satisfecho con su compra.⁸⁴

2.8 La Infraestructura que Integra la Red de Comunicación

Es necesario establecer, que en la normativa de El Salvador existe una definición del concepto de Comercio Electrónico dentro de la Ley de Protección al Consumidor, esta se queda muy restringida, para el ámbito de aplicación que debería tener, por lo novedoso de la modalidad vía internet, razón por lo cual se tiene que hacer el análisis y la correcta valoración del concepto de comercio Electrónico realizado mediante internet, con el fin poder valorar todos y cada uno de sus componentes, ya que es de interés general para llegar a una valoración jurídica y correcta interpretación, es fundamental comprender el concepto para así identificar la relación que se va configurando de los actos que debe integrar la legislación para llenar los vacíos legales sobre el comercio electrónico mediante internet.

⁸⁴ Jesús Armando López Velarde Campa, *Derecho comercial y globalización*, (México: Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2016), 18.

La mayor disponibilidad de infraestructura y acceso a la misma, son requisitos indispensables para la participación del Estado y sus ciudadanos en el Comercio Electrónico a través de Internet; porque de hecho no puede existir este, si no hay acceso a elementos infraestructurales esenciales para su aplicación; pues es necesario la instalación de equipos, programas, el acceso a redes y su respectiva actualización, esto a causa de la evolución tecnológica que sigue a un ritmo acelerado y a medida que se perfecciona, crecen los mercados, de tal forma que no hay manera de estar al lado de la evolución.

Cabe aclarar, que a nivel nacional no basta con tener adelantos tecnológicos, ya que por otro lado las políticas oficiales también desempeñan un papel importante; hay que destacar que aunque los gobiernos contribuyen a determinar, si productores y consumidores podrán beneficiarse del Comercio Electrónico mediante internet, no es suficiente para llegar a una completa cobertura del mismo.

Los Estados Miembros de la OMC (Organización Mundial del Comercio), se obligan a respetar la normatividad, a garantizar el acceso a la infraestructura para el Comercio Electrónico realizado a través de internet y a cumplir los compromisos respecto al acceso de los mercados.⁸⁵

El sistema, trabaja sobre una base elemental de comunicación que en la mayoría de los casos, es proporcionada a nivel estatal y para que el sistema de comunicación a través de medios electrónicos como es Internet opere, es necesaria la existencia de una red de comunicación electrónica y de una red de comunicación telefónica.

⁸⁵ Ramírez, "Desafíos Jurídicos del Comercio Electrónico", 22.

2.8.1 La Infraestructura de Red

La misma de acuerdo a estudios realizados se dice que está compuesta por tres categorías⁸⁶: *Los dispositivos*⁸⁷, y *los medios*, que son los elementos físicos o hardware de la red⁸⁸ y *Los servicios*.⁸⁹

Las redes modernas utilizan principalmente tres tipos de medios para interconectar los dispositivos y proporcionar la ruta por la cual pueden transmitirse los datos: Hilos metálicos dentro de cables: los datos se codifican en impulsos eléctricos. Fibras de vidrio o plástico (cable de fibra óptica): los datos se codifican como pulsos de luz y Transmisión inalámbrica: los datos se codifican con longitudes de onda del espectro electromagnético.

La Organización Mundial del Comercio (O.M.C), considera seis tipos de instrumentos electrónicos ⁹⁰ relativos a la actividad comercial: “seis instrumentos principales del comercio electrónico se pueden distinguir: *E/*

⁸⁶ *Redes*, “Descripción General de los Componentes de la Red”, Blog Interpolados, Como un cuaderno de apuntes personal, Adriana Torres, 28 de febrero de 2018, acceso el 2 de junio de 2019, <https://interpolados.wordpress.com/2017/02/28/descripcion-general-de-los-componentes-de-la-red/>.

⁸⁷ Los dispositivos de red con los que la gente está más familiarizada se denominan terminales; de acuerdo al análisis de la información, se puede decir que comunicación a través de una red es transportada por un medio; y que el medio proporciona el canal por el cual viaja el mensaje desde el origen hasta el destino.

⁸⁸ El hardware está compuesto por los componentes visibles de la plataforma de red, como una PC portátil, una PC, un switch, un router, un punto de acceso inalámbrico o el cableado que se utiliza para conectar esos dispositivos.

⁸⁹ Como los servicios de alojamiento de correo electrónico y los servicios de alojamiento web. Los procesos proporcionan la funcionalidad que direcciona y traslada mensajes a través de la red. Según Sergio Romeo Santos Revolorio, “Análisis de los Dispositivos de Red en Ambiente Virtual” (Tesis de Grado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2017) ,23. <http://www.repositorio.u-sac.edu.gt/7744/1/Sergio%20Romeo%20Santos%20Revolorio.pdf>.

⁹⁰ Instrumentos electrónicos: entiéndase a todo aquel instrumento de funcionamiento eléctrico, el cual resulta susceptible de convertirse en un medio útil para la actividad comercial, entre los que se debe destacar el Internet como tal.

*teléfono, el fax, la televisión, los sistemas de pago electrónico y transferencia de dinero, el intercambio de datos electrónicos e Internet.*⁹¹

De lo anterior se puede sintetizar, que con un sistema conocido como la INTERNET, comprendido como un sistema internacional que permite a diversos individuos a nombre propio o a nombre de otras entidades, comunicarse, enviar mensajes, asumir a través de esa comunicación compromisos, obligaciones, adquirir derechos, cometer ilicitudes.

2.8.2 Operabilidad de los Sistemas

Es necesario destacar, que deben distinguirse tres sistemas importantes: el *Internet*, *intranet*⁹² y *extranet*⁹³. Los anteriores conceptos deben llevarnos a tener una idea más clara y precisa de lo que estos sistemas incluyen como componente y elementos para distinguir, con el fin de la aplicación eventual de normas jurídicas.

Estos tres sistemas deben ubicarnos en la forma que es usada y aprovechada la red de información por el cliente o usuario, y que la utilización determina los propósitos del servicio esperado y su aplicación práctica a futura. De ello se puede concluir que debe de haber un adecuado uso y comprensión de estos casos, para que el resultado sea el esperado.

⁹¹ “Es un conjunto de ordenadores (públicos interconectados en todo el mundo)”. Agustín Serrano Herce, *Todo internet: marketing digital y comercio electrónico*, (Córdoba: El Cid Editor, 2005) ,127.

⁹²Internet- Intranet-Extranet, *Blog Grdar*, acceso el 03 de julio de 2019, <http://www.grdar.com/2018/03/engagement-web-grdar/> “Es una Inter red privada propiedad de una compañía u organización. Esta usa los estándares tecnológicos de Internet para proveer amplia información a sus empleados a diferencia de la Internet esta da información solo a los empleados de la empresa”.

⁹³“Es una red privada que puede utilizar la red Internet para comunicarse; sin embargo, está restringida al público general y solo permite el acceso a usuarios de la red privada que formen parte de la empresa o que están autorizadas por tener un vínculo con ella”.

Por otra parte, es igualmente importante mencionar que la anterior subclasificación se encuentra ubicada en una clasificación de Redes, identificada como Red interna: entendida como “Dos o más redes o segmentos de la red conectados con los dispositivos que funcionan en la capa 3 (la capa de la “red”) del modelo de la referencia básica de la OSI, tal como un router (es un dispositivo externo al ordenador que se encarga de establecer un nexo de conexión en una Red entre un punto de partida hacia un terminal que oficia como el punto de llegada de esta comunicación Sistema antes Master).⁹⁴

Cualquier interconexión entre las redes del público, privadas, comerciales, industriales, o gubernamentales se puede también definir como red interna. Estas redes pueden comunicarse al exterior utilizando NAT.⁹⁵

2.9 Elementos de la Transacción Electrónica

Se puede comprender como aquellos elementos que conforman la bien llamada transacción electrónica⁹⁶, es decir todos sus aspectos que conforman, sus acciones y que a continuación se enuncian de la siguiente manera: la Existencia de bienes y servicios⁹⁷, Sujetos⁹⁸, Medios electrónicos⁹⁹(teléfono,

⁹⁴ “Definición de Router, (cuyo equivalente en idioma español sería algo como Enrutador) es un dispositivo externo al ordenador que se encarga de establecer un nexo de conexión en una Red entre un punto de partida hacia un terminal que oficia como el punto de llegada de esta comunicación del Sistema antes”. Master Blog *Magazine*, acceso 08 de julio 2019, <https://sistemas.com/router.php>.

⁹⁵ “Conectividad (redes locales, red. Internet)”, “tipos de WAN”, Blog *Spot Tecnologías de la Información y la Comunicación*, acceso el 02 de Julio de 2019, <http://tics-perez2.blogspot.com/2008/10/conectividad-redes-locales-red-internet.html>.

⁹⁶ Ramírez, “Desafíos Jurídicos del Comercio Electrónico”, 19-21.

⁹⁷ Son el objeto de la transacción, es ante todo este sistema de mercadeo, el que ha promovido un aumento masivo de la relación comercial. “Casi todo puede ser comprado a través de Internet.

⁹⁸ Se hace referencia a las partes que se interrelacionan en las actividades comerciales como sujetos, dada la amplitud del sistema para permitir a todos los usuarios, ser parte de una transacción comercial.

⁹⁹ Es un requisito indispensable la existencia de instrumentos electrónicos, a fin de que esta actividad se ubique dentro del tipo de transacción en examen comercial electrónica.

televisión, fax, radio, computadoras y todos los demás instrumentos de este tipo), Sistemas de conexión de los sujetos¹⁰⁰, Pago¹⁰¹, Entrega del bien o servicio¹⁰².

2.10 El Alcance del Comercio Electrónico Bajo sus Modalidades en la Protección de los Intereses de los Consumidores

Es indispensable, mencionar que para el caso se debe hacer relación en cuanto se refiere al “alcance del comercio internacional bajo la modalidad de Comercio Electrónico, ya que es necesario situar específicamente a si existe o no una protección homogénea de los derechos individuales y colectivos”, para los consumidores y proveedores, es decir si en la legislación existe o no la adecuada protección, en general (Consumidor/Proveedor), por lo que puede ser que algunos de los agentes participantes en el, se encuentren desprotegidos.

Como consecuencia de las reformas realizadas se tiene que la normativa regula solo la transacción realizada entre consumidor y proveedor, B2C, pues es el espíritu de la norma la protección del menos favorecido en la relación de consumo, es entonces donde el análisis realizado se enfoca en el alcance de la misma, para poder determinar el porqué de la exclusión y realizar así un análisis restrictivo de la norma, e incluir y proteger a otros (consumidores);

¹⁰⁰ Este elemento deviene en un requisito absolutamente indispensable para efectos de que los sujetos de la transacción electrónica puedan comunicarse, promover el mercadeo de productos, órdenes de pedido, órdenes de pago.

¹⁰¹ Se convierte principalmente en las transacciones económicas hechas a través de Internet en un elemento indispensable de la transacción comercial electrónica.

¹⁰² Transacción que se realiza a fin de dar por cumplida el intercambio del servicio o el bien, es decir la entrega del bien o servicio, elemento fundamental, en la transacción electrónica, ya que el mismo constituye el objetivo principal del sujeto que se propone adquirir el bien o servicio.

relacionado con lo anterior, la Constitución, establece que la protección debe darse a todo Consumidor, haciendo referencia de forma general.¹⁰³

De manera que, se inicia de la idea de los derechos individuales y de ahí lleva a los derechos colectivos para el caso, sin embargo; este punto de partida tiene una razón de peso y es el poder abarcar un ámbito de protección más amplio, ya que si se crea una tutela efectiva de los derechos de los consumidores en su conjunto, se podrá resolver de una forma más efectiva a una problemática que afrontan un número mayor de consumidores.

Se puede establecer entonces, que lo que se pretende con este tipo de prácticas es, que los consumidores modifiquen de manera unilateral sus conductas, cuando ya se determinó que es una violación reiterada a un derecho.¹⁰⁴

Puede decirse que, la necesidad surge, a partir de que exista una protección homogénea de los derechos individuales y colectivos de los consumidores en el Comercio Electrónico, que para el caso existen otras modalidades del comercio no menos importantes; y que no son retomadas para mejorar la protección de los consumidores.

Conclusión

Para finalizar el presente capítulo, es necesario hacer una breve reflexión de la información que se ha logrado obtener durante la elaboración y desarrollo del mismo, ya que en él se busca retomar el objetivo de categorizar

¹⁰³ 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 de Maestría, Universidad, Dr. José Matías Delgado, 2014), 42. <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/30/MNI/0002055-ADMAEPA.pdf>.

¹⁰⁴ *Ibíd.*45.

la sistematización doctrinaria de la Protección de los Consumidores en las Modalidades y Tipos de Comercio Electrónico, incluidos todos y cada uno de los aspecto que implica la comprensión y análisis de una correcta definición y manejo del mismo, mediante un estudio a profundidad de la doctrina como de la legislación, ambas para poder llegar a un solo fin, el poder dar una idea más comprensible de lo que ahora es muy difícil comprender por la complejidad del problema.

En ese sentido, hay que destacar que cuando se hace referencia al Comercio Electrónico, se debe hacer una reflexión para determina que por su avance, el desarrollo ha llegado a la mayoría de los países en el mundo con acceso a Internet, lo que favorece en mayor número de empresas, puesto que les permite lograr colocarse fuera de su territorio nacional y así lograr la internacionalización de sus productos, he ahí donde se trata de que se le dé el manejo adecuado y la comprensión sea clara, ya que al ignorar aspecto importantes pueden afectar al consumidor como proveedor, y ello provocaría un efecto de retroceso al Comercio Electrónico.

Es necesario mencionar, que el mercado online lleva a las empresas a practicar comercio internacional sin necesidad de colocar un establecimiento físico fuera de sus fronteras aumentando así su potencial de ventas y su capacidad innovadora”¹⁰⁵.

¹⁰⁵ María José Bojórquez López y Omar Valdez Palazuelo, “*El Comercio Electrónico como Estrategia de Internacionalización de las Pyme*”, *Revista RITI Journal*, (2017): 110.

CAPÍTULO III

FUNDAMENTO JURÍDICO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el presente capítulo, se realiza un análisis de las diversas legislaciones, en las que se encuentre regulado el Comercio Electrónico, a fin de indagar sobre la protección que se le debe prestar a esta problemática; en ese orden de ideas se realizó el estudio de la normativa, mediante el procesamiento y comparación de las diversas fuentes encontradas; de igual forma el procesamiento de la normativa extranjera que se han logrado ubicar, entre otros aspectos; y se desarrollarán de la siguiente manera:

En primer lugar, se hará referencia a toda la Legislación aplicable al Comercio Electrónico a nivel nacional, seguido del Derecho Extranjero, en segundo lugar se hace referencia al Comercio Electrónico y la protección de los derechos del consumidor con las nuevas reformas, realizadas en el año dos mil dieciocho a la LPC, en consecuencia el estudio de la regulación del Comercio Electrónico en el Marco Jurídico Salvadoreño, un análisis del Anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico en El Salvador.

Además se elaborara una Sistematización de la Protección de los Consumidores en el Comercio Electrónico, y para finalizar el capítulo se incorporaran todos los Instrumentos Internacionales y demás Organismos Internacionales, con la relación que existe con los medios electrónicos a fin de visualizar el perfil en la evolución, y el estado actual de dicha normativa; por lo que su planteamiento jurídico constituye un elemento esencial para la protección de los consumidores, y de igual manera para el desarrollo de esta investigación.

3. Legislación Aplicable al Comercio Electrónico

3.1. Nivel Nacional

En este capítulo se abordarán las leyes que desarrollan el tema de comercio electrónico y aquellas que son fundamentales para su abordaje así se destacan las siguientes.

a) *Constitución de la Republica de El Salvador. En la Legislación salvadoreña, ha sido un reto el tema de la regulación del Comercio Electrónico, sin embargo en cada una de las leyes se incorporan aspectos de relevancia para esta temática, si bien es cierto la Constitución de la Republica de El Salvador no se enfoca en si en expresar el comercio electrónico como tal, si señala aspectos para la protección de los ciudadanos pertenecientes al Estado.*

En los artículos 2, 10, 23 y 24 que regulan la labor del Estado, de proteger la integridad de toda su población esto implica la protección de abusos que quieran hacer a ellos, además de brindarles una libertad de contratar y administrar sus bienes como mejor lo dispongan. Además, en el Título V del Capítulo III que se denomina “*Orden Económica*”, es fundamental recalcarlo porque los artículos detallados enmarcan que el Estado se encargará de incrementar la producción del recurso y eso implica que deberá de estar alerta de todo lo relacionado al comercio, y de la protección de los consumidores.

Por lo cual, se puede decir que se incorporan elementos en la constitución, que pueden servir de conexión para la regulación del comercio electrónico, y establecerse en una ley que abarque todo lo relacionado con

este, es el caso de los artículos 144 al 149¹⁰⁶, los cuales se enfocan en lo respectivo a los tratados internacionales que han sido ratificados por El Salvador y que anteriormente fueron descritos, su aplicación en la normativa, señala que algunos de ellos tienen relación con el tema de comercio y que son de suma importancia en el desarrollo de este y así incorporar en la legislación al Comercio Electrónico.

b) *Código Civil*. El Código Civil, es una de las leyes secundarias de gran importancia es menester resaltar artículos de este código que nos permiten dar respuesta a ciertas interrogantes que resultan del tema, tales como, artículos del 1309 al 1314 que regula lo relativo a las obligaciones en general y a los contratos, lo más importante de ellos es que establecen que es un contrato y algunos de los tipos de los mismos, lo cual es de sumo interés, para poder así obtener una protección de los contratos que se realizan mediante el comercio electrónico. En los artículos 1416 y 1417, los cuales señalan la obligación y la forma en la que cesan los contratos, además de la buena fe que debe haber en ellos y obliga a cumplir con todo lo que emana de ellos.

En el caso de artículos 1427 y 1428¹⁰⁷, es necesario resaltarlos puesto que en ellos se regula la indemnización que debe de hacerse a la persona a la que se le causa algún perjuicio resultante del contrato, importantes temas que son los que sirven de aplicación para que se cumpla el Comercio Electrónico en la legislación salvadoreña.

¹⁰⁶ Constitución de la Republica de El Salvador (El Salvador: Asamblea Constituyente de la Republica de El Salvador, 1983), Artículos 144 al 149. 35-36.

¹⁰⁷ Código Civil (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 1859), Artículos 1427 y 1428. 152.

De la misma manera, el artículo 19 del Código Civil da un parámetro que se debe de realizar en un proceso intelectual de desciframiento de la ley, donde se agrega la necesidad de tomar en cuenta un carácter teleológico *la ratio de la ley y del legislador*, para la interpretación se puede hacer al concepto de comercio electrónico, se concuerda con el uso del análisis gramatical e interpretación literal de la ley, pero se deben retomar otros aspectos que la literalidad de la norma.

c) *Código de Comercio*. Este Código como su nombre lo indica, en él se regula todo lo relativo al comercio en general por ello se debe de señalar, puesto que no se incorpora como tal el comercio electrónico mediante internet, sin embargo en los contratos que esta normativa desarrolla, se emplea el comercio electrónico mediante el telefax, el teléfono, puesto que del Título III en adelante expone cada uno de los contratos que esta normativa aplicara en su materia. Además, se aborda lo relativo al comercio en general por tanto, nos interesa abordar esta normativa.

Se puede hacer mención de los casos de los artículos del 1 al 6¹⁰⁸ que relata lo general al comercio así como quienes y de qué forma estarán regidos por este código, como lo son los comerciantes y explicando además a quienes se les entenderá como tal.

Este código, es la herramienta para todos aquellos que se ven involucrados con el comercio de una u otra forma, así como todo el código regula cada uno de los aspectos que sirven de base para una regulación adecuada de Comercio Electrónico, así como el Título I en su capítulo IV que enmarca la prueba de las obligaciones mercantiles, dentro de ellas cada uno de los elementos que

¹⁰⁸ Código de Comercio (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 1973), Artículos del 1 al 6. 1-2.

nos permiten saber qué tipos de documentos pueden ser utilizados para poder probar una obligación.

d) *Ley de Firma Electrónica*. Esta es una de las leyes más importantes, en el ámbito del comercio electrónico, porque es una de las primeras en El Salvador en regular un tema novedoso y es el primer paso para crear una legislación de comercio electrónico, relacionado a la tecnología como el caso de la firma electrónica a sus vez forma parte como uno de los elementos que se pueden desarrollar en el comercio electrónico; debido a que al realizarse alguna contratación, o un acto de venta o compra, si bien es cierto no señala en ninguno de sus artículos como tal el tema.

En su artículo 2 establece que "...la regulación de esta ley es aplicable a la comunicación electrónica, entendiéndose con esto también la contratación electrónica, de igual forma se identifica en el artículo 3, y este establece las definiciones, y hace la relación con aquellas que hacen referencia con el tema en desarrollo. Por ejemplo, podemos mencionar: los datos personales, documento electrónico, firma electrónica, mensaje de datos; en cuanto al artículo 6 y 7 señalan los dos tipos de firmas electrónicas que se pueden encontrar como lo son la simple y la certificada.

El último análisis corresponde al artículo 35, este señala lo que la autoridad deberá hacer respecto del control y vigilancia, observando que se ordena la creación de la Unidad de Firma Electrónica, por lo cual se señala que a pesar de que, dentro del Ministerio de Economía, se ha creado la Unidad de firma Electrónico, está no está instalada, por no existir Ley de Comercio Electrónico.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Ley de Firma Electrónica (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 2015), Artículo 35. 13.

e) *Ley de Anotaciones Electrónicas de valores de Cuenta de la Republica de El Salvador* Esta es una de las leyes que no se debe destacar, debido a que fue de las primeras que se crearon con el propósito de adaptar el mercado de El Salvador, al Comercio Electrónico, así se observó en el artículo 6 donde señala que las anotaciones en cuenta serán creadas por ser inscritas en el registro electrónico de cuentas de valores, dejando en evidencia la aportación que esto hace al comercio electrónico. *El artículo 27 que le trasfiere al Banco Central que será el encargado de llevar un registro electrónico de emisiones y de cuentas de valores, pero además el artículo 37 nos enmarca que el registro electrónico de cuentas de valores es un registro contable, teniendo claro que a pesar que esta ley no es de las nuevas, ya señalaba aspectos en los que se incorpora en Comercio electrónico.*¹¹⁰

f) *Ley de la Simplificación Aduanera de la República de El Salvador.* Es una de las leyes que al igual que la anterior no es muy novedosa, se incorporan aspectos como; criterios de competencia por no existir una ley de comercio electrónico; señalando pues así que en el artículo 8¹¹¹ se le faculta al Ministerio de Hacienda que será el encargado de operar aspectos como la fiscalización y la facultad sancionadora que se encuentren relacionadas con las entidades certificadoras.

3.2 El Comercio Electrónico y la Protección de los Derechos del Consumidor con las Nuevas Reformas a la Ley de Protección al Consumidor Realizadas en el Año 2018

El Salvador, se encuentra dentro del listado de los países que no poseen como tal una Ley de Comercio Electrónico, que se encargue de regular

¹¹⁰ Ley de Anotaciones Electrónicas de valores de Cuenta de la Republica de El Salvador (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 2002), Artículo 37. 9.

todo lo respectivo a este tipo de comercio, sin embargo existen leyes dispersas dentro de la normativa de El Salvador que por su ámbito de aplicación se ven en la necesidad de incorporar normas jurídicas respecto del Comercio Electrónico, por la falta de ley específica, es el caso de la Ley de Protección al Consumidor la cual es una de las leyes que en El Salvador ha sido reformada, de manera que con las reformas hechas a ella se logra regular el Comercio Electrónico, esto puesto que por ser una normativa que se encarga de proteger como su nombre lo dice a los consumidores, debe de buscar la forma de velar por los intereses de estos.

Por esta razón, es ante lo vulnerable que son los consumidores en el tema de comercio electrónico, y por no existir una normativa que incorpore esta temática se incorporó en esta ley el tema de comercio electrónico y es la circunstancia de las nuevas normas que en ella se incluye, así se observó que en el artículo 13-C se establece como tema de la Protección al consumidor en el comercio electrónico, el cual refleja una definición de comercio electrónico; la cual es breve, dejando fuera los tipos y modalidades del comercio electrónico, puede ser entendible debido a que no es la ley que se especializa en este tema.

También en su artículo 21-A¹¹² se norma todo lo relativo a las obligaciones especiales para los proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico, previas a la contratación, en él se establece todo lo que debe de hacer el proveedor respecto de la información del consumidor, brindar toda su información, relativo a su sistema de seguridad, debe de tener términos y condiciones en su sitio web, incorporando en estos los requisitos

¹¹¹ Ley de la Simplificación Aduanera de la Republica de El Salvador (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 1999), Artículo 8. 6.

¹¹² Ley de Protección al Consumidor (El Salvador: Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, 2018), Artículo 44 literal q). 44-46.

establecidos en el literal d) de dicho artículo, además debe de proporcionar información completa, precisa, veraz, clara, oportuna, gratuita y de fácil acceso, tendrá que incorporar las condiciones generales de los contratos.

Además, en el artículo 21-B se regulan las obligaciones especiales para los proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico durante la fase de contratación y posterior a ella, a diferencia del artículo anterior en este es cuando se ejecuta la contratación y luego de que esta termina, deberá el proveedor presentar al consumidor un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir, antes de finalizar cualquier transacción, además debe de confirmar al consumidor la recepción de la orden que contiene su compra, tendrá que guardar la información, durante un plazo de 10 años después de que termino la contratación y por ultimo entregar el pedido en un plazo máximo de 30 días.

Es así, como se pudo observar tanto la protección de los consumidores dentro de esta normativa; y además la incorporación del comercio electrónico en esta ley, señalando así en su artículo 44 literal q)¹¹³ que al infringir alguno de los artículos 21-A o 21-B se incurre en una infracción grave, debiendo resaltar que a pesar de que esta ley regula el comercio electrónico aún en la legislación salvadoreña se ve en la necesidad de aprobar una ley que regule en su totalidad al comercio electrónico, e incorpore todos sus elementos y que sea suficiente para que no existan vacíos legales respecto de esta temática.

3.3 Derecho Extranjero

En la legislación internacional, se puede abordar respecto de la temática de la investigación, y es que se señalan algunas de las más importantes, es decir las que regulan en una sola ley todo lo respectivo al Comercio Electrónico

¹¹³ Ibid.71.

y de igual forma otras que regulan este comercio, en algunos artículos de alguna de sus leyes, y entre estas se han identificado los siguientes países con su respectiva normativa.

a) *España*. En España existe la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico, encargada de establecer las obligaciones de las empresas en la red, velar por los intereses de los clientes y controlar que todas las normas se cumplan como es debido, la cual se reformo en 2014 y se le denomino como Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, esta al igual que la ley antes de las reformas, incorpora definiciones que son importantes para el entendimiento de la normativa que regula como tal.

Sin embargo, no se establece en ella la definición de comercio electrónico no obstante si se encarga de normar toda la contratación electrónica, lo relacionado con ello en los aspectos de su realización y los aspectos fundamentales de la misma, quedándose muy corta la protección en el entendimiento de todo lo relacionado al Comercio Electrónico. Así es el caso que se relaciona en la jurisprudencia española, en la cual, se han visto vulnerados derechos a una persona, por medio de comercio electrónico mediante internet.¹¹⁴

b) *México*. Este país es uno de los cuales en su legislación aun no incorporan una Ley propia de Comercio Electrónico, sin embargo en su Ley Federal de Protección al Consumidor se incluyen los parámetros en un solo artículo que es el 76 BIS¹¹⁵, el cual señala todos los aspectos, a los que estarán sujetos las partes que actúen en esta relación, que es de proveedores a consumidores, estableciendo para estas transacciones obligaciones para cada

¹¹⁴ Sala de lo Civil, Sentencia, Referencia 114/2013 (España, Tribunal Supremo, 2013).

¹¹⁵ Ley Federal de Protección al Consumidor (México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2000), Artículo 76 BIS, 43-44.

una de las partes, dejando así tanto para el consumidor como para el proveedor condiciones que deberán de cumplir y respetar al contratar y así evitar que alguno de ellos salgan afectados al hacer uso del comercio electrónico.

En el Código de Comercio Mexicano, se desarrolla un título denominado *“De Comercio Electrónico” en el capítulo I, “De los Mensajes de Datos”* conformado desde el artículo 89 al 95, el cual se enmarca en definir todo lo relativo a los mensajes que envían los contratantes y a la información que se envían en ellos y las condiciones de los mismos y el capítulo II *“De las Firmas”* desde el artículo 96 al 99.¹¹⁶

Regula todo lo relativo a la firma electrónica como tal, sus requisitos y lo que debe cumplir la misma; se puede observar en esta legislación que su regulación es mínima, respecto del tema de comercio electrónico, a pesar de que se desarrolla este, no se amplía su abordaje jurídico no se da una definición del mismo, dejando en el abismo la comprensión de este, y al igual que en El Salvador, no existe una Ley de Comercio Electrónico, que regule todo al respecto.

c) *Colombia*. Corresponde realizar el análisis a la legislación Colombiana y es que es una de las más relevantes en el tema de Comercio Electrónico, debido a que la regulación de este país posee una ley, denominada Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, esta ley es muy amplia en cuanto describe, a la contratación electrónica, puesto que en ella se establece la forma en la que se debe de

¹¹⁶ Código de Comercio (México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1993), Artículos 89-99. 18-25.

realizar dicha contratación, además en su artículo 2 117 enmarca las definiciones de todos los temas que se consideran de importancia y que para efectos de la ley se comprenderán, encontrando en el literal b) del artículo en comento la definición de Comercio Electrónico, siendo está muy amplia y específica para la comprensión del lector e incorpora en sus títulos los mensajes de datos, y la firma electrónica en una sola ley.

Señala además el Comercio Electrónico en materia de transportes de mercancías, esta ley incluye los mensajes de datos que es lo que en la legislación de El Salvador se tendría que regular, para lograr probar la obligación que se adquiere en la contratación electrónica mediante internet, así se observa.

En el caso que en la jurisprudencia colombiana, se estableció que no existía violación por parte de los artículos que regulaban los medios probatorios, dentro de los que se incluyen los mensajes de datos en la Ley 527 de 1999 a la Constitución Política del país.¹¹⁸

d) *Ecuador*. La Legislación Ecuatoriana es otra que se tomara en cuenta, como ejemplo de las que regulan el tema de Comercio Electrónico; por tanto es otro país que tiene su propia ley relativa al Comercio Electrónico, la cual se denomina *Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Mensajes de Datos*, al igual que la ley colombiana regula aspectos muy similares, pero con la diferencia que está no señala una definición de Comercio Electrónico y se enfoca en la protección de datos de los mensajes.

¹¹⁷ Ley N° 527 de 1999 (Colombia: Congreso de Colombia, 1999), Artículo 2. 1. Definición de comercio electrónico literal b)...” 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”...

¹¹⁸ Corte Constitucional de Colombia, Sentencia, Referencia C-662/00B (Colombia, Corte Constitucional de Colombia, 2000).

Además de la firma electrónica y la certificación de la misma; otra diferencia es que en esta ley se engloba un título específico de la Contratación Electrónica, regulando desde los servicios que implica esta contratación, la validez y el perfeccionamiento del mismo de igual forma los derechos de los consumidores, aborda la validez de los instrumentos electrónicos y la prueba electrónica, de conformidad con los artículos 44 al 56 de la referida ley.¹¹⁹

e) Chile. Como un último referente del Derecho Extranjero corresponde hacer el análisis al país chileno, este país es considerado un referente del comercio electrónico en la región latinoamericana. Chile se suma a la lista de países que no tienen una legislación aplicable al comercio electrónico, en específico, sin embargo existen otros cuerpos normativos que incorporan el tema de comercio electrónico por la falta de una ley respectivamente.

Es así que surge su Ley 19496, es la que se encarga de establecer normas sobre la protección de los consumidores en Chile, en su artículo 32 inciso 2¹²⁰ el cual establece la normativa de comercio electrónico en materia de consumidores, señala que el proveedor deberá brindar una información accesible y que sea certera de los pasos que deben seguirse para celebrar los contratos electrónicos, en ese orden de ideas se puede observar que esta normativa guarda relación con la LPC, respecto de los derechos y deberes de un proveedor electrónico.

Además de esta ley, se hará mención de la Ley Sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y los Servicios de Certificación de Dicha Firma, la cual como su nombre lo indica hace referencia a todo lo relativo de la firma electrónica; así también a los documentos electrónicos, que están

¹¹⁹ Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos (Ecuador: Congreso Nacional, 2014), Artículos 44-56. 12-16.

¹²⁰ Ley 19496 (Chile: H. Congreso Nacional, 1997), Artículo 32. 15.

relacionados con el comercio electrónico, por ende es de relevancia enmarcar el artículo 1 el cual especifica al respecto de los documentos electrónicos.

En su artículo 2¹²¹ pues explica las definiciones de importancia en el comercio electrónico que toda ley debería incorporar definiciones como: Elemento electrónico, documento electrónico, firma electrónica, fecha electrónica, esta ley para Chile implica la implementación del comercio electrónico en su legislación, por la regulación dispersa existente en otras áreas del derecho.

Realizado el análisis del derecho extranjero, y de la relación que se da en aras de la protección del consumidor y del comercio en general así mismo con el Comercio Electrónico, se deben de analizar los principales aportes que pueden contribuir a la normativa de El Salvador, en ese sentido corresponde realizar una sistematización normativa de todo el marco legal.

3.4 Instrumentos Internacionales y otros instrumentos Ratificados por El Salvador

Para ir finalizando con el presente capítulo, se abordarán aquellos apartados; pero no sin antes hacer una breve introducción sobre aquellos instrumentos internacionales ratificados por El Salvador, enumerando una lista de aquellos tratados y demás normativa que se consideran importantes en cuanto se refieren al comercio en general y el realizado vía internet.¹²²

¹²¹ Ley Sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de Dicha Firma (Chile: H. Congreso Nacional, 2002), Artículo 1 y 2.1

¹²² "Tratados Comerciales, Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX) El Salvador", Banco Central de Reserva de El Salvador, acceso el 25 de junio de 2019, www.cie.xelsalvador.gob.sv.

Es así, en el marco normativo Centroamericano se regula el comercio intrarregional (incluye el Tratado General de Integración Económica Centroamericana, el Protocolo de Guatemala y el Tratado sobre Inversión y Comercio de Servicios) incluye varios de los criterios considerados como parte de los acuerdos tipo AGCS+¹²³ o AGCS-X en relación al Comercio de Servicio, razón por la cual surge la inquietud acerca de la falta de seguridad que deviene del Comercio Electrónico y de todas y cada una de las transacciones electrónicas realizadas en este.

De acuerdo a la investigación se puede comprobar que es necesario crear confianza en todas las personas usuarias, que están utilizando esta forma de comercio mediante internet; de acuerdo a lo anterior se puede señalar que: *“La protección de los usuarios en particular con miras a la privacidad, confiabilidad, anonimato y contenido debe ser elaborado a través de políticas por la escogencia de empoderamiento individual, soluciones industriales, que deben estar en concordancia con la ley que sea aplicada”*.¹²⁴

De ello deviene, la importancia para que se le dé nacimiento a la creación de un “marco jurídico para el mercado interior, que tenga como base en principio el control del país de origen, y es que hay que destacar que en la iniciativa existía la importancia de un marco normativo favorable que sirviera de base al desarrollo del Comercio Electrónico realizado por medio de internet,

¹²³ “El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios”, Organización Mundial del Comercio (OMC), acceso el 26 de junio de 2019. <https://www.wto.org/indexsp.htm>.

¹²⁴ *“Un mundo sin fronteras: realizar el potencial del Comercio Electrónico mundial”*, “Plan de acción de la OCDE para el Comercio Electrónico”, “Declaración ministerial sobre la autenticación para el Comercio Electrónico”, (Conferencia Ministerial de Ottawa, Canadá, octubre de 1998), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), https://ec.europa.eu/info/index_en.

por lo que se formulaban varias propuestas de creación para propiciar un ambiente adecuado”.¹²⁵

En ese orden de ideas, hay que traer a mención, que para el caso de El Salvador se han firmado “acuerdos comerciales con países desarrollados y en desarrollo, la mayoría de los acuerdos datan después de la incorporación de El Salvador a la Organización Mundial del Comercio, los acuerdos comerciales varían dependiendo del alcance y disciplinas comerciales que se negocian en cada uno”.¹²⁶

Para tener una idea más clara, hay que mencionar que un acuerdo comercial puede denominarse como Tratado de Libre Comercio (TLC), Acuerdo de Alcance Parcial (AAP), Acuerdo de Asociación (ADA). Todos estos acuerdos, además de la Uniones Aduaneras y Zonas de Libre Comercio son excepciones indicadas en el Artículo XXIV del GATT¹²⁷, Artículo V del GATS y en la Cláusula de Habilitación de la OMC.

En el Tratado de Libre Comercio, (TLC)¹²⁸ incluye aspectos relacionados con el comercio de mercancías (acceso a los mercados, origen, facilitación de comercio, obstáculos técnicos al comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, defensa comercial), de servicios (entrada temporal de personas de negocios, telecomunicaciones, servicios financieros, entre otros), así como otras áreas

¹²⁵ Comisión de las Comunidades Europeas, “Iniciativa europea de comercio electrónico” (Informe, COM 97, 16 de abril de 1997), acceso el 25 de julio de 2019, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51997DC0157&from=EN>.

¹²⁶ Sistema de Información Comercial, Política Comercial de El Salvador, del Ministerio de Economía de El Salvador, acceso el 02 de agosto de 2019, <http://infotrade.minec.gob.sv/politica-comercial/generalidades-politica-comercial/>.

¹²⁷ Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), Organización Mundial del Comercio, acceso el 03 de agosto de 2019, https://www.wto.org/spanish/thewto_s/history_s/history_s.html.

¹²⁸ *Ibíd.*

relacionadas con el comercio (propiedad intelectual, medioambiente, laboral, competencia, compras de gobierno).

Se puede decir que, aunque el TLC, *no habla expresamente sobre el Comercio Electrónico mediante internet, por considerarse reciente esta modalidad*, de una forma u otra retoma aspectos tácitamente sobre este cuando habla sobre aspectos tecnológicos, que por consecuencia nos orientan al Comercio Electrónico mediante internet. Actualmente El Salvador tiene relaciones comerciales basadas en el TLC con los siguientes países: (*para mejor detalle Ver Anexo N°2*).

Para el caso tenemos el Tratado de Libre Comercio México Centroamérica (2012), Tratado de Libre Comercio Colombia El Salvador, Guatemala y Honduras, (2010), Tratado de Libre Comercio El Salvador Honduras Taiwán. (2008), Tratado de Libre Comercio Centroamérica República Dominicana -Estados Unidos. (CAFTA-DR), (2006), Tratado de Libre Comercio Centroamérica República de Chile. (2002), Tratado de Libre Comercio Centroamérica República Dominicana (2001), Triángulo Norte de Centroamérica G-3 (Guatemala, El Salvador y Honduras) y el Tratado General de Integración Económica y Centroamericana. ¹²⁹

El Acuerdo comercial con Corea del Sur fue suscrito el 21 de febrero de 2018 y ratificado por parte de la Asamblea Legislativa de El Salvador el 21 de junio de ese mismo año y por parte de Corea del Sur el 2 de agosto de 2019, se espera que entre en vigor a finales de este mismo año.

AAP Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de El Salvador y la República de Cuba (AAP El Salvador-Cuba) ¹³⁰: Es un acuerdo comercial que

¹²⁹ Alma Arámbula Reyes y C. Efrén Corona Aguilar, *Tratados Comerciales de México*, (México: Distrito Federal, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2008), 47-52.

¹³⁰ *Ibíd.*60.

incluye aspectos relacionados con preferencias arancelarias, aunque en los últimos instrumentos negociados por El Salvador se han incluido otras disciplinas, tales como, defensa comercial, medidas sanitarias y fitosanitarias, solución de controversias, entre otras. Actualmente El Salvador tiene en vigor acuerdos Comerciales AAP con: a) *Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica entre la República de El Salvador y la República de Ecuador. (2017)*, b) *el Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de El Salvador y la República de Cuba. (2012)* y c) *Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de El Salvador y la República de Venezuela. (1986, actualmente en renegociación)*.

En proceso de ratificación se encuentra el AAP con Bolivia; en proceso de revisión legal se encuentra el AAP con Trinidad y Tobago y en proceso de negociación se encuentran el AAP con Belice.

DA, Acuerdo de París: Acuerdo que incluye disciplinas comerciales negociadas en un TLC más un pilar de cooperación y un pilar político. Desde octubre de 2013 se tiene en vigor el DA entre Centroamérica con la Unión Europea.¹³¹ Tal es el caso de *Sistema Generalizado de Preferencias SGP. Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica (ADA UE-CA)*.

Para culminar el presente apartado, cabe mencionar que en el caso de El Salvador, como ya se ha identificado existe una gran normativa internacional que mencionar, y mediante la misma se busca fortalecer y mejorar el tema del Comercio, en específico sobre el Comercio Electrónico mediante Internet, si bien es cierto los instrumentos internacionales no expresan tácitamente el Comercio Electrónico, en alguno de sus apartado

¹³¹ Romina Gayá, “El comercio electrónico y la inserción internacional de América Latina y el Caribe”, septiembre, 2015, acceso 20 de junio de 2019, <https://conexionintal.iadb.org/2015/10/15/el-comercio-electronico-y-la-insercion-internacional-de-america-latina-y-el-caribe/>.

retoman aspectos relacionado al mismo, esto producto de lo que se pretende buscar y cambiar en relación al Comercio Electrónico que se realiza mediante internet, razón por la cual se ha hecho relación de algunos instrumentos internacionales que se encuentran actualmente ratificados por El Salvador.¹³²

3.4.1. Otros Instrumentos Internacionales

De acuerdo a lo anterior, se continuó con la sistematización de los diversos instrumentos que pueden de alguna manera regular el Comercio Electrónico mediante Internet, y es necesario hacer referencia a los instrumentos internacionales, que además de ser importantes para este, vienen a ser una base fundamental en cuanto a Comercio Electrónico se refiere, por lo cual se enuncian a continuación:

3.4.2 Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor

Para iniciar el presente apartado, es necesario hacer referencia a las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, debido a que estas forman un conjunto valioso de principios que funcionan como pilares para establecer las principales características que deben tener toda la normativa internacional en materia de Comercio Electrónico mediante Internet, y además sobre la protección de los consumidores; si bien es cierto las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, en su ámbito de aplicación establecen que¹³³:

¹³² Mario R. Salazar, “*El Comercio Electrónico en El Salvador: Oportunidades, Avances y Desafíos*”, Revista Puentes, Análisis e Información sobre Comercio y Desarrollo Sostenible para América Latina, n. 6, (2017):14.

¹³³ Organización de las Naciones Unidas, “*Comercio y Desarrollo*” (Conferencia de las Naciones Unidas, New York y Ginebra 2016) ,5-6.

“Se aplican a las transacciones entre empresas y consumidores, incluida la provisión de bienes y servicios a consumidores por empresas estatales”. Y que para efectos de las mismas entre las políticas de protección al consumidor se incluyen las leyes, reglamentos, normas, marcos, procedimientos, decisiones, mecanismos y programas de los Estados Miembros, así como las normas y recomendaciones del sector privado, que protegen los derechos e intereses de los consumidores y promueven el bienestar de esto.

También, cabe mencionar que el *modelo que incluyen las Directrices de las Naciones Unidas para el caso de El Salvador en relación al Comercio Electrónico, es la denominada nueva implementación mediante Internet, y en cuanto a los sujetos que interviene en la relación comercial, se identifica de proveedor a Consumidor (B2C), por lo que está de alguna manera excluye las demás modalidades que existen en otros países.*

Por otra parte, se hará el análisis del porque las Directrices de las Naciones Unidas, influyen en los consumidores, en lo que respecta al Comercio Electrónico mediante Internet, y es que en cuanto a su aplicación para poder comprender que viene a presentar las pautas necesarias para crear y mejorar la normativa que existe sobre materia de Comercio Electrónico, y ello a su vez beneficia a los consumidores que actualmente hace uso de esta novedosa herramienta, si bien es cierto en la actualidad existe una era digital que avanza a grandes velocidades, y que se debe adaptar a esta, por lo cual se debe mejorar la protección.

Las directrices fueron aprobadas por la Asamblea General en su resolución 39/248, de 16 de abril de 1985, ampliadas posteriormente por el Consejo Económico y Social en su resolución 1999/7, de 26 de julio de 1999,

y revisadas y aprobadas por la Asamblea General en su resolución 70/186, de 22 de diciembre de 2015.¹³⁴

De lo anterior, se puede reflexionar que las directrices sirven como base para la creación de las distintas leyes a nivel nacional, es decir se utiliza como un modelo a desarrollar con el fin de que la legislación en el ámbito de Comercio Electrónico, sea creado conforme a este modelo y a su vez se encuentre en concordancia con otras leyes de esa misma naturaleza en la región, es así que para El Salvador, en relación al Comercio Electrónico, se han considerado las directrices de las Naciones Unidas como punto de partida, ya que para la Ley Modelo de Comercio Electrónico y para las reformas realizadas en el 2018, están sirviendo como guía para las futuras propuestas a desarrollarse en esa materia.

De acuerdo al orden de ideas, la regulación de Comercio Electrónico que actualmente existe en El Salvador, es bien limitada, y desarrollada en otras áreas del derecho, pues no se cuenta con una ley propia sobre el tema y a pesar de que este tema no es desconocido para todos, es difícil poder encaminarnos en cuanto a su regulación y respecto de la protección que debe darse a las personas que usan el mismo.

El ámbito de aplicación de estas directrices es el comercio electrónico entre empresarios y consumidores, se articulan entorno a tres principios que se enuncian de manera breve¹³⁵:

1) *Protección transparente y efectiva*. Los consumidores que intervienen en el comercio electrónico deben gozar de una protección

¹³⁴ *Ibíd.* 7.

¹³⁵ Ángeles Martín Rodríguez, “*La protección de los consumidores en el comercio globalizado*”, Comercio y Justicia Social en un Mundo Globalizado, nº 58, (2016): 83, https://moodle.adaptland.it/pluginfile.php/27390/mod_resource/content/1/ebook_vol_58.pdf.

transparente y efectiva que, en ningún sentido fuere inferior a la que alcanza un consumidor que participa en el comercio presencial. A este objetivo son llamados todos los agentes que participan en la actividad, gobiernos, empresas, consumidores y representantes.

2) Lealtad en las prácticas comerciales, publicitarias y de promoción de ventas. Las empresas involucradas en el comercio electrónico deben actuar conforme a los principios de la buena fe y lealtad en las prácticas comerciales, publicitarias y de promoción de ventas. No deben participar en ninguna actividad que pudiera ser falsa, engañosa, fraudulenta o desleal, del mismo modo que, su información debe ser clara, visible, precisa y fácilmente accesible.

Las empresas, deben tener en cuenta las especiales características del comercio electrónico para evitar el incumplimiento de las normas de protección al consumidor y hacer frente a las distintas características de las regulaciones de los mercados a los que dirige su actividad.

Su publicidad no puede ser engañosa y voluntaria de manera que, deben tener procedimientos eficaces y fáciles que permitan a los consumidores elegir si desean o no recibir mensajes electrónicos no solicitados y poder indicar que no quieren recibirlos. Del mismo modo, las empresas deben poner especial cuidado en todos aquellos mensajes que se dirigen a población potencialmente que puede influir en niños, ancianos, enfermos etc.

3) Información en línea. Esta información debe contener: La identificación de la empresa, nombre legal, dirección geográfica principal de la empresa, dirección de correo electrónico u otros medios para poder contactar con ella, datos de su inscripción en el Registro Mercantil, comunicación rápida, fácil y eficaz con la empresa, mecanismo de resolución de conflictos apropiado

y eficaces así mismo los procedimientos legales y la localización de la empresa y sus directivos a efectos de actuación de las autoridades competentes.¹³⁶

3.4.3 Convenciones y Convenios

Sobre este punto cabe mencionar que existen las siguientes Convenciones que regulan y desarrollan en lo modular el tema de Comercio Electrónico¹³⁷, estas son: la Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales (Nueva York, 2005), y la Convención de Viena de 1980 sobre Compraventa Internacional de Mercaderías.

3.4.4 Leyes modelo que regulan El Comercio Electrónico

Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, CNUDMI, su objeto es facilitar el comercio Electrónico y los documentos transmisibles electrónicos (2017); Ley Modelo de la CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas (2001) y Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico (1996).

3.5 Sistematización de la Protección de los Consumidores en el Comercio Electrónico, y Organismos Internacionales

Se continua, con el análisis, ya que es necesario valorar las normas que desde inicios de la actividad comercial, han dictado las organizaciones mundiales para regular el comercio y su relación con los medios electrónicos a fin de visualizar un perfil de la evolución y el estado actual sobre dicha

¹³⁶ Ibid.84.

¹³⁷ Jorge Palacios Treviño, *Tratados, legislación y práctica en México*, (Ciudad de México: Dirección General del Acervo Histórico Diplomático de la Secretaria de Relaciones Exteriores, 2003), 25-26.

normativa. La valoración se hace indistintamente sobre normas relativas al comercio en general o al comercio electrónico en particular ya que lo normado para el comercio en general es de aplicación consecuente con el comercio electrónico.¹³⁸

Pero además, esto nos permitirá observar cómo se ha ido ingresando internacionalmente al ámbito del comercio electrónico para efectos de su regulación, lo que constituye un avance jurídico importante al inicio del siglo XXI. Los marcos normativos sobre protección al consumidor en el comercio electrónico, han sido ampliamente adoptados en los países de América Latina y el Caribe.

Por ejemplo, en 18 países ya se han promulgado leyes, de los cuales 11 han aplicado la Resolución 39/248 sobre las Directrices para la Protección al Consumidor aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas.¹³⁹ Mientras solo 2 países no se han promulgado leyes en la materia ni cuentan con proyectos de Ley.

Las directrices son aplicables a los bienes y servicios producidos en el país; de igual forma a los importados como se ha señalado, por ende tiene la finalidad de fomentar la confianza en el comercio electrónico. De esta forma, los estados se comprometen a garantizar que los consumidores y las empresas estén informados y sean conscientes de sus derechos y obligaciones en el mercado digital.

¹³⁸ Sebastián Herreros, “La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales: algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe”, *Revista Serie Comercio Internacional*, N° 142 (2019): 23.

¹³⁹ Las directrices fueron aprobadas por la Asamblea General en su resolución 39/248 del 16 de abril de 1985, ampliadas posteriormente por el Consejo Económico y Social en su resolución 1999/7 del 26 de julio de 1999, y revisadas y aprobadas por la Asamblea General en su resolución 70/186 del 22 de diciembre de 2015.

Las directrices también hacen un llamado a observar las Recomendaciones a los Lineamientos para la Protección al Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). En esa línea de regulación es que la OMC administra un conjunto de acuerdos multilaterales que abarcan distintos aspectos del comercio de bienes y servicios. Los más relevantes para el comercio electrónico son:

“El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por su sigla en inglés), el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), y más recientemente, el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio, que entró en vigor en febrero de 2017. Otro instrumento relevante de carácter plurilateral es el Acuerdo sobre Tecnología de la Información (ATI), concluido en 1996, por medio del cual a la fecha 82 miembros de la OMC se han comprometido a no aplicar aranceles aduaneros a los productos del sector de las TIC.”

Los acuerdos de la OMC son considerados “tecnológicamente neutrales”, es decir, sus disposiciones se aplican independientemente del medio a través del cual se comercian los bienes o servicios. Por ende, sus disposiciones son en principio plenamente aplicables al comercio electrónico.¹⁴⁰

Sin perjuicio de la neutralidad tecnológica, lo medular del texto del (GATT) data de 1947, mientras que el AGCS y el ADPIC fueron negociados durante la Ronda Uruguay (1986-1994), en los inicios del uso comercial del Internet. De ello concluye el informe de la CEPAL que los actuales acuerdos de

¹⁴⁰ Herreros, “La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales”,30.

la OMC no logran capturar las especificidades de los nuevos modelos disruptivos de negocio que han surgido con las grandes plataformas digitales y otras innovaciones como la inteligencia artificial, la manufactura aditiva y el Internet de las cosas.¹⁴¹

En particular, los compromisos en servicios asumidos por los países en el marco del AGCS se basan en una taxonomía de “modos de suministro” que se ha vuelto crecientemente obsoleta como consecuencia de la revolución digital.

En la segunda Conferencia Ministerial de la OMC (Ginebra, mayo de 1998) se acordó establecer un programa de trabajo sobre comercio electrónico, reconociendo la importancia creciente de este fenómeno. Sin embargo, y pese a más de veinte años de labor, este no se ha traducido en la negociación de nuevos acuerdos o en la introducción de enmiendas a los ya existentes.

A la fecha, el resultado más concreto alcanzado en la OMC en materia de comercio electrónico ha sido el acuerdo de sus miembros de imponer una moratoria a la aplicación de derechos de aduana a las transmisiones electrónicas. *Además de los acuerdos de la OMC, existen otros instrumentos multilaterales relevantes para el comercio electrónico. Uno de ellos es la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico (LMCE) elaborada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) en 1996,*

¹⁴¹ Mark Wu, “Digital trade-related provisions in regional trade agreements: Existing models and lessons for the multilateral trade system”. RTA Exchange. Ginebra: ICTSD y Banco Interamericano de Desarrollo, (2017). <http://e15initiative.org/publications/digital-trade-related-provisions-inregional-trade-agreements-existing-models-and-lessons-for-the-multilateral-trade-system/>, Citado por Sebastián Herreros, “La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales: algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe”, Serie Comercio Internacional, N° 142 (2019):23. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44667/S1900451_es.pdf?Sequen ce=1&isAllowed=y.20.

en la que se basan las leyes sobre la materia de 150 jurisdicciones en 71 países, incluidos 22 de la región.¹⁴²

Este instrumento (no vinculante) “fue el primer texto legislativo que adoptó los principios fundamentales de no discriminación, neutralidad tecnológica y equivalencia funcional, generalmente considerados como los pilares del derecho moderno de comercio electrónico”

La LMCE contiene varias disposiciones de gran relevancia para el comercio electrónico, como el reconocimiento jurídico de los mensajes de datos y la validez de la firma electrónica. Estos conceptos fueron posteriormente incorporados en la Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales, de 2007, también negociado en el seno de la CNUDMI.

Otros instrumentos multilaterales relevantes para el comercio electrónico fueron negociados en el ámbito de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Ellos son el Tratado sobre Derecho de Autor y el Tratado sobre Interpretaciones o Ejecuciones y Fonogramas, ambos de 1996, conjuntamente denominados los “tratados sobre Internet” de la OMPI.

Ambos instrumentos tienen como principal objetivo adaptar los acuerdos ya existentes de la OMPI sobre esas materias (la Convención de Roma y el Convenio de Berna, respectivamente) a la revolución digital, y en particular a los desafíos que plantea la distribución en Internet de material protegido por el derecho de autor como software, juegos y canciones.

¹⁴²Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), “Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe”, (Santiago: 2018), 88, <http://www.cepal.org/publicacion>

Conclusión

En síntesis, al final del presente capítulo se ha encontrado mediante el estudio de la normativa que se encuentra vigente actualmente sobre el Comercio Electrónico, que existen tratados internacionales que El Salvador ha firmado, a fin de brindar una protección a quienes hacen uso del Comercio Electrónico, para poder dar esa cobertura total a las agresiones causadas a los derechos de las personas que se encuentran vulnerables en esta situación; a consecuencia de la falta de información y la adecuada interpretación que debe de proporcionarse, para comprender mejor la definición de Comercio Electrónico y de lo que esto implica; además hay que agregar que las Directrices de la Organización de las Naciones Unidas, han contribuido a que en El Salvador se busque dar mayor cobertura al Comercio Electrónico, a fin de proteger, y de mantener homogeneidad en este tema.

Por otra parte, en el presente se ha estructurado una sistematización de organismos internacionales, que han trabajado y colaborado en común acuerdo para proteger los derechos de las personas, en relación al Comercio Electrónico, ya que es necesario valorar aquellas normas que desde inicios de la actividad comercial han dictado las organizaciones mundiales para regular el comercio y su relación con los medios electrónicos a fin de visualizar un perfil de la evolución y el estado actual sobre dicha normativa.

De la misma manera, se observó el reto en el que se encuentran las legislaciones a nivel mundial, debido a la falta de una ley que regule todo lo relativo al Comercio Electrónico, en El Salvador se ve evidenciado al no estar regulado el mismo en el código de comercio, o al menos una ley que haga referencia a este tema debido a la importancia que existe dentro de la sociedad, ya que hoy en día es muy común la utilización de este en las transacciones o contratos que realizan los salvadoreños, sin embargo a pesar

de esta falta de regulación, la Ley de protección al Consumidor ha sido una de las leyes que se ha reformado recientemente y que se ha preocupado por tomar en consideración lo que implica el Comercio Electrónico y por ello se ha incorporado como tal normas que se apliquen a este.

Es por ello, que se puede identificar en los artículos 13-C, 21-A, 21-B y 44 literal “g” de la citada Ley, que se logra un avance para no tener un vacío legal respecto del tema; pero además queda claro que El Salvador no es el único que no tiene una ley como tal de Comercio Electrónico, sino también países dentro de los cuales se puede mencionar el caso de México y Chile, no obstante ambos países tienen leyes que si tratan esta temática, teniendo un avance en sus legislaciones respecto de este tipo de comercio.

Así cabe señalar, que los países de Colombia y Ecuador son dos de los que han dado un salto importante y tienen una ley como tal que regula los aspectos de comercio electrónico, incluyendo así en una sola ley, temas como los mensajes de datos y la firma electrónica; se denota una clara importancia de que exista una ley especial para regular todo lo entorno al comercio electrónico, ya que se vuelve una necesidad por la era actual en la que se está viviendo, y que a su vez con la utilización de la nuevas tecnología en las transacciones y contratos se hacen cada vez más comunes y se hace más difícil la protección de quienes las utilizan, por no existir una legislación que lo aborde.

CAPÍTULO IV

ALCANCE DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de este apartado es demostrar la necesidad de un análisis en estricto sentido sobre las reforma a la Ley de Protección al Consumidor para dar cobertura a las diferentes Modalidades y Tipos de Comercio Electrónico, en su concepto y definición.

Asimismo, el Análisis de Datos obtenidos respecto del Comercio Electrónico a partir de las entrevistas realizadas en el Ministerio de Economía, en la Defensoría del Consumidor y diferentes entidades Gubernamentales y no Gubernamentales.

En ese sentido, el amplio abanico de áreas cubiertas por el comercio electrónico incluye la protección del consumidor, la Ciber-seguridad, la propiedad intelectual y las firmas electrónicas básicamente, el objetivo es ayudarlo a crear un entorno legal que promueva la seguridad del comercio en línea y el bienestar económico por ello a lo largo de la investigación se han abordado los diferentes aspectos que regula.

4. Análisis del Alcance del Concepto de Comercio Electrónico en la Ley

En este punto es necesario hacer consideraciones respecto de los elementos que integran el concepto de comercio electrónico en la ley para medir su alcance.

La Ley de Protección al Consumidor establece y define al comercio electrónico “*como un proceso de contratación intercambio de bienes, servicios*

e información comercial a través de redes de comunicación de datos”.¹⁴³ Así se desglosan los siguientes elementos: 1) *Proceso de contratación*, 2) *Intercambio de bienes, servicios e información comercial*, 3) *Redes* y finalmente 4) *Comunicación de datos*.

1) *El proceso de Contratación*, entendiéndose como: el conjunto de pasos o pautas que se deben seguir para realizar la contratación de un servicio o para la solicitud de un producto que se desea adquirir. En cuanto a la Contratación Electrónica es nueva forma contractual y forma de realizar intercambio de bienes y de servicios.

La importancia y desarrollo adquirido ha convertido en una materia de interés jurídico por su creciente y constante aplicación práctica, transformándose así en uno de los ejes fundamentales a través de los cuales se produce el intercambio de riqueza en la sociedad.¹⁴⁴

2) *Intercambio de Bienes, Servicios*, es el traspaso de un producto (entiéndase bien tangible o intangible) el cual previamente ha sido solicitado por una persona que desea obtener ese bien, o ya sea un servicio específico, identificado como la Transacción electrónica.¹⁴⁵

Se puede comprender como aquellos elementos que conforman la bien llamada transacción electrónica, es decir todos sus aspectos que conforman, sus acciones.

¹⁴³ Ley de Protección al Consumidor, Artículo 13-C.33.

¹⁴⁴ Nieto, El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual, 63.

¹⁴⁵ Básicamente, una transacción electrónica es cualquier actividad que involucra la transferencia de información digital para propósitos específicos; sin embargo, a pesar de ser electrónicas, las transacciones conservan su esencia original, por lo tanto aún conservan ciertas reglas de origen que las rigen. “*Transacciones Electrónicas*” Blog *Spot*, acceso el 22 de junio de 2019, <http://oponce1031.blogspot.com/>.

3) *Red*: De acuerdo a estudios realizados se dice que está compuesta por tres categorías: *Los dispositivos*, *y los medios*, que son los elementos físicos o hardware de la red y *los servicios*.¹⁴⁶

Las redes modernas principalmente son tres tipos de medios para interconectar los dispositivos y proporcionar la ruta por la cual pueden transmitirse los datos: Hilos metálicos dentro de cables: Los datos se codifican en impulsos eléctricos como fibras de vidrio o plástico (cable de fibra óptica): Los datos se codifican como pulsos de luz y Transmisión inalámbrica: Los datos se codifican con longitudes de onda del espectro electromagnético.

4) *Comunicación de Datos*: Además de la existencia de un medio electrónico se reconoce la existencia del procesamiento de datos a través de los sistemas de cómputo o servidores y comunicados a través de las redes internacionales, como Internet mediante todo su engranaje operacional.¹⁴⁷

4.1 Comparación de la Definición y Elementos de Comercio Electrónico en El Anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico

La Comisión de Economía inició un análisis al proyecto de Ley de Comercio Electrónico, cuyo objetivo es proteger a los proveedores y consumidores que hagan uso de la modalidad de mercados digitales, y aprobaron el artículo 6 que define comercio electrónico y otros elementos que para efectos de realizar una comparación con la LPC, se describen a continuación:

¹⁴⁶ *Redes*, "Descripción General de los Componentes de la Red" Blog *Interpolados*, acceso el 2 de junio de 2019, <https://interpolados.wordpress.com/2017/02/28/descripcion-general-de-los-compon-entes-de-la-red/>.

¹⁴⁷ *Ibíd.*

A) Comercio Electrónico: Toda relación de índole comercial, sea o no contractual, a través de redes de comunicación de datos, o cualquier otra tecnología disponible.

B) Comunicación Comercial Electrónica: Toda forma de comunicación que las partes hagan por medio de mensaje de datos, dirigido a la promoción, directa o indirecta, de la imagen, de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial industrial artesanal o profesional.

C) Proveedor de Bienes y Servicios por Vía Electrónica: Toda persona natural o jurídica nacional o extranjera, pública o privada, que tenga por objeto comercializar o intercambiar bienes o servicios a título oneroso o no, de forma permanente o eventual, a distancia por vía electrónica o tecnológicamente equivalente.

D) Proveedor de Servicio de Intermediación Electrónica: Persona natural o jurídica que posibilita el acceso y la operatividad de cualquiera de los componentes, fases y elementos del proceso de comercio electrónico facilitando la prestación o utilización de otros servicios de comercio electrónico o el acceso a la información.

Siendo estos servicios de intermediación, la realización de copia temporal de las páginas de internet solicitados por los usuarios y el alojamiento en los propios servidores de datos, aplicaciones o servicios suministrados por otros, la provisión instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o de enlaces a otros sitios de internet, entre otros.

E) Servicios: Cualquier actividad onerosa ministrada en el mercado, prestada por medios electrónicos, o tecnológicamente equivalentes, con excepción de las que resultan de las relaciones laborales de dependencia.

F) Usuario, Cliente o Adquirente: Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice bienes o servicios, o bien reciba oferta de los mismos cualquiera que sea el carácter público o privado individual o colectivo de quienes los producen, comercialicen, faciliten, suministren, expidan siempre que no sea para consumo propio.

G) Vía Electrónica: Cuando el servicio es enviado desde la fuente y percibido por el destinatario mediante equipos electrónicos de tratamiento (incluida la comprensión digital) y de almacenamiento de datos y que se transmite, canaliza y recibe mediante hilos, medios ópticos o cualquier otra tecnología equivalente.

Todas estas definiciones ayudan a delimitar el campo de aplicación de la ley y de lo que se debe entender por comercio electrónico y todos sus elementos a diferencia de la regulación en la LPC, que se pueden advertir 4 elementos, por lo que es indispensable delimitar el ámbito de aplicación en la ley, aunque se entienda únicamente la regulación B2C, debe hacerse una interpretación restrictiva de su concepto para conocer el alcance en las diferentes normativas.¹⁴⁸

Es imprescindible, discutir aspectos que se deben entender como: La relación de consumo, consumidor o consumidor final, acto de consumo para entender la conceptualización de comercio Electrónico y el ámbito de aplicación de

¹⁴⁸ Anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico (El Salvador: Asamblea Legislativa, 2019), acceso el 15 de junio de 2019, <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/corr-espondencia/E09DA49E-2361-4812-BBB6-8AED112090BA.pdf>.

la ley, es por ello que se analizó la jurisprudencia correspondiente al caso para comprender la exclusión de las modalidades y tipos en la LPC.

4.2 Ámbito de aplicación Ley de Protección al Consumidor

De acuerdo al análisis realizado a la LPC, se hace referencia en su Artículo 2, que: *“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”*.¹⁴⁹

Cuando en la ley se establece lo anterior, se advierte que el mismo cuerpo normativo nos da una definición de consumidor y proveedor, sucesivamente por tanto el consumidor puede ser comprendido como: Persona natural o jurídica que haga uso, disfrute o adquiera productos que se le han ofertado, de manera simple o mediante algún medio, y que sea facilitada por otra forma, la cual distribuya o suministre un producto en particular y que pueda ser persona natural o jurídica.

De lo anterior se puede establecer, que surge a partir del ámbito de aplicación de la ley, que todos los sujetos están comprendidos en su ámbito de aplicación sin hacer exclusión, entre persona natural o jurídica, es decir que según definición dada su campo de aplicación incluye a proveedores tal como lo ha establecido la jurisprudencia.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Ley de Protección al Consumidor, Artículos 1, 2 y 3, 13 y 14.

¹⁵⁰ Sala de Lo Contencioso Administrativo, Sentencia Definitiva, Referencia: 80-2010, (El Salvador, Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor, 2017).

La Ley de Protección al Consumidor, es la encargada de regular los actos jurídicos celebrados entre ambos sujetos (consumidor proveedor), es decir que velara porque se cumpla lo establecido en todas y cada una de las relaciones Comerciales que se puedan dar entre ellos.

Es necesario analizar que la normativa busca que el proveedor cumpla con lo ofertado al Consumidor de forma total, pero ahí entra en confusión lo que establece la ley, pues hace referencia que el consumidor puede ser una persona jurídica y cuando se introduce al tema de Comercio Electrónico, existe una incongruencia con la ley pues esta solo vigila y protege al Consumidor final y no se establece que de una forma u otra, la relación contractual se invierte ocasionalmente y es que los legisladores no tomaron a bien, verificar que se cree un apartado que establezca, que debe de protegerse al proveedor mediante la implementación de otros modelos de comercio en general y al electrónico también, pues no están incluidos en la normativa.

Es por ello, que durante el desarrollo de la investigación se han mencionado de forma que sirva como aporte para que en un futuro se regule y proteja al proveedor cuando dicho proveedor se vuelve consumidor, tal como el derecho y la jurisprudencia lo han sostenido.

En ese orden de ideas, en la sentencia del caso 785-13 emitida por el Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor, hace alusión a un precedente importante al reconocer que el análisis de la posición de desigualdad o asimetría frente al proveedor es que lo nutre de contenido al propósito de las normas de protección al consumidor.¹⁵¹

¹⁵¹ Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor, Sentencia Definitiva, Referencia: 785-13, (El Salvador, Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor, 2013).

Cuando se hace el análisis a la *desigualdad o asimetría*, que menciona el Tribunal este nace a partir del análisis de los giros y la especialización de los actores en una relación jurídica, por ejemplo, una empresa que se dedique a la prestación de servicios profesionales poco o nada sabrá de los mecanismos de mantenimiento y limpieza de un local, y tampoco es su giro de comercio dedicarse a dichas actividades, porque puede bien llegar a considerarse consumidora de otra empresa que le provea de dicho servicio y obtener así toda la protección normativa e institucional que le corresponde como tal.¹⁵²

De acuerdo a la jurisprudencia, se tienen varios criterios de cómo el Tribunal Sancionador ha declarado la ilegalidad en algunos casos, tomando como base la definición que ofrece la ley de protección al Consumidor sobre el ámbito de aplicación de la misma y en este sentido su análisis es relevante pues nos permite entender el alcance de la regulación y la protección de una modalidad del comercio electrónico.

“En armonía de lo expuesto el artículo 19 del Código Civil, establece que «cuando el sentido de la ley es claro, no se desatenderá su tenor literal a pretexto de consultar su espíritu...»; de ello, se infiere que el Tribunal Sancionador no puede, so pretexto de interpretar y aplicar el espíritu de la verdadera relación de consumo, efectuar una interpretación restrictiva en línea, como lo establece el derecho comparado relacionado a la definición de consumidor; ya que la ley especial ya lo define.

Con el agravante que, se ha establecido bajo la construcción del derecho comparado y la doctrina, un nuevo concepto restrictivo sobre la referida acepción,

¹⁵² ¿Qué es un consumidor para la Ley de Protección al Consumidor?, Blog *Praetorium*, acceso el 30 de agosto de 2019, <https://www.praetoriumsv.com/post/qué-es-un-consumidor-para-la-ley-de-protección-al-consumidor-pojulioosegueda?fbclid=IwAR13pmUZP1cvQhfCwv4wVlhPYnCLu6dyyz Mop D7C1B-TR24VZJuXj0ssU>.

limitando así el acceso a los consumidores, y en consecuencia a sus derechos, en virtud de parámetros que no están expresamente previstos en la LPC.¹⁵³

Se ha determinado, que el ámbito de aplicación de la LPC en el caso analizado deja en evidencia que existe controversia respecto de lo que se debe de entender en ella, como consumidor esto respecto a que en la jurisprudencia salvadoreña la Sala ha tomado en consideración los artículos 1 inc. 1º, 2 y 3 y el Artículo 19 de C.C. y dejando claro, al tribunal sancionador que no solo se puede interpretar el derecho comparado en la definición de consumidor para la aplicación de este en la relación de consumo y respecto de que una sociedad o empresa al hacer compras se pueda convertir en consumidora.

Estableciéndose así esa relación de consumo, cuando se invierte el papel de la persona jurídica como consumidora, y la competencia jurisdiccional respectiva, es debido a ello que en el análisis jurisprudencial se declararon ilegales las resoluciones que se emitieron por el Tribunal Sancionador y este debía de resolver la denuncia realizada por la parte actora.

Es decir una persona Jurídica que viéndolo desde nuestro análisis una empresa que pasa a ser consumidor, sin embargo existió una postura contraria, que baso su punto en el derecho comparado, en los que se establece que las empresas cuando están involucradas en la relaciones de consumo en su calidad de comprador y esta sea para la actividad económica, no se debe de considerar como un consumidor ya que esta no sería un consumidor final.

¹⁵³ Sala de Lo Contencioso Administrativo, Sentencia de Definitiva, Referencia: 80-2010, (El Salvador, Corte Suprema de Justicia, 2017).

4.3 Contenido del Anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico, Resumen de la entrevista realizada al Licenciado. Mario Salazar Técnico del Ministerio de Economía

Se realizó con el objetivo de conocer los avances en la construcción de La Ley de Comercio Electrónico y de la conceptualización del tema, y para no generar definiciones distintas en diferentes cuerpos normativos, Se generaron diferentes cuestionamientos relacionadas al comercio electrónico por lo que nos manifestó que:

“La definición que se manejaba en el anteproyecto de ley es muy similar a la ley de protección al consumidor, que es el proceso de contratación o intercambio de bienes y servicios o información comercial a través de redes de comunicación de datos”:

Esta definición es la misma porque el anteproyecto se había estado trabajando antes de mayo del año 2018, el Ministerio de Economía ya había realizado un anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico, y ese se sometió a estudios a la secretaria de asuntos legislativos y jurídicos de la Presidencia de la Republica.

La Defensoría del Consumidor realizó reformas a la ley, no todas pero la mayoría estaban vinculadas con el Comercio electrónico; en reuniones anteriores con la Defensoría se llegó a un acuerdo de generar una misma definición para no tener disparidad a la hora de definir. Se pensó que la parte de la contratación electrónica de bienes y servicios era muy importante y es porqué en El Salvador existe regulación de los contratos, es decir la parte sustantiva, está en la legislación Civil y Código de Comercio, que regula todos los principios de los contratos.

Ha existido una discusión para modificar el tema a: “Intercambios de bienes e información comercial para efectos de proveer un servicio, por el marketing, o la contratación y la información”. Estos cambios en la definición según nos manifestó abarcarían toda relación de índole comercial sea contractual o no.

En la propuesta de cambios no habla de una relación contractual, sino una relación comercial, sea contractual o no por que no siempre se llega a formalizar contrato, sino que se queda en la etapa de la oferta y no se pasa al perfeccionamiento ni ejecución de la relación de índole comercial, por eso es que se quería tomar en cuenta todas las relaciones que existen en el comercio electrónico, como los tipos y modalidades de comercio.

Ante esto y finalmente nos comentó que la Defensoría al realizar las reformas, por su lado tenían una motivación diferente y conceptualizaron el tema conforme a las Directrices de Naciones Unidas y por su lado trabajaron las reformas sorprendiendo al Ministerio de Economía, reiteró que querían tomar en cuenta todas las relaciones que surgen en el comercio electrónico, sin embargo, solo regularon la modalidad B2C en la LPC. (Entrevista Completa Ver Anexo N° 3 y 4).

4.4 Información solicitada a la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Defensoría del Consumidor

Con el objetivo de indagar sobre la labor del Tribunal sancionador y de la Defensoría del consumidor, se realizó una solicitud de información pública al respecto, para conocer de los principales aspectos en torno a la investigación y parte de los requerimientos realizados radicaban en:

Conocer los datos de los reclamos presentados por los usuarios de comercio electrónico. Información correspondiente al periodo 2016-2018 de todas las denuncias que tengan relacionadas a usuarios de comercio electrónico en el país.

Casos relacionados o vinculados a temas de comercio electrónico, entendido como la adquisición o prestación de bienes o servicios de parte de proveedores a consumidores en uso de mecanismos de comunicación electrónico, tales como: Sitios o portales de compra en internet, por mensajes de ejecución USSD, adquisición de suscripciones o servicios por la web.

Asimismo, a lo largo de la investigación se descubrió que El Salvador este año se integró a la Red global E-Consumer para proteger a los consumidores en el comercio electrónico, por lo que se solicitó información sobre casos de denuncias y descubrir las ventajas y las principales denuncias si es que se habían realizado por este medio, y el papel de la defensoría al realizar estas denuncias, también los datos estadísticos de denuncias y quejas por proveedores electrónicos que hayan defraudado o estafado al consumidor.

De todo lo requerido se obtuvo respuesta, mediante informe *n°85-08/2019*, de lo cual se resume que, en términos generales varían las causas que originan las denuncias en el comercio electrónico, y se nos proporcionó una tabla de información con los motivos de las principales denuncias, del periodo comprendido de enero de 2016 a diciembre de 2018, que es el límite de tiempo en la investigación, arrojando un dato de 54 denuncias.

Con respecto a la integración de El Salvador a la Red Global de E-Consumer, se nos informó que no habían recibido a la fecha ningún tipo de denuncias por medio de esta plataforma, por lo que más adelante se hacen las apreciaciones al respecto.

Finalmente se cuestionó la participación de la Defensoría en la creación de la Ley de Comercio Electrónico y en la Comisión de Economía, por lo que se nos respondió que, la Defensoría juega un papel muy activo en dicha comisión por el hecho de que es la única institución que tiene experiencia en el tema de comercio electrónico.

Es entonces, que su participación les aportar experiencia en el tema de comercio electrónico, así como ser garante que no se regule un mismo hecho en diferentes cuerpos normativos y concluía que con la integración de la ley en ese cuerpo normativo quedan comprendidas sólo las otras modalidades de Comercio que no sean B2C. (Informe Completo Ver Anexo 5 y 6).

CONCLUSIONES

Después de haber realizado la respectiva indagación y analizado que ha sido el tema: *“EL Alcance del Concepto de Comercio Electrónico en la Ley de Protección al Consumidor que Excluye de regular otras Modalidades del Comercio Electrónico”*, es indispensable retomar los objetivos planteados a lo largo de la investigación, para arribar a las conclusiones que se han generado.

Es así que se procedió a plantear las siguientes conclusiones y determinar los principales logros obtenidos durante el desarrollo de la investigación.

Primero: Realizado el análisis a los antecedentes históricos se determinó el inicio del comercio y de los medios que han propiciado el comercio electrónico, ha sido el propósito de esta investigación determinar la capacidad del derecho, para permitir un tratamiento jurídico a un área específica, por ello el surgimiento y desarrollo de las modernas tecnologías a

partir de las que se instrumenta una nueva metodología de operar y negociar en el mundo.

Segundo: El tema de la protección a los consumidores es de vital importancia en la expansión del comercio electrónico, ya que el crecimiento de cualquier actividad mercantil se basa en la confianza, esto significa seguridad para quien compra y por supuesto, también para quien vende, por tanto se destacan las reformas realizadas a la ley de Protección al consumidor y de la Defensoría que se han encargado del tema con medidas tan valiosas como definir al comercio electrónico.

En la Ley de Protección al Consumidor se estableció que para efectos de la ley se entiende al comercio electrónico *“como un proceso de contratación intercambio de bienes, servicios e información comercial a través de redes de comunicación de datos.*

Un mejor detalle del comercio electrónico y del ámbito de aplicación de la LPC, nos permitió valorar si es objeto de análisis por parte del derecho, lo que nos llevó a analizar del todo la amplia gama de sectores de la vida que toca.

Tercero: Se analizaron algunos de los aspectos principales como las relaciones del derecho mercantil, la participación de productores y consumidores, la firma electrónica, el derecho penal con los delitos informáticos, a fin de que a partir del análisis se generara el concepto de juridicidad que debe regir al comercio electrónico.

Cuarto: En cuanto a la pregunta que se realizó al inicio de la investigación, el resultado y respuesta que se observó radicó en la exclusión que hace la ley, por el ámbito de aplicación de la LPC, y que su regulación es

exclusiva de la modalidad B2C por la finalidad y espíritu de la ley, y que a lo largo de la investigación advertimos.

En ese sentido fueron valiosos y de gran contenido los aportes del derecho extranjero, la jurisprudencia nacional e internacional y finalmente los aportes de los diferentes organismos internacionales.

En consecuencia, el derecho salvadoreño, muestra un avance en sistematizar con la rigurosidad que merece la actividad comercial a través de medios electrónicos, lo que se observó al realizar el análisis de la orientación de dicha legislación y del avance que para tales efectos está haciendo el Ministerio de Economía de El Salvador.

Uno de los *principales logros* fue desarrollar los aspectos y objetivos propuestos y responder a los enunciados y objetivos que se plantearon realizando un abordaje amplio de la temática, se desarrollaron cada uno de los enunciados planteados en la investigación, realizando un análisis profundo y sintetizando la información obtenida y a partir de ella generar las recomendaciones necesarias a los actores tomadores de decisiones y entidades.

Quinto: Se logró emplear los recursos metodológicos y técnicos para el mejor desarrollo de la investigación; por lo que uno de los *principales aportes* alcanzados ha sido generar un análisis y aproximación jurídica del concepto de comercio electrónico.

Una definición que permita tener un contenido delimitador suficiente y preciso, por lo que el tratamiento y ejercicio de valoración jurídico intelectual para encontrar una delimitación restrictiva, tanto de la definición de *Consumidor* como delimitador del concepto y aplicación del *Comercio*

Electrónico, mientras se aprueba finalmente una ley de Comercio Electrónico o una vez aprobada exista paridad de conceptos.

RECOMENDACIONES

La revolución virtual implica, una redefinición en el ámbito del derecho de las tradicionales nociones de jurisdicción, competencia, ámbitos de validez espacial y temporal, entre otras, dado que devienen conceptualmente inadecuadas en relación al de consumo y la globalización de la “Sociedad de la Información”.

Las recomendaciones irán dirigidas a la Defensoría del consumidor y su respectiva unidad para generar los cambios propicios, análisis, y debates en la Asamblea Legislativa para propiciar las reformas que conforme a Derecho corresponda.

Propuesta de redefinición del artículo 13-C de la LPC, y es que definir el comercio electrónico para el campo jurídico debe incluir los criterios políticos de los países desarrollados y en vías de desarrollo, de las empresas y de los individuos como consumidores para que el concepto abarque y proteja los intereses que día con día se generan sobre estos medios.

Propuesta de concepto: Del análisis de diversos autores, y sus conceptos sobre la definición del comercio electrónico, dentro del derecho se puede intentar elaborar un concepto de comercio electrónico.

Comercio Electrónico: “Es una actividad realizada por *persona natural o jurídica pública o privada domiciliada en El Salvador que realice una actividad que se lleva a cabo a través de los medios electrónicos y a través del*

procesamiento y transmisión de datos, en cuya transacción estén involucrados bienes y servicios que son los objetos del comercio.

De la misma forma, se puede unificar el concepto que se ha aprobado en el análisis del anteproyecto de ley de Comercio Electrónico artículo 6 lit., A que se describe así: *“Comercio Electrónico: Toda relación de índole comercial, sea o no contractual, a través de redes de comunicación de datos, o cualquier otra tecnología disponible”.*

Al realizar el análisis a la Ley de Protección al Consumidor, se determina que la definición de consumidor es amplia y que los aplicadores de justicia realizan un análisis restrictivo, de la norma por lo que se debe determinar y precisar su definición para entender la exclusividad de la regulación de consumidor final, así como la protección exclusiva que determina la LPC.

El concepto de consumidor contenido en el artículo 3 lit, a) de la LPC es bastante amplio, y, en efecto, no se incluye un contenido delimitador suficientemente preciso, así se describe:

a) Consumidor o Usuario: Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien, reciba oferta de los mismos, cualquiera que sea el carácter público o privado, individual o colectivo de quienes los producen, comercialicen, faciliten, suministren o expidan.

Aparentemente no existe restricción alguna en la conceptualización, por lo que, en principio, se entendería que cualquier persona, natural o jurídica, en todos los casos en que adquiere bienes o servicios, es consumidor, es decir, siempre que celebra un contrato o negocio jurídico para la adquisición de bienes o servicios, sin distinguir la finalidad de dicha adquisición.

Propuesta de definición de consumidor

Consumidor o usuario. Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

Otra recomendación, va encaminada a que la Defensoría vigile a otros actores que participan en él, puesto que tiene un papel más activo en la modalidad B2C, sin embargo, su papel de vigilancia debe estar orientado a vigilar, también la modalidad C2C, entre consumidores interviniendo a través del Centro de Solución de Controversias.

Asimismo, aplicar recomendaciones de Política Pública, y aprovechar los beneficios de los Tratados Internacionales, e Impulsar la Ley de Firma Electrónica y al Ministerio de Economía y Asamblea Legislativa agilizar y aprobar la Ley de Comercio Electrónico para mayor seguridad jurídica de todos los actores intervinientes.

FUENTES DE INFORMACION

Libros:

Alonso Conde, Ana Belén. *Comercio Electrónico: Antecedentes, Fundamentos y Estado Actual*. Madrid: Ed. Dykinson, 2004.

Arámbula Reyes, Alma y C. Efrén, Corona Aguilar, *Tratados comerciales de México*, Distrito Federal. México, 2008.

Bohorquez, Antonio. *De los Negocios Jurídicos en el Derecho Privado Colombiano*. Colombia: Universidad Autónoma de Bucaramanga, 1998.

Bojórquez López María José y Omar Valdez Palazuelo, *El Comercio Electrónico como Estrategia de Internacionalización de las Pyme*, RITI Journal, 2017.

Carrasco Jiménez, Edison. *La expansión del derecho penal y las críticas formuladas a ella por la doctrina penal*. España: Universidad de Salamanca, 2009.

Castillo Sequera, José Luis y Miguel Ángel, Navarro Huerga. *Comercio electrónico y aspectos prácticos de implementación con Magento*. España: Alcalá de Henares, 2015.

Davara Rodríguez, Miguel Ángel *Manual de Derecho Informático II*. España: Ediciones Aranzadi. 1997.

Farina, Juan. *Contratos Comerciales Modernos. Modalidades de Contratación Empresarial*. Buenos Aires: Editorial Astrea, 2005.

Gómez Borja, Miguel Ángel y Carlota Lorenzo Romero, *Información Comercial Española*. España: ICE: Revista de economía, 2006.

Guisado Moreno, Ángela. La Formación y Perfección del Contrato en Internet. Madrid: Marcial Pons, 2004.

Gutiérrez Gómez, María Clara. *Internet Comercio Electrónico y telecomunicaciones*. Universidad de los Andes: Editorial Legis S.A., 2002.

Kiennan, Brenda. Soluciones Microsoft de Comercio Electrónico. España: McGraw Hill, 2002.

López Velarde Campa, Jesús Armando. Derecho comercial y globalización. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2016.

Martín, Pedro. Teletrabajo y comercio electrónico. Madrid: Ministerio de Educación de España, 2018.

Martínez, Francisco. Marketing en la sociedad del conocimiento: Metodología del Comercio Electrónico B2B. Madrid: Delta, 2008.

Martínez, Miryam. Supermercados.com: Otras categorías, c2c, c2b y b2e. Madrid: ESIC, 2004.

Masclans, Mireya, Marcos Picazo, Antonio Fueyo, Juan Sandes, Rafael García del Poyo, Hideki Erigh Hashimura, Óscar Llorente, Juan del Real, Luis Monge, Emilio Rodríguez, José Carlos Cortizo, Marta Rodríguez, Alejandro Ramírez, Marta Gracia, Marta Panera, Daniel Zafra, Diego Semprún, Javier Godoy, Diego Marcos, Jorge Ordovás, Pedro Abad. El gran libro del comercio electrónico. Madrid: Bubok Publishing S.L., 2016.

Moncalvo, Ariel. Comercio electrónico para Pymes. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman, 2008.

Molinuevo, Martín y Sebastián Sáez, Manual de Estadísticas 2010, “presencia comercial” Washington, DC, World Bank, 2014.

Nevárez, Montes, Julián. E-commerce. México: Editorial Digital UNID, 2014.

Oropeza, Doris Karina. El comercio Electrónico y Principios económicos comerciales. México: Instituto de investigaciones Jurídicas de la UNAM. 2018.

Oelkers, Dotty. Comercio electrónico: Negocio a negocio B2B. México: THOMPSON, 2004.

Palacios Treviño, Jorge. Tratados, legislación y práctica en México. Ciudad de México: Dirección General del Acervo Histórico Diplomático de la Secretaria de Relaciones Exteriores, 2003.

Rodríguez, Ángeles Martín. La protección de los consumidores en el comercio globalizado. ADAPT University Press, 2016.

Ruiz, Salvador Experiencias y casos de comportamiento en el consumidor: Internet y el comercio electrónico. España: ESIC, 2004.

Seoane, Eloy. La nueva era del comercio electrónico: “Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico”. España: Vigo, 2005.

Serrano Herce, Agustín. Todo internet: marketing digital y comercio electrónico. Córdoba: El Cid Editor, 2005.

Sosa Flores, Miguel, Ricardo Marisleynis y Dolores M. Rodríguez Miranda. El comercio electrónico: una estrategia para hacer negocios. Córdoba: El Cid Editor, 2005.

Viciano, Sarra Andrea Comercio Electrónico y derecho. Argentina: Editorial Astrea, 2001.

Vila Sobrino, José Antonio. Aspectos Técnico para el Desarrollo de aplicaciones. La Criptografía. Madrid, 2001.

Vega Vega, José Antonio. Derecho mercantil electrónico. Madrid: Editorial Reus, 2015.

Villar, José Manuel. Una Aproximación a la Firma Electrónica, Derecho de Internet, Contratación Electrónica y Firma Digital. España: Editorial Aranzadi, Navarra, 2000.

Trabajos de Graduación:

Amaya Alvarado, Patricia Lisseth, Cindy Pamela Argueta Ortiz y Mónica Beatriz López Cruz, "Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales". Monografía Especializada, Universidad Dr. José Matías Delgado, 2011. <https://webquery.Ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/MER/ADTESAH0001317.pdf>

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

Cortez Alfaro, Cristina Idalia, Esperanza Maydel Escobar Sánchez y Mónica Rosemary Avalos Rivera "Diseño de Plan de Marketing Digital, Caso Práctico": Tienda "El Capirucho". Tesis de Grado, Universidad de El Salvador, El Salvador, 2016.

De Paz Portillo, Sandra Guadalupe, Luisa Tatiana Salgado Quintanilla y Jaira Lisbeth Tutila Argueta "Operaciones de Comercio Electrónico y su Incidencia Tributaria". Trabajo de Grado, Universidad de El Salvador, 2010.

López Flores, Sarbelio Enrique. "La Firma Electrónica, Tecnología Del Siglo XXI en La Legislación Salvadoreña". Tesis de Grado, Universidad de El Salvador, 2007. <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/5017/1/LA%20FIRMA%20ELEC>

TRONICA%2C%20TECNOLOG%C3%8DA%20DEL%20SIGLO%20XXI%20
EN%20LA%20LEGISLACI%C3%93N%20SALVADORE%C3%91A.pdf

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 de Maestría, Universidad, Dr. José Matías Delgado, 2014. <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/30/MNI/0002055-ADMAEPA.pdf>.

Ramírez Ramírez, Luis Ángel “Desafíos Jurídicos del Comercio Electrónico”. Tesis de Maestría, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica, 2002. <file:///E:/Desafios%20juridicos%20del%20comercio%20electronico.pdf> 30.

Santos Revolorio, Sergio Romeo. “Análisis de los Dispositivos de Red en Ambiente Virtual” Tesis de Grado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2017. <http://www.repositorio.usac.edu.gt/7744/1/Sergio%20Romeo%20Santos%20Revolorio.pdf>.

Valero, José María, “Relevancia del E-Commerce para la Empresa Actual”. Tesis de Grado, Universidad de Valladolid, 2014. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5942/TFGO%20174.pdf;jsessionid=C2534DA272C75CBAD0D4FECFB9590520?sequence=1>.

Vivas, Jacqueline “Inicia análisis del proyecto de Ley de Comercio Electrónico” Asamblea Legislativa de El Salvador Martes 07 de mayo de 2019, acceso el 20 de Mayo de 2019. <https://www.asamblea.gob.sv/node/8847>.

Legislación:

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Código Civil, 1859. El Salvador.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Código de Comercio, 1973. El Salvador.

Asamblea Constituyente de la Republica de El Salvador. Constitución de la Republica de El Salvador, 1983. El Salvador.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Ley de Anotaciones Electrónicas de valores de Cuenta de la Republica de El Salvador, 2002. El Salvador.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Ley de Firma Electrónica, 2015. El Salvador.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Ley de la Simplificación Aduanera de la Republica de El Salvador, 1999. El Salvador.

Asamblea Legislativa de El Salvador. Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. 2014. El Salvador.

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. Ley de Protección al Consumidor, 2018. El Salvador.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Código de Comercio. 1993, México.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Protección al Consumidor. 2000, México.

Congreso de Colombia. Ley N° 527. 1999, Colombia

Congreso Nacional. Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, 2014, Ecuador.

Congreso Nacional. Ley Sobre Documentos Electrónicos, Firma Electrónica y Servicios de Certificación de Dicha Firma. 2002, Chile.

Congreso Nacional. Ley 19496. 1997, Chile.

Jurisprudencia:

Corte Suprema de Justicia, Sentencia de Definitiva, Referencia: 80-2010, Sala de lo Contencioso Administrativo. El Salvador.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia, Referencia C-662/00B. Corte Constitucional. Colombia.

Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor, Sentencia, Referencia: 785-13 Tribunal Sancionador El Salvador.

Tribunal Supremo. Sentencia, Referencia 114/2013. Sala de lo Civil. España.

Documentos Institucionales:

Comisión de las Comunidades Europeas, Iniciativa europea de comercio electrónico. Informe, COM 97, 16 de abril de 1997.

Instituto Latinoamericano de Alta Tecnología, Informática y Derecho (ILATID), "EDII '90: Intercambio electrónico de datos" Seminario, Buenos Aires, noviembre de 1990.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) "Plan de acción de la OCDE para el Comercio Electrónico" "Declaración ministerial sobre la autenticación para el Comercio Electrónico". Conferencia Ministerial de Ottawa, Canadá, octubre de 1998.

Organización de las Naciones Unidas, “Directrices para la Protección del Consumidor”. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. New York y Ginebra 2016.

Unidad de Investigación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad de El Salvador, Manual de Estilo Chicago Nota Completa. 16 Universidad de El Salvador 2019.

Urbina González, Yanci Guadalupe. Directrices para la protección del consumidor, de las Naciones Unidas “Comercio Electrónico” Defensoría del Consumidor, El Salvador, 2019.

Urbina Gonzales, Yanci Guadalupe, Abraham Heriberto Mena, Diana Carolina Castro, Mónica Elena Vaquerano y Paula Elena Olivares. “El Comercio Electrónico en El Salvador: Mercados Digitales conectado en sus derechos”, Defensoría del Consumidor, El Salvador, 2019.

Fuentes Hemerográficas:

Gómez Borja, Miguel Ángel y Carlota Lorenzo Romero, “Información Comercial Española”, ICE: Revista de economía, N° 828 (2006) 117-135.

Herreros, Sebastián. “La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales: algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe”, serie Comercio Internacional, N° 142 (2019).

Pezzano, Eduardo Varela y Natalia Tobón Franco. “Derecho de Internet Jurisprudencia y Material de Estudio el Caso Colombiano” Revista Criterios Jurisprudenciales Colombianos, (2012). https://www.nataliatobon.com/uploads/2/6/1/8/26189901/derecho_de_internet.pdf

Salazar, Mario R. “El Comercio Electrónico en El Salvador: Oportunidades, Avances y Desafíos”, Revista PUENTES, n. 6, (2017).

Torres Castañeda, David Hazazel, & Javier Guerra Zavala, Comercio Electrónico, Revista del Grupo Eumed.net, (2012) <https://docplayer.es/2005970-Comercio-electronico.html>.

Diccionarios y enciclopedias.

Cabanellas de Torres, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental. Buenos Aires: Editorial Heliasta S.R.L, 1994.

Sitios webs:

Alas, Gustavo, “El Comercio Electrónico. Generalidades”, Revista Jurídica. (2016) <https://enfoquejuridico.org/2016/05/10/el-comercio-electronco-generalidades/>

Banco Central de Reserva de El Salvador. “Tratados Comerciales, Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones CIEX El Salvador” ,www.ciexelsalvador.gob.sv

Blog Copyright.es. <https://copyright.es/aspecto-juridico.html>

Blog Digital Economy, Puentes, n.6. Acceso el 21 de junio de 2019. <https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/el-comercio-electrónico-en-el-salvador-oportunidades-avances-y-desafíos>.

Blog Genwords. <https://www.genwords.com/>

Blog Gestipolis. Acceso 04 julio de 2019. [https://www.gestipolis.com/e-baseNess-aspectos-fundamentales-negocios-electrónicos/](https://www.gestipolis.com/e-base-Ness-aspectos-fundamentales-negocios-electrónicos/).

Blog Grdar. Acceso el 03 de julio de 2019. <http://www.grdar.com/2018/03/en-gagement-web-grdar/>.

Blog Interpolados, Como un cuaderno de apuntes personal, Adriana Torres, 28 de febrero de 2018. Acceso el 2 de junio de 2019. <https://interpolados.wordpress.com/2017/02/28/descripcion-general-de-los-componentes-de-la-red/>.

Blog Lenguaje Jurídico. <http://www.lenguajejuridico.com/aspectos-juridicos-basicos-del-comercio-electronico/>.

Blog Magazine. Acceso 08 de julio 2019. <https://sistemas.com/router.php>.

Blog My Electronic. <http://www.myelectronic.mipropia.com/centralconmuta.html>.

Nieto Melgarejo, Patricia, "El comercio electrónico y la contratación electrónica: Bases del mercado virtual" Revista Foro Jurídico, N° 15, (2016). <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/19835/19879>.

Blog de Organización del comercio. Acceso el 28 de junio de 2019, <https://www.wto.org/spanish/tratops/servs/gatsqas.htm>.

Blog Spot. Acceso el 25 de mayo de 2019. "https://peregrinoempreendedor.blogspot.com/2010/07/diferencia-entrecomercio-electronico-y_20.html".

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. Santiago, 2018. file:///C:/Users/jhondoe/Downloads/S1801070_es.pdf.

Gayá, Romina "El comercio electrónico y la inserción internacional de América Latina y el Caribe", septiembre, 2015. Acceso 20 de junio de 2019. <https://conexionintal.iadb.org/2015/10/15/el-comercio-electronico-y-la-insercion-internacional-de-america-latina-y-el-caribe/>

Hernández, Rodrigo. CONAMYPE “inicia programa de comercio electrónico MIPYME Online”. Acceso 03 de junio de 2019, <https://www.conamype.gob.sv/?p=2503>

Icex, eMarket Services, “América Latina crece en Comercio Electrónico, aunque las cifras son todavía modestas” Acceso 16 de Julio de 2019. <https://www.emarketservices.es/emarketservices/es/menuprincipal/actualizate/noticias/4796023.html>

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Autónoma de México (UNAM). “Manual de Introducción al Derecho Mercantil”. Acceso el 04 de marzo de 2019. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3259/3.pdf>.

Ministerio de Economía. Sistema de Información Comercial, Política Comercial de El Salvador, del de El Salvador, Acceso el 02 de agosto de 2019, <http://info.trade.minec.gob.sv/politicacomercial/generalidades-politica-comercial>.

Osegueda Julio, Blog. https://www.praetoriumsv.com/post/qué-es-unconsumidor-para-la-ley-deprotección-al-consumidorpojulioosegueda?fbclid=IwAR13p_mUZP1cvQhfCwv4wVlhPYnCLu6dyzMopD7C1B-TR24VZJuXj0ssU

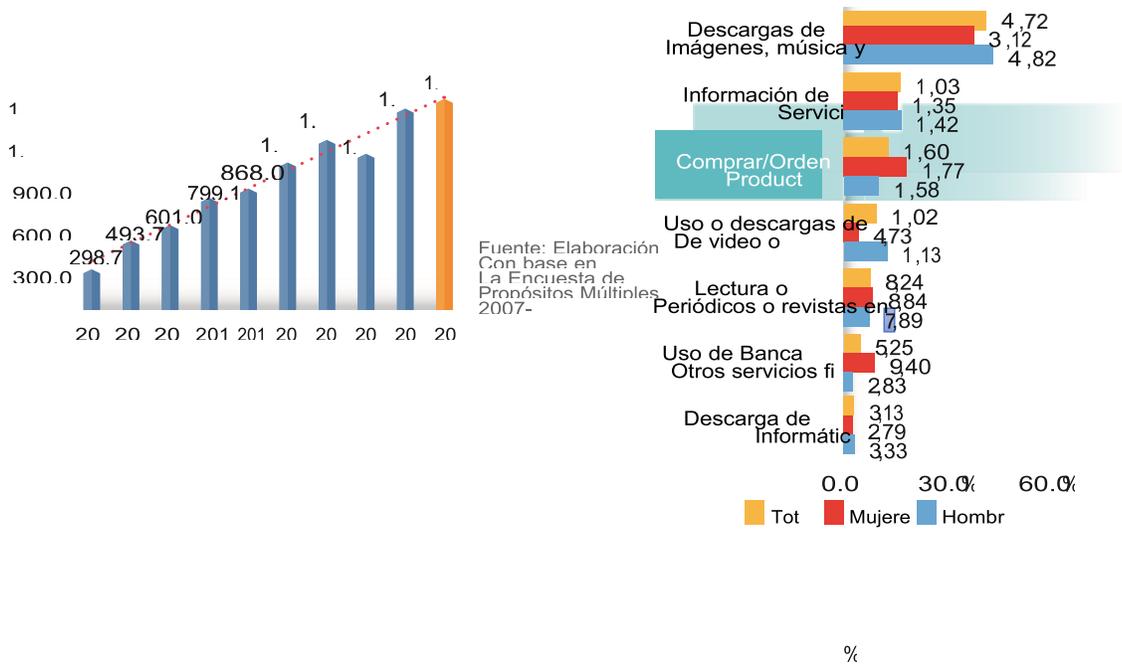
PayPal, es un sistema de pago en línea sin costo, donde se garantiza la seguridad de la información financiera de los consumidores para realizar una compra, acceso el 12 de junio de 2019, <https://www.paypal.com/uy/webapps/mpp/about->

Rodríguez Ávila, Eduardo René “Comercio Electrónico I. Nacimiento y Desarrollo”, acceso el 01 de junio de 2019 <https://www.researchgate.net/publication/266968004>

ANEXOS

Anexo N°1.

Gráfico 1. Población de 10 años y más que utiliza internet, El Salvador, 2007-2016.



- A nivel de país, un poco más de 40 mil personas utilizan internet con el fin de realizar actividades vinculadas al comercio electrónico, de estas 25,292 son hombres (63.1%) y 14,809 son Mujeres (36.9%).

- En primer lugar, 17,130 personas (42.72%) utilizan el servicio de internet para actividades relacionadas con descarga de películas, imágenes, música y videos. Adicionalmente, 12,284 personas, equivalente al 30.63% utilizan el internet para comprar/ordenar productos y para obtener información sobre bienes y servicios; mientras que el otro 26.64% se desglosa de la siguiente manera: descarga de programas informáticos (3.1%), uso de banca electrónica u otros servicios financieros (5.3%), lectura o descarga de periódicos o revistas en línea (8.2%) y uso de descargas de juegos de video o computadoras (10.0%).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007-2016

Anexo N°2. CUADRO RESUMEN	Anexo N°2. CUADRO RESUMEN
Tratados más Importantes.	Datos Importantes
<p>TLC con México Centroamérica. Antecedentes y Negociaciones: Previo a la firma del TLC, la “X Cumbre del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla”, realizada en Villahermosa, Tabasco, México, en junio 2009, proporcionó el marco y los lineamientos generales de la negociación, tendiente a obtener un instrumento comercial más moderno, priorizando el objetivo de unificar en un solo Tratado los tres acuerdos existentes entre: México y Costa Rica (en vigor desde 1995), El Tratado de Libre Comercio entre México y Nicaragua (en vigor desde 1998) y El Tratado entre México y el Triángulo-Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras, en vigor desde 2001). Y es que después de 8 rondas se logró establecer a finales de octubre del año 2011, los tres Tratados Comerciales vigentes entre México y los países de Centroamérica, suscribiéndose un Tratado de Libre Comercio único por parte de los Ministros de Economía y Comercio Exterior de las partes, en San Salvador, el 22 de noviembre de 2011.</p>	<p>Objetivos del Tratado: Estimular la expansión y diversificación del comercio de mercancías y servicios entre las Partes, Promover condiciones de competencia leal dentro de la zona de libre comercio, Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación de mercancías y servicios entre las Partes, Facilitar el movimiento de capitales y de personas de negocios entre los territorios de las Partes, Aumentar las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes, Proteger y hacer valer, de manera adecuada y eficaz, los derechos de Propiedad Intelectual en el territorio de cada Parte, Establecer lineamientos para la cooperación bilateral, regional y multilateral, dirigida a ampliar y mejorar los beneficios de este tratado, y Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para solución de controversias</p>
<p>Tratado de Libre Comercio Colombia El Salvador, Guatemala y Honduras. Previo a la firma del TLC, las relaciones comerciales entre Colombia y El Salvador estuvieron bajo el Acuerdo de Alcance Parcial N° 8 de 1984[1] (AAP), restringido básicamente al comercio de bienes, bajo el cual Colombia ha otorgado a El Salvador preferencias arancelarias no recíprocas en promedio del 50% para unos 25 productos agrícolas e industriales (pollo, pescado, huevos, frijoles, sal, circuitos impresos, lentes), este AAP tiene limitaciones en alcance y profundidad pues únicamente benefician a un grupo reducido de productos mediante preferencias arancelarias fijas. El 16 de marzo de 2007 concluyeron las negociaciones luego de seis rondas de negociación y dos reuniones de los grupos de trabajo de acceso a mercados</p>	<p>Formato del Certificado de Origen* que se utiliza para el TLC con Colombia”. *Se emite vía electrónica mediante el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX)</p> <p>Objetivos del Tratados: Promover la expansión y diversificación del comercio de mercancías y servicios entre las Partes; Eliminar las Barreras al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios dentro de la Zona de Libre Comercio; Promover condiciones de competencia leal entre las Partes; Promover, proteger y aumentar sustancialmente las inversiones en cada Parte; Crear procedimientos eficaces para la ejecución y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta, y para la solución de controversias; y Establecer lineamientos para la cooperación bilateral dirigida a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado</p>
<p>Tratado de Libre Comercio Centroamérica República Dominicana Estados Unidos. Antecedentes y Negociaciones: Marco Legal Ratificado por la Asamblea Legislativa de El Salvador, el 17 de diciembre de 2004, publicado en el Diario Oficial No.17 Tomo 366, del 25 de enero de 2005. Entró en vigencia a partir del 1 de marzo de 2006.</p>	<p>Objetivos del Tratado: Estimular la expansión y diversificación del comercio entre las Partes; Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre los territorios de las Partes; Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio; Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes, Proteger en forma adecuada y eficaz y hacer valer los derechos de propiedad intelectual en el territorio de cada Parte; Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado,</p>

	para su administración conjunta, y para la solución de controversias. etc.
<p>Tratado de Libre Comercio El Salvador Honduras Taiwán Antecedentes y Negociaciones:</p> <p>Marco Legal</p> <p>Ratificado por la Asamblea Legislativa de El Salvador, el 10 de agosto de 2007, publicado en el Diario Oficial No.155 Tomo 376, del 24 de agosto de 2007. Entró en vigencia a partir del 1 de marzo de 2008.</p>	<p>Objetivos del Tratado:</p> <p>Promover la expansión y diversificación del comercio de mercancías entre las Partes; Eliminar las Barreras al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre el territorio de las Partes; Promover condiciones de competencia leal entre las Partes; Promover, proteger y aumentar sustancialmente las inversiones en cada Parte; Crear procedimientos eficaces para la ejecución y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta, y para la solución de controversias; y Establecer lineamientos para la cooperación bilateral basados en acuerdos mutuos, en términos y condiciones dirigidos a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado. De igual forma hace referencia a los productos de origen y a aquellos a los que no proviene de un lugar o territorio u materia en específico, y tiene apartados sobre la certificación y declaración de los productos de origen.</p>
<p>Sistema Generalizado de Preferencias (SGP. Que es el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)?</p> <p>Es un sistema que nació en 1961, como iniciativa del Primer Decenio de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNCTAD), a fin de favorecer una mejor cooperación de los países industrializados a los países en vías de desarrollo.</p> <p>¿Cuál es su Objetivo principal? Dar exoneraciones arancelarias a las importaciones en los países industrializados, de los productos originarios de los países en vías de desarrollo, sin ninguna reciprocidad por parte de éstos últimos, para fomentar la industrialización, diversificación de las exportaciones y el aumento de los ingresos a los países beneficiarios.</p> <p>¿Qué países otorgan preferencias arancelarias del SGP a El Salvador?</p> <p>Australia, Belarús, Canadá, Federación Rusa, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Suiza incluido Liechtenstein</p> <p>Turquía, Kazajstán</p> <p>¿Qué productos no gozan de las preferencias arancelarias del SGP</p> <p>Los artículos textiles y de vestir sujetos a acuerdos textiles, Relojes, incluyendo sus correas o brazaletes, Artículos</p>	<p>Triángulo Norte de Centroamérica G-3.</p> <p>Antecedentes:</p> <p>Es un Acuerdo suscrito por los Presidentes de Guatemala, Honduras y El Salvador, sobre la apertura del Sistema de Libre Comercio. Con el fin de fortalecer la integración de Centroamérica y de sus habitantes. Dentro de los aspectos que se incluyen en el Acuerdo. Comprende</p> <p>Objetivo del Tratado: Facilidades de migración</p> <p>Control vehicular</p> <p>Aspectos sanitarios</p> <p>Facilidades aduanales</p> <p>Eliminación de cobros</p> <p>Eliminación total de control aduanero</p> <p>Facilidades para movimientos de capital</p> <p>Mejoramiento de vías de acceso</p>

electrónicos susceptibles de resultar afectados por las importaciones, Artículos de acero, susceptibles de resultar afectados por las importaciones, Calzado, bolsos de mano, maletas de viaje, artículos "planos", guantes de trabajo y prendas de vestir de cuero, y Productos de vidrio semi manufacturado, susceptibles de resultar afectados por las importaciones.

Tratado de Libre Comercio Centroamérica República de Chile. Antecedentes y Negociaciones:

Marco Legal

Ratificado por la Asamblea Legislativa de El Salvador, el 4 de octubre de 2001, publicado en el Diario Oficial No.218 Tomo 535, del 19 de noviembre de 2001. Ratificado por Chile el 24 de enero de 2002. Entró en vigencia a partir del 1 de junio de 2002.

A partir de la entrada en vigencia del Tratado, cada Parte, se compromete a garantizar el acceso a sus respectivos mercados y eliminarán progresivamente sus aranceles aduaneros sobre todas las mercancías originarias (en los términos establecidos en el Programa de Desgravación Arancelaria). Ninguna de las partes cobrará derechos o cargos consulares, ni exigirá formalidades consulares sobre mercancías originarias, ni adoptarán ningún nuevo derecho de trámite aduanero.

Objetivos del Tratado. Perfeccionar la zona de libre comercio; Estimular la expansión y diversificación del comercio de mercancías y servicios entre las Partes; Promover condiciones de competencia leal dentro de la zona de libre comercio; Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de mercancías y servicios en la zona de libre comercio; Promover, proteger y aumentar sustancialmente las inversiones en cada Parte; y Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.

De la misma manera se hace referencia a que se regulan los productos originarios de un lugar o territorio en particular por el hecho de que sean elaborados por un material en específico o en particular, y de productos no originarios y sobre la certificación y declaración de productos originarios.

Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AdA). ¿QUÉ ES EL AdA?

Es un instrumento comercial birregional de aplicación entre todos los países centroamericanos incluido Panamá y la Unión Europea, mediante el cual se conceden preferencias comerciales equilibradas entre sí, que conlleva a una reducción o a un programa de desgravación de aranceles que se completará hasta el año de 2023, así como la implementación de cuotas y contingentes para ciertos productos negociados, aunque también desarrolla elementos adicionales para promover el comercio, tanto en bienes como en servicios.

Antecedentes

El Acuerdo de Asociación, tiene su origen en abril de 2007, cuando el Consejo de la Unión Europea autorizó a la Comisión Europea a negociar un Acuerdo de Asociación con Centroamérica en nombre de la Unión Europea. Con fecha 10 de marzo de 2010 se modificaron las directrices de negociación para incluir a Panamá en dicho proceso, habiéndose anunciado su incorporación con ocasión de la Cumbre UE-América Latina y Caribe celebrada en Madrid en mayo de 2010 y con fecha 22 de marzo de 2011, se rubricó el Acuerdo por el que se establece una Asociación entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por un lado, y Centroamérica, por otro.

Objetivos del Tratado. Fortalecer y consolidar las relaciones entre ambas regiones, a través de una asociación basada en tres pilares principales: el diálogo político, la cooperación y el comercio, que se consideran tres partes interdependientes y fundamentales. Lo anterior muestra que el Acuerdo es integral; desarrollar una asociación política privilegiada basada en valores, principios y objetivos comunes, Mejorar la cooperación birregional en todos los ámbitos de interés común, para lograr un desarrollo social y económico más sostenible y equitativo, Ampliar y diversificar la relación comercial entre Centroamérica y la Comunidad Europea, de conformidad con las disposiciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC), Fortalecer y profundizar el proceso progresivo de la integración regional, las relaciones de buena vecindad y el principio de resolución pacífica de conflictos,

Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador-Cuba

Antecedentes: En la Habana Cuba, en octubre de 2010, se suscribió un Memorando de Entendimiento para la negociación de un Acuerdo de Alcance Parcial, por el Ministro de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera de Cuba y el Ministerio de Economía de El Salvador, con el objetivo de propiciar un mayor desarrollo de las relaciones comerciales bilaterales y contribuir a la complementariedad de sus economías permitiendo alcanzar una etapa superior en el proceso de integración entre los dos países.

Marco legal: El 29 de marzo de 2012, durante la Sesión Plenaria, la Asamblea Legislativa ratificó el Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de El Salvador y la República de Cuba por Acuerdo Ejecutivo No. 568, publicado en el Diario Oficial No. 76, Tomo No. 395 de fecha 26 abril de 2012 el cual entró en vigencia el 1 de julio del 2012.

Objetivo del Tratado Fortalecer las relaciones comerciales existentes entre las Partes, a través de la firma del Acuerdo que establece preferencias arancelarias y la eliminación de restricciones no arancelarias en el comercio bilateral; Además, las Partes acordaron propiciar el establecimiento de programas de difusión y promoción comercial, facilitando las actividades de misiones oficiales y privadas, la realización de ferias, exposiciones, seminarios informativos, estudios de mercado, Adicionalmente el Acuerdo contempla que las Partes reconocen la importancia de la cooperación en la ciencia y la tecnología, la innovación y transferencia de conocimiento para lograr un mayor desarrollo social y económico.

Tratado General de Integración Económica Centroamericana. Antecedentes:

Suscrito el 13 de diciembre de 1960, es el instrumento jurídico que establece el Mercado Común Centroamericano (MCCA), conformado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, mediante el perfeccionamiento de una zona de libre comercio y la adopción de un arancel centroamericano uniforme, asimismo se comprometen a constituir una Unión Aduanera entre sus territorios.

Mediante este Tratado, los países centroamericanos establecen el régimen de libre comercio para todos los productos originarios de sus respectivos territorios, en consecuencia, todos los productos originarios están exentos de los derechos arancelarios a la importación y exportación, los derechos consulares y todos los demás impuestos, sobrecargos y contribuciones que causen la importación o exportación o que se cobren en razón de ellas, ya sean nacionales, municipales o de otro orden.

Asimismo, las mercancías originarias del territorio de los estados signatarios gozan de tratamiento nacional y están exentas de toda restricción o medida de carácter cuantitativo, con excepción de las medidas de control por razones de sanidad, de seguridad o de policía.

El Tratado establece el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), como instrumento de financiamiento y promoción del crecimiento integrado del MCCA sobre una base de equilibrio regional.

Protocolo de Tegucigalpa a la Carta de la ODECA (Protocolo de Tegucigalpa), y el Protocolo al Tratado General de Integración Económica Centroamericana (Protocolo de Guatemala).

Tratado de Libre Comercio Centroamérica República de Panamá. Marco Legal:

Ratificado por la Asamblea Legislativa de El Salvador, el 3 de octubre de 2002, publicado en el Diario Oficial No.206 Tomo 357, del 04 de noviembre de 2002. Entró en vigencia a partir del 11 de abril de 2003.

A partir de la entrada en vigencia del Tratado, cada Parte, se compromete a garantizar el acceso a sus respectivos mercados mediante la eliminación total y definitiva del arancel aduanero a la importación, en los términos establecidos en el Programa de Desgravación Arancelaria.

Ninguna de las partes cobrará derechos o cargos consulares, ni exigirá formalidades consulares sobre mercancías originarias, ni adoptarán ningún nuevo derecho de trámite aduanero.

Objetivos del Tratado. Perfeccionar la zona de libre comercio; Estimular la expansión y diversificación del comercio de mercancías y servicios; Promover condiciones de competencia leal; Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de mercancías y servicios; Promover, proteger y aumentar sustancialmente las inversiones; y Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias.

Al igual que los demás tratados se refiere a productos de origen y a aquellos que no son de origen de forma que también se establece la certificación y declaración de los productos que son de origen.

Anexo N°3



RAIP No. 0130/2019

EN LA DIRECCIÓN DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA DEL MINISTERIO DE ECONOMIA San Salvador, a las ocho horas y treinta y ocho minutos del día nueve de abril del año dos mil diecinueve.

Admítase la solicitud de información **MINEC-2019-0138** de fecha veintisiete de marzo de dos mil diecinueve, presentada por **Marta Guadalupe Ramirez Lemus**, Persona natural, con Documento Único de Identidad (DUI) número: 04984435-2, del domicilio de San Salvador, departamento de San Salvador, en la cual solicita que se le proporcione la siguiente información: "¿Cómo conceptualización El Comercio Electrónico?

¿Qué políticas del Comercio Electrónico para la protección de los usuarios se han desarrollado?

¿Cuáles son las modalidades y tipos de Comercio Electrónico que vigilan?

¿Cuáles es el procedimiento de la subasta en línea de vehículos automotores / datos estadísticos?

¿Qué motivo la creación del Anteproyecto de Ley y en qué etapa o fase se encuentra el Anteproyecto de Ley respecto del Comercio Electrónico?

¿Actividad Económica de la importación de vehículos, benéficos de esta al Comercio Electrónico?

Somos estudiantes de la Universidad de El Salvador y solicitamos por favor conceder Entrevista con personas encargadas del tema de Comercio Electronico.", (Sic), teniendo como lugar para notificar la dirección de correo electrónico guadaluperamirez2611@gmail.com

Analizado el fondo de la misma y cumpliendo los requisitos que establecen los artículos 66 de La Ley de Acceso a la Información Pública y 50, 54 del Reglamento de la Ley de Acceso a la Información Pública, en adelante sólo denominados Ley y Reglamento; leídos los autos y considerando:

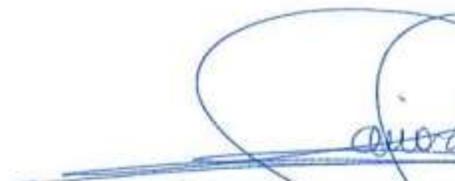
- Que el impulso del derecho de petición y respuesta que a todos los ciudadanos asiste está robustecido en el art. 18 de la Constitución.
- Que ha sido analizado el fondo de la solicitud de acceso a la información, verificando que lo planteado no se encuentra dentro las excepciones enumeradas en los arts. 19 y 24 de la Ley y 19 del Reglamento.
- Que según lo preceptuado en el art. 70 de la Ley se realizaron las gestiones internas, mediante envío de correo electrónico desde el panel de control del Sistema de Gestión de Solicitudes (SGS), a la unidad administrativa correspondiente de esta Cartera que pudiese tener en su poder la información solicitada por **Marta Guadalupe Ramirez Lemus**, a fin de



dar respuesta oportuna a la petición. Lográndose la ubicación e identificación de lo requerido.

- Que la **Dirección de Política Comercial (DIPOC)**, en atención al requerimiento, da respuesta a la solicitud, le informa a la ciudadana que concederá la entrevista para tratar el tema de Comercio Electrónico, las interrogantes detalladas en la solicitud.

POR TANTO: Esta Dirección en base a los arts. 3, 4, 62, 64, 65 de la Ley, conforme a los fines de facilitar a toda persona el derecho de acceso a la información pública mediante procedimientos sencillos y expeditos, la promoción de la participación ciudadana, los principios de máxima publicidad, disponibilidad, integridad y gratuidad, y la validez de los documentos mediante tecnologías de la información y comunicaciones, así también en base a lo preceptuado en los arts. 53, 54, 55 y 56 del Reglamento; en consecuencia, **RESUELVE: CONCÉDASE**, el acceso a la información pública solicitada. **PROPORCIÓNESE**, la **información pública** requerida por Marta Guadalupe Ramirez Lemus, en el formato planteado. **NOTIFÍQUESE**.


Licda. Laura Quintanilla
Oficial de Información



ANEXO Nº4.

ENTREVISTA REALIZADA A: LIC. MARIO SALAZAR

TECNICO DEL MINISTERIO DE ECONOMIA:

¿Cuál es la posición del Ministerio de Economía respecto al Comercio electrónico?

R// Se basa en el cumplimiento de una política de atracción o incentivos a la inversión, segundo elemento la ley de comercio electrónico, que se complementen para dar seguridad jurídica en las transacciones electrónicas.

Se ha desempeñado en la ley de firma electrónica, reglamento de firma electrónica, anteproyecto de datos

Instituto de acceso a la información pública, trabaja de la mano

¿Qué motivo la creación de la Unidad de Comercio Electrónico, en el ministerio de Economía?

R// Es de mencionar que una Unidad como tal de comercio electrónico no hay, pero se está trabajando desde otras unidades para desarrollar el análisis al anteproyecto de ley que se está trabajando.

¿Cuáles son las funciones que desempeña la Unidad de Comercio Electrónico?

R// Aun no existe la unidad de comercio electrónico y se creara cuando entre en vigencia la Ley de Comercio Electrónico

¿Cómo se define el comercio electrónico?

R// Es igual a la ley de protección del consumidor. Aunque consideró que se adelantaron en elaborar una definición pues únicamente regula una modalidad de comercio electrónico, que es el de consumidor y proveedor, y excluyendo las otras modalidades y tipos que una ley de comercio electrónico si debe incluir.

Debo de mencionar que el ante proyecto de ley se trabajó en mayo de 2018, se devolvió para subsanar prevenciones, se retomó el análisis para seguir con su formación. Es de mencionar que La defensoría hizo reformas, se realizaron consultas con ella para poder dejar 2 definiciones y que ellas fueran distintas.

¿Qué herramientas o conceptos van incluidos?

R// Era importante porque en el Salvador ya existe regulación sustantiva de los contratos, la Legislación Civil, ya existe regulación internacional, pero ninguna de ellas habla de los contratos electrónicos. La contratación y la información que se les da a las personas porque es la que va a circular en internet.

Se ha pensado en reformar el concepto para que sea regulado todo lo de índole comercial, sea contractual o no, porque a veces no se perfecciona el contrato o se llega a la ejecución. El Anteproyecto busca resolver ese vacío que deja fuera la Ley de Protección al Consumidor. La defensoría busca un balance entre proveedor y consumidor. Se quiere retomar la desprotección, sin llegar a una duplicidad de leyes. Busca resolver todos los problemas que no se regulan en la Legislación Salvadoreña.

Aspectos como: El Tratamiento de información solicitada, el spam, la oferta electrónica, deben de ser regulados.

La oferta cambia en el comercio electrónico, que hace el consumidor el Art.14 de ante proyecto de ley resume: Las Obligaciones que tienen los intermediarios (servidores de internet) habla de lagunas novedades sobre títulos valores electrónicos, es necesario tener la regulación de la firma electrónica, no para desnaturalizar el título valor.

Nos hemos reunido con diferentes instituciones como; CASATIC Cámara de (Sector Privado) reuniones con representantes de ANEP.

Incluya al proveedor internacional, tratar de tocar todos los temas que la defensoría del Consumidor no regula en la Ley de Protección al Consumidor, donde no exista una persona que es la que envía la información. En la parte de las sanciones, ya que el ministerio de economía es el ente rector del Comercio Electrónico, para identificar a esos proveedores que no estén cumpliendo con los requisitos del comercio electrónico, que el ámbito sancionador llegue a ser efectivo.

Tratados: El CAFTA, hay un capítulo de comercio electrónico, Tratado de libre comercio con México, Tratado de libre comercio con Corea del sur (aún no está vigente), hay un... Entre Corea y la Unión Europea.

¿Cuáles leyes se han observado para dar una definición aproximación de comercio electrónico?

R// Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico. Las reformas de la Ley de Protección al consumidor, Ley de telecomunicaciones de El Salvador, Paraguay tiene años de regulación de Comercio Electrónico, Colombia.

¿Cuáles son los desafíos jurídicos que plantea el comercio electrónico?

R// Son muchos los retos que plantea el comercio electrónico, entre ellos esta una mejor aplicación de la ley de firma electrónica, y que se agilicen los procesos para la creación de la ley, debo recalcar el papel que ha realizado el ministerio de Economía y como ha trabajado con diferentes sectores para la creación de la ley e incluir a todos los sectores de la sociedad de El Salvador.

¿Qué políticas del comercio electrónico, para la protección de los usuarios o consumidores han desarrollado?

¿Cuáles son las modalidades y Tipos de comercio electrónico que vigilan o supervisan?

R// El Ministerio De Economía, El Sector Privado, El Banco Central De Reserva, La Defensoría Del Consumidor, Las Asociaciones De Consumidores.

¿Qué retos plantean las modalidades de comercio y sus tipos?

R// Muchos como ***su inclusión en el mercado.***

¿Qué motivo la creación del anteproyecto de ley de Comercio Electrónico y en qué etapa o fase se encuentra?

R// Se quiere trabajar un anteproyecto viable, y se está trabajando en el desarrollo del anteproyecto que ya fue enviado a la comisión quienes nos lo han devuelto para hacer correcciones.es de mencionar que ha habido complicaciones políticas.



DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

RESOLUCIÓN DE ENTREGA SOLICITUD DE INFORMACIÓN NÚMERO 85-08/2019

Defensoría del Consumidor, municipio de Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad, a las nueve horas siete minutos del día seis de septiembre del año dos mil diecinueve luego de haber recibido y admitido la **solicitud de información número 85-08/2019**: “**Solicito respetuosamente a su digna autoridad proporcionarme la siguiente información: 1. Me proporcionen los datos de los reclamos presentados por los usuarios de comercio electrónico. Información correspondiente al periodo 2016-2018 de todas las denuncias que tengan relacionadas a usuarios de comercio electrónico en el país. Casos relacionados o vinculados a temas de comercio electrónico, entendido como la adquisición o prestación de bienes o servicios de parte de proveedores a consumidores en uso de mecanismos de comunicación electrónico, tales como: sitios o portales de compra en internet, por mensajes de ejecución USSD, adquisición de suscripciones o servicios por la web; 2. Principales riesgos que corre el usuario al solicitar servicios o productos por canales electrónicos provistos para el comercio electrónico; 3. Medidas que ha tomado la defensoría para reforzar la seguridad virtual; 4. Quejas o denuncias interpuestas por usuarios inconformes con el servicio recibido de proveedores electrónicos; 5. Proveedores en El Salvador que hacen comercio electrónico; 6. ¿Cuáles son las principales causas de denuncias a los proveedores de comercio electrónico?; 7. Con la integración de El Salvador a la Red global E-Consumer para proteger a los consumidores en el comercio electrónico, ¿cuáles han sido las ventajas y cuáles han sido las principales denuncias si es que se han realizado por este medio?; 8. ¿Cuál sería el papel de la defensoría al realizar estas denuncias en línea?; 9. Datos estadísticos de denuncias y quejas por proveedores electrónicos que hayan defraudado o estafado al consumidor; 10. El criterio de territorialidad utilizado por el Tribunal Sancionador en la aplicación de la LPC en cuanto a proveedores vinculados al comercio electrónico y Documentación consistente en memorándums, denuncias, opiniones, informes, reseñas, libros o cualquier texto elaborado o revisado por la Dirección Jurídica y de la Dirección de Vigilancia de Mercado de esa Defensoría relacionado a: El criterio de territorialidad utilizado por el Tribunal Sancionador en la aplicación de la LPC en cuanto a proveedores vinculados al comercio electrónico y cualquier documento que obre en poder de tales dependencias que retome el tema del Comercio Electrónico; 11. Y finalmente ¿Cuál es la participación de la Defensoría del Consumidor, en la creación de La Ley de Comercio Electrónico?**” que fue interpuesta ante la Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia de esta dependencia, se verificó el cumplimiento de los requisitos establecidos en el art. 66 de la Ley de Acceso a la Información Pública-LAIP, así como, los arts. 50 y 52 de su Reglamento; asimismo, se analizó el fondo de lo solicitado, procediendo a realizar las gestiones necesarias; a fin de obtener la información requerida, en cumplimiento a los artículos 50 letra "d" y 70 de la Ley de Acceso a la Información Pública-LAIP, por lo que, previo a resolver sobre el acceso a la información, se realizan las siguientes consideraciones:

1. Que de conformidad con los derechos instituidos por el art. 6 de la Constitución de la República, se garantiza el derecho de expresar y difundir el pensamiento, siempre que no subvierta el orden público ni lesione la moral, el honor ni la vida privada de los demás. Asimismo, los arts. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, 4 de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y 13.1 de la Convención Americana sobre los Derechos Humanos, señalan que el acceso a la información pública es una herramienta eficaz en el ejercicio del derecho al acceso a la información.
2. Que con base al art. 2 de la LAIP; establece que toda persona tiene derecho a solicitar y recibir información generada, administrada o en poder de las instituciones públicas y demás entes obligados de manera oportuna y veraz, sin sustentar interés o motivación alguna.
3. En el marco de la competencia subjetiva, inmersa en los arts. 50 y 70 de la LAIP, otorgan a los oficiales de información las potestades requeridas para dar trámite a las solicitudes de información interpuestas ante las Unidades de Acceso a la Información Pública, y son responsables de diligenciarlas para dar una respuesta a los solicitantes.
4. La Unidad de Análisis de Consumo y Mercados, Dirección Centro de Solución de Controversias, Dirección Jurídica y el Tribunal Sancionador por medio de su Secretaría, de la Defensoría del Consumidor, brindaron respuesta a los requerimientos interpuestos, según su registro interno institucional y en cumplimiento al artículo 62 de la LAIP.
5. Conforme en lo notificado por las unidades administrativas responsables, la solicitud de información no se encuentra dentro de las excepciones reguladas en los artículos 19 y 24 de la LAIP.

Por tanto, tomando en cuenta lo antes expuesto y en observancia a lo dispuesto por los arts. 1, 6 y 18 de la Constitución, así como, el procedimiento de acceso a la información regulado por los arts. 50 letras "h" e "i", 61, 62, 65, 69, 72 y 102 de la LAIP, se resuelve:

- a) Entregar en un archivo adjunto, la respuesta a cada uno de los requerimientos contenidos en la Solicitud de información número 85-08/2019, con base en lo comunicado por la Unidad de Análisis de Consumo y Mercados, Dirección Centro de Solución de Controversias, Dirección Jurídica y Tribunal Sancionador por medio de su Secretaría, de la Defensoría del Consumidor.
- b) Notificar la presente resolución, al correo electrónico indicado como medio para recibir notificaciones.



Aída Funes

Oficial de Información y Transparencia

SOLICITUD DE INFORMACIÓN NÚMERO 85-08/2019

1. Me proporcionen los datos de los reclamos presentados por los usuarios de comercio electrónico. Información correspondiente al periodo 2016-2018 de todas las denuncias que tengan relacionadas a usuarios de comercio electrónico en el país. Casos relacionados o vinculados a temas de comercio electrónico, entendido como la adquisición o prestación de bienes o servicios de parte de proveedores a consumidores en uso de mecanismos de comunicación electrónico, tales como: sitios o portales de compra en internet, por mensajes de ejecución USSD, adquisición de suscripciones o servicios por la web.

4. Quejas o denuncias interpuestas por usuarios inconformes con el servicio recibido de proveedores electrónicos.

6. ¿Cuáles son las principales causas de denuncias a los proveedores de comercio electrónico?

9. Datos estadísticos de denuncias y quejas por proveedores electrónicos que hayan defraudado o estafado al consumidor.

Respuesta a los requerimientos número 1, 4, 6 y 9:

Fuente: Unidad de Análisis de Consumo y Mercados. Septiembre 2019.

- El sistema de registro de las atenciones no cuenta con un campo específico para registrar si el producto o servicio que origina un reclamo fue adquirido a través de un medio electrónico; por lo tanto, los datos presentados corresponden al resultado de revisar el relato del consumidor acerca del caso en busca de una confirmación de que la compra se realizó por esta vía.
- Debido a que la solicitud pide en términos generales, información sobre las causas que originan las denuncias, se ha elaborado dos tablas con la clasificación por sector y motivo de estos casos:

Denuncias relacionadas a comercio electrónico por motivo

De enero de 2016 a diciembre de 2018

Motivo	Denuncias
Incumplimiento de contrato u oferta	40
Cobros, cargos y comisiones indebidas	6
Mala calidad del producto o servicio	3
Cláusulas abusivas	2
Derecho de retracto y desistimiento de compra	2
Incumplimiento de garantía	1
Total	54

Denuncias relacionadas a comercio electrónico por motivo
De enero de 2016 a diciembre de 2018

Sector	Denuncias
Servicios	19
Transporte	5
Prendas de vestir	4
Artículos del hogar	4
Electrodomésticos	4
Telecomunicaciones	3
Turismo	3
Ahorros	3
Equipo informático	2
Alimentos	2
Servicios electrónicos financieros	2
Salud	1
Créditos	1
Escolar	1
Total	54

2. Principales riesgos que corre el usuario al solicitar servicios o productos por canales electrónicos provistos para el comercio electrónico.

Respuesta:

- Uno de los principales riesgos que corre un consumidor al comprar en línea, es que su producto no llegue al lugar solicitado o el servicio adquirido no se prestado.
- Otro riesgo con el que el consumidor se puede encontrar, es que el proveedor no esté domiciliado en el país y en consecuencia no pueda cumplir con la garantía o el consumidor no pueda denunciarlo.
- Que el producto o servicio que le entreguen no sea el que le ofrecieron por medio electrónico, entre otros.

Fuente: Dirección Centro de Solución de Controversias. Septiembre 2019.

3. Medidas que ha tomado la defensoría para reforzar la seguridad virtual.

Respuesta:

1. La principal medida tomada por la Defensoría del Consumidor fue que, en agosto 2018, entró en vigencia la reforma sobre el tema de comercio electrónico en la Ley de Protección al Consumidor en sus artículos 21-A, 21-B, 44 literal "Q," entre otros.
2. Por otra parte, la Defensoría del Consumidor, ha realizado inspección a la paginas web de los proveedores que brindan este servicio de venta de productos o servicios en línea, con el objetivo de verificar el cumplimiento de las obligaciones que estos proveedores deben de cumplir.

Fuente: Dirección Centro de Solución de Controversias. Septiembre 2019.

5. Proveedores en El Salvador que hacen comercio electrónico.

Respuesta:

No se cuenta con esta información como Dirección del Centro de Solución de Controversias; sin embargo, la Defensoría del Consumidor realizó un estudio denominado: "Comercio electrónico en El Salvador. Mercados digitales conectados con tus derechos", el cual contiene un análisis de criterios de protección al consumidor, en proveedores que ofrecen productos y servicios mediante tiendas en línea en El Salvador. Ello en la sintonía de que se trata de un sector estratégico para el quehacer institucional y en el marco de una colaboración de barridos de sitios web que se trabajó con el ICPEN (International Consumer Protection and Enforcement Network), una asociación que agrupa a más de 58 agencias de protección del consumidor en el mundo.

El análisis de sitios web se llevó a cabo entre enero y febrero de 2018, bajo el objetivo de determinar si los establecimientos contaban con diversas características que permitan a los consumidores tomar decisiones informadas, es decir, donde se protejan sus derechos. Metodológicamente, se procedió a seleccionar una muestra de 27 establecimientos comerciales, de los cuales 17 (63%) ofrecen bienes y servicios por medio de sitios web.

Este estudio puede consultarse o descargarse en el siguiente enlace electrónico:
https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2015/04/comercio_electronico.pdf

Fuente: Dirección Centro de Solución de Controversias y
www.defensoria.gob.sv. Septiembre 2019.

7. Con la integración de El Salvador a la Red global E-Consumer para proteger a los consumidores en el comercio electrónico, ¿cuáles han sido las ventajas y cuáles han sido las principales denuncias si es que se han realizado por este medio?

Respuesta:

Hasta esta fecha, no se ha recibido denuncias por Red global E-Consumer.

Fuente: Dirección Centro de Solución de Controversias. Septiembre 2019.

8. ¿Cuál sería el papel de la defensoría al realizar estas denuncias en línea?

Respuesta:

El papel principal de la Defensoría del Consumidor, cuando se interponen estas denuncias es, resolver a los consumidores los problemas que se les presenten a través de los medios alternos de solución de controversias y si es necesario iniciar el proceso Sancionador en el Tribunal Sancionador.

Fuente: Dirección Centro de Solución de Controversias. Septiembre 2019.

10. El criterio de territorialidad utilizado por el Tribunal Sancionador en la aplicación de la LPC en cuanto a proveedores vinculados al comercio electrónico y Documentación

consistente en memorándums, denuncias, opiniones, informes, reseñas, libros o cualquier texto elaborado o revisado por la Dirección Jurídica y de la Dirección de Vigilancia de Mercado de esa Defensoría relacionado a: El criterio de territorialidad utilizado por el Tribunal Sancionador en la aplicación de la LPC en cuanto a proveedores vinculados al comercio electrónico y cualquier documento que obre en poder de tales dependencias que retome el tema del Comercio Electrónico.

Respuesta:

Luego de haber revisado la presente solicitud de información con la Unidad Jurídica del Tribunal Sancionador, se confirma que hasta el momento no existe criterio emitido por ese Tribunal en relación a la territorialidad vinculada al comercio electrónico, es decir, no se ha dado trámite a ningún caso vinculado a esa temática.

Fuente: Secretaría del Tribunal Sancionador. Septiembre 2019.

11. Y finalmente ¿Cuál es la participación de la Defensoría del Consumidor, en la creación de La Ley de Comercio Electrónico?

Respuesta:

Como primer punto, la Defensoría del Consumidor forma parte de la Comisión de Economía de la Asamblea Legislativa, comisión que tiene como objetivo principal el análisis, discusión y brindar aportes sobre la elaboración de la Ley de Comercio Electrónico, comisión en la que, además, participan diversos sectores de la sociedad entre ellas instituciones públicas y empresa privada.

La Defensoría del Consumidor, juega un papel muy activo en dicha comisión, por el hecho que es la única institución que tiene experiencia en el tema de comercio electrónico, ya que, dentro de sus competencias se encuentra la de velar y proteger efectivamente los derechos e intereses de las personas consumidoras cuando hagan uso de esta nueva modalidad de contratación.

En consecuencia, de lo anterior, la Ley de Protección al Consumidor en los artículos 4 letra q), 21-A y 21-B, le dan la competencia a la Defensoría del Consumidor para conocer y atender las problemáticas en Comercio Electrónico en las relaciones existentes entre proveedores y consumidores conocida como (B2C), siendo así, la Ley de Protección al Consumidor el primer cuerpo normativo vigente en El Salvador que regula el comercio electrónico.

Por todo lo antes mencionado, la participación de la Defensoría del Consumidor en la creación de esta nueva ley, es para aportar nuestra experiencia en el tema de comercio electrónico, así como ser garante que no se regule un mismo hecho en diferentes cuerpos normativos, y finalmente, que con la integración de la ley, en este nuevo cuerpo normativo queden comprendidas solo las otras modalidades de comercio electrónico que no sean B2C, porque está (B2C) ya se encuentra en el ámbito de nuestra competencia.

Fuente: Gerencia de Procuración, Dirección Jurídica. Septiembre 2019.