

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



**PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LAS TRANSACCIONES
ELECTRÓNICAS TRANSFRONTERIZAS B2C**

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

**PRESENTADO POR
KRISIA MARIELOS CARRILLO LÓPEZ.
SARA YANDERY RIVAS AYALA.
SUSANA MARIA VÁSQUEZ DÍAZ.**

**DOCENTE ASESOR
MSC. NELSON ARMANDO VAQUERANO GUTIÉRREZ.**

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, ENERO DE 2020.

TRIBUNAL CALIFICADOR

**DR. MATEO ALVAREZ GUZMÁN.
PRESIDENTE**

**DR. LUIS ALONSO RAMÍREZ MENÉNDEZ.
SECRETARIO**

**MSC. NELSON ARMANDO VAQUERANO GUTIÉRREZ.
VOCAL**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Msc. Roger Armando Arias Alvarado.

RECTOR

Dr. Manuel de Jesús Joya Abrego.

VICERECTOR ACADEMICO

Ing. Agr. Nelson Bernabé Granados Alvarado.

VICERECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez.

SECRETARIO GENERAL

Lic. Rafael Humberto Peña Marin.

FISCAL GENERAL

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. Evelyn Beatriz Farfán Mata.

DECANA

Msc. Digna Reina Contreras de Cornejo.

SECRETARIO

Ing. René Mauricio Mejía Méndez.

DIRECTOR DE ESCUELAS DE CIENCIAS JURIDICAS

Licda. Diana del Carmen Merino de Sorto.

DIRECTORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

Msc. Maria Magdalena Morales.

COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACION DE LA ESCUELA
DE CIENCIAS JURIDICAS

AGRADECIMIENTO

A DIOS: primeramente, por permitirme culminar, por su misericordia que día a día muestra sobre mí en cada proyecto de mi vida, a mi madre del cielo, mi virgencita de Guadalupe por su amor incondicional y darme fortaleza para iniciar este largo camino.

A MIS PADRES: por su apoyo incondicional, por su amor transparente, por su paciencia, sin duda la mayor bendición que DIOS, me brindo, gracias por acompañarme en cada etapa de mi vida, ser mi pilar y fuerza en todo momento, gracias por lograr conmigo este nuevo triunfo, este y muchos más se los dedico con todo amor y respeto a mis padres que son mi motor e inspiración.

A MIS HERMANAS: por su paciencia, por su comprensión por sus consejos son mi mayor lucha, quiero ser siempre un ejemplo positivo para ellas sin duda tenerlas en mi vida, son la mayor prueba de que DIOS, me ama y que su infinito amor lo veo reflejado en mis padres y hermanas.

A MI FAMILIA EN GENERAL: a mis abuelitos por ser mis mayores maestros, gracias por cada palabra de aliento, por cada consejo mis logros sin ellos no serían lo mismo, los amo y que se sientan orgullosos es mi mayor regalo.

A MIS AMIGOS Y COMPAÑERAS DE ESTE PROYECTO: la vida no tiene sentido sin los amigos verdaderos esos que te ayudan y animan a dar lo mejor de ti, forman parte especial de mi vida; asimismo a la Universidad de El Salvador por haberme integrado a la familia de becarios, sin duda un aporte valioso para mi formación académica, al Docente Asesor por su paciencia y ser nuestro guía en este proyecto, por eso y muchas más gracias.

KRISIA MARIELOS CARRILLO LOPEZ

AGRADECIMIENTO

A DIOS, porque en su infinita misericordia me permitió culminar mis estudios universitarios, por darme la sabiduría y conocimiento para culminar con éxito, ya que sin él no hubiera sido posible este logro.

A MIS PADRES, por sus consejos, por encontrar el balance entre el amor y la disciplina, les agradezco por el sacrificio, sus oraciones y por su apoyo incondicional recibo durante mi formación profesional.

A RAFAEL ESCAMILLA, por su comprensión, paciencia, por tener las palabras adecuadas para animarme, por estar siempre dispuesto a brindar su ayuda, por su amor y amistad sincera.

A MI ASESOR, por su orientación y conocimientos brindados durante el desarrollo de esta investigación.

SARA YANDERY RIVAS AYALA

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso, que me permite el don de la Vida y la Dicha de culminar esta meta con mucha satisfacción, sin duda alguna ha sido misericordioso y fiel a su palabra de no desampararme durante este proceso, guiándome por su senda de rectitud y mostrándome que sus propósitos son eternos y hermosos.

A mis padres, por haberme brindado el apoyo incondicional, por sus oraciones, cariño, amor y paciencia, especialmente a mi madre que a pesar de sus dificultades siempre tuvo una palabra que me daba ánimos para continuar en las adversidades.

A mi novio, por su amor y apoyo inmenso a lo largo de esta etapa, por esas palabras de aliento en los momentos difíciles, por no negarse a comprenderme y darme ánimos siempre que lo necesite, fue un pilar importante que me infundió esperanza y alegría.

A la Universidad por el Programa de Becas Estudiantiles que me permitió ser parte de la familia becaria durante todo el proceso de mi formación académica, a mis compañeras de investigación y al Docente Asesor por ser un excelente guía en este proceso.

SUSANA MARIA VASQUEZ DIAZ

INDICE

RESUMEN

SIGLAS Y ABREVIATURAS

INTRODUCCIÓN	i
--------------------	---

CAPITULO I

RESEÑA HISTÓRICA DE INTERNET, COMERCIO ELECTRÓNICO Y DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA B2C (PROVEEDOR-CONSUMIDOR).....	1
1. Historia del comercio electrónico y transacciones electrónicas	1
1.1. Antecedentes históricos de internet a nivel internacional	1
1.2. Antecedente histórico del comercio electrónico a nivel internacional	6
1.3. Antecedentes históricos de transacciones electrónicas B2C a nivel internacional	9
1.4. Antecedentes históricos de internet en El Salvador.....	11
1.5. Antecedentes del comercio electrónico en el salvador	14
1.6. Antecedentes históricos de transacciones electrónicas B2C en El Salvador	16
1.7. Conclusión.....	17

CAPITULO II

GENERALIDADES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	18
2. Generalidades	18

2.1. Nociones conceptuales de comercio electrónico	18
2.2. Diferencia de los términos (e-commerce) y (e-business).....	20
2.3. Diferencia del comercio electrónico (por internet) con comercio tradicional (convencional)	22
2.4. Sujetos que interviene en el comercio electrónico.....	24
2.4.1. Consumidor	24
2.4.2. El proveedor	25
2.5. Características del comercio electrónico	25
2.6. Ventajas del comercio electrónico	26
2.6.1. Las ventajas para la empresa se van a agrupar en tres fundamentales.....	26
2.6.1.1. Aumento de las ventas y la competitividad	26
2.6.1.2. Reducción de costes	27
2.6.1.3. Mejora de las comunicaciones	27
2.6.2. Las ventajas relevantes para los consumidores son los siguientes.....	28
2.7. Desventajas del comercio electrónico	29
2.7.1. El comercio electrónico proporciona ventajas entre las cuales se puede mencionar.....	29
2.8. Tipos de comercio electrónico	29
2.8.1. Directo	29
2.8.1. Indirecto.....	30
2.9. Modalidades de transacciones electrónicas	30
2.9.1. Comercio electrónico B2B	30
2.9.2. Comercio electrónico C2C.....	31
2.9.3. Comercio electrónico B2C.....	31

2.9.4. Comercio electrónico B2E	32
2.9.5. Comercio electrónico G2C	33
2.10. Medios de pago del comercio electrónico.....	33
2.10.1. Tarjetas de crédito.....	33
2.10.2. Dinero electrónico.....	34
2.10.3. Transferencia bancaria.....	34
2.10.4. Cheques electrónicos.....	34
2.10.5. PayPal.....	34
2.11. Generalidades de los contratos por medios electrónicos	35
2.11.1. Definición del contrato de compraventa	36
2.11.2. Elementos del contrato electrónico.....	37
2.11.2.1. El consentimiento.....	37
2.11.2.2. La oferta electrónica.....	37
2.11.2.3. Aceptación	37
2.11.3. Lugar de perfeccionamiento del contrato	38
2.11.4. Tiempo de perfeccionamiento del contrato.....	38
2.11.5. Problemas de jurisdicción en los contratos electrónicos	39
2.12. Conclusión.....	41

CAPITULO III

FUNDAMENTO JURÍDICO APLICABLE AL COMERCIO

ELECTRÓNICO.....	42
3. Fundamento jurídico	42
3.1. Constitución de la República de El Salvador	42
3.2. Instrumentos internacionales de protección al consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas	44

3.2.1 Tratado de libre comercio Centroamérica – Estados Unidos – Republica Dominicana	46
3.2.2 Tratado general de integración económica Centroamericana	47
3.2.3 Tratado único - Centroamericano – México.....	48
3.2.4 Tratado marco de seguridad democrática Centroamérica.....	49
3.3. Otros instrumentos internacionales	50
3.3.1. Convención de las naciones unidas sobre la utilización de las comunicaciones electrónicas en los contratos internacionales	50
3.3.2. Ley modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico	50
3.4. Leyes secundarias	51
3.4.1. Código civil	51
3.4.2. Código de comercio.....	52
3.4.3. Ley de protección al consumidor	53
3.4.4. Ley de bancos	54
3.4.5Ley de firma electrónica	54
3.5. Casos de comercio electrónico según la defensoría del consumidor	56
3.6. Derecho extranjero sobre las transacciones electrónicas transfronterizas	58
3.6.1. Paraguay	58
3.6.2. Colombia	61
3.6.3. Estados Unidos	65
3.6.4. España	68
3.7. Conclusión.....	73

CAPITULO IV

MECANISMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	75
4. Generalidades.....	75
4.1. Mecanismos de protección al consumidor	75
4.2 Mecanismos en línea.....	76
4.2.1. Econsumer.gov	77
4.2.2. RAC (Resolución Alternativa de Conflictos)	78
4.2.3 Sellos de confianza	79
4.2.4. ODR	82
4.3. Organizaciones e instituciones internacionales que protegen al consumidor	84
4.3.1. OMC	84
4.3.2. ICPEN (International Consumer Protection Enforcement Net-work), traducida es “Red Internacional de aplicación de la ley y protección de los Consumidores”	85
4.3.3. OCDE	86
4.3.4. OEA.....	88
4.3.5. UNCTAD	88
4.3.6. ILCE (Instituto latinoamericano de comercio electrónico).....	89
4.4. Análisis de las directrices de protección al consumidor	90
4.5. Conclusión.....	94
CONCLUSIONES	96
BIBLIOGRAFIA	98
ANEXOS	114

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enfoca en la modalidad de comercio electrónico conocida como B2C (proveedor y consumidor) por medio de la cual se presentan desafíos al momento de resolver una controversia transfronteriza, debido a que no se tiene una legislación que sea aplicable a dicho problema.

Entre los contenidos a desarrollar están: los antecedentes históricos de internet, comercio electrónico y de las transacciones electrónicas B2C tanto a nivel nacional e internacional, obteniendo como resultado conocer su evolución y como se fue integrando en el proceso de la globalización.

Uno de los propósitos de la investigación es ampliar los conocimientos acerca del comercio electrónico, los sujetos que intervienen, ventajas y desventajas, características, modalidades, los diferentes medios de pago, los problemas de jurisdicción que se presentan al momento de resolver una controversia transfronteriza derivada de la relación de consumo; asimismo se analiza la normativa nacional e internacional aplicable a la protección de sus derechos en las transacciones electrónicas y el estudio de organismos internacionales que velan por la protección del consumidor teniendo como resultado la falta implementación de leyes sobre el tema.

Se realiza derecho extranjero con el propósito de identificar los avances que tiene cada país para resolver las controversias electrónicas transfronterizas, obteniendo como resultado que no todos los países tiene resuelto este problema en su normativa jurídica; y finalmente el estudio de mecanismos online adoptados a nivel internacional para resolver por medios alternos de solución de conflictos otorgando seguridad a los consumidores, ya que no solo se necesita una legislación sino la implementación de mecanismos eficaces que garanticen sus derechos.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

SIGLAS

ARPA o ARPANET	Red de computadoras de agencia de proyectos de investigación avanzada
ANTEL	Administración Nacional de Telecomunicaciones
CAFTA	Dominican Republic – Central America Free Trade Agreement (Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América)
CERN	Organización Europea para Investigación nuclear
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
CJI	Comité Jurídico Interamericano
CNUDMI	Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
EDIFACT	Comisión Internacional Dependiente de las Naciones Unidas
FUSADES	Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social
FTC	Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos de América
ICPEN	International Consumer Protection Enforcement Network (Red Internacional de aplicación de la ley y protección de los Consumidores)
ILCE	Instituto latinoamericano de comercio electrónico
NSF	Fundación Nacional para la Ciencia

NCSA	Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputación
NCCUSL	National Conference of Commissionerson Uniform State Laws (Conferencia Nacional de Comisionados sobre Leyes Estatales Uniformes)
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OEA	Organización de Estados Americanos
OMC	Organización Mundial del Comercio
ONU	Organización de las Naciones Unidas
SICA	Sistema de Integración Centroamericana
TLC	Tratado de Libre Comercio
UE	Unión Europea
UUNET	Compañía proveedora de internet estadounidense
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

ABREVIATURAS

Art.	Artículo
B2C.	Business to Consumer (Proveedor-consumidor)
B2B.	Business to Business (Negocio – Negocio)
C2C.	Consumer to Consumer (Consumidor-consumidor)
Cn.	Constitución
CC.	Código Civil
C.com.	Código de comercio
CCI.	Cámara de Comercio Internacional
EDI.	Intercambio Electrónico de Datos
E-SIGN ACT.	Ley de Firmas Electrónicas en el Comercio Global y Nacional
IANA.	Internet assigned numbers authority (autoridad de asignación de números de internet)
IP.	Protocolo de Internet
LMCE.	Límite Máximo de Captura por Embarcación
LPC.	Ley de Protección a los Consumidores
MCCA.	Mercado Común Centroamericano
ODR.	Online Dispute Resolution (Solución de controversias en Línea)
RAC.	Resolución Alternativa de Conflictos
SVNET.	Nombre o dominio de internet
TIC.	Tecnologías de la Información y Comunicación
UETA.	Uniform Electronic Transactions Act UETA (Ley uniforme sobre transacciones electrónicas).

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se analizarán aspectos importantes sobre el *tema* protección al consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas, *delimitado* en una de las modalidades más comunes y siendo la única regulada en la Ley de Protección al Consumidor la cual es denominada B2C, es decir que se realiza entre proveedor y consumidor.

En virtud de ello, el *propósito* fundamental de esta investigación es dar un aporte positivo e innovador a la comunidad salvadoreña respecto a las nuevas formas de contratar por medios electrónicos, siendo necesario reiterar la tutela de los derechos y garantías fundamentales de los consumidores en materia de consumo; asimismo, el propósito es buscar la solución alterna a las controversias electrónicas transfronterizas, las cuales garanticen la protección a los consumidores que hacen uso de las diferentes herramientas tecnológicas; es de señalar que uno de los principales problemas que tiene el consumidor al momento de realizar una transacción electrónica transfronteriza es que no se cuenta con una normativa que regule dichas prácticas.

Los *motivos justificativos* para el desarrollo de esta temática es la falta de legislación sobre la materia y las pocas herramientas para equipar de una forma eficaz las diferentes instituciones que se encargan de vigilar la tutela de los derechos de los consumidores; ya que en el ámbito de aplicación la Ley de protección al Consumidor en sus recientes reformas incluyeron el tema de comercio electrónico, lo cual es un avance significativo para la protección a la relación de consumo, pero no son suficientes para brindar la seguridad jurídica a los consumidores y proveedores en las transacciones online, por lo que existe una necesidad de crear un marco legal que regule mecanismos de protección online para fomentar la confianza en el consumidor.

Por los motivos antes mencionados es necesario enunciar el siguiente *problema de investigación* ¿Cómo se pueden tutelar los derechos de los consumidores en las transacciones electrónicas transfronterizas en la modalidad B2C? para ello, es necesario tomar en cuenta *propósitos generales* que vayan encaminados a conocer cuáles han sido los momentos históricos de este fenómeno, asimismo identificar la normativa a nivel nacional e internacional que velan por los derechos de los consumidores y las diferentes instituciones que tutelan sus derechos, determinar el impacto significativo de los organismos internacionales que establecen lineamientos y políticas de cooperación en los países y sus respectivas instituciones para proteger a los consumidores en las transacciones electrónicas, en este apartado fue importante hacer un estudio previo sobre el cumplimiento de las Directrices de las Naciones Unidas, que ayudan a los países a lograr mantener una protección adecuada de los consumidores, ya que por medio de sus recomendaciones El Salvador ha realizado avances en materia de consumo promoviendo políticas para garantizar el goce de los derechos al consumidor.

El desarrollo de la investigación estuvo orientada a identificar las diferentes fuentes bibliográficas encaminadas a brindarle una protección a los derechos de los consumidores en las transacciones electrónicas transfronterizas B2C y la *teoría* aplicada en la investigación se denomina “proteccionista”, en virtud de que el objeto de estudio del presente trabajo son los diferentes mecanismos alternos de solución de conflicto que garanticen la efectividad de sus derechos e igualdad de condiciones en la relación de consumo.

La *metodología* utilizada en la investigación es la dogmática jurídica , ya que se realizó un estudio sobre la doctrina y la normativa jurídica de las transacciones electrónicas trasfronterizas nivel nacional e internacional; asimismo las diferentes instituciones u organismos que se encargan de

vigilar y proteger los derechos de los consumidores, con ello es pertinente enunciar que también es socio-jurídico por realizar entrevistas semi estructuradas, entendiéndose que las entrevistas realizadas el entrevistador a incluido aspectos adicionales.

Indudablemente las transacciones electrónicas transfronterizas son un reto para cualquier sociedad en la cual El Salvador no es la excepción debido a las limitadas atribuciones que se les otorga a instituciones nacionales encargadas de velar por el cumplimiento de sus derechos y los vacíos en la legislación son evidentes, razón por la cual es importante dar a conocer al lector sobre la presente investigación y señalar la importancia del cuidado que se debe de tener al momento de realizar este tipo de prácticas, por ello se tiene que educar e incentivar a la población sobre la utilidad adecuada que se le tiene que dar a las herramientas tecnológicas y con ello la protección que adquiere el consumidor en este tipo de relaciones de consumo, para efectos prácticos la presente investigación se estructura en cuatro capítulos los cuales se detallan de una forma breve a continuación:

Capítulo uno, se desarrollan los aspectos históricos más relevantes, describiendo la evolución constante que ha tenido internet el cual ha sido la base para realizar comercio electrónico en una de sus modalidades B2C, siendo una nueva forma de negociación que ha aportado avances al desarrollo de la economía de los países que hacen uso de este nuevo mercado online; asimismo, se abordan aspectos importantes sobre los antecedentes históricos de comercio electrónico y transacciones electrónicas B2C a nivel nacional e internacional.

Capítulo dos, contiene todas las nociones conceptuales de comercio electrónico, su definición, características, las ventajas y desventaja al hacer uso de este tipo de contratación, las diferencias entre el comercio electrónico y el comercio tradicional, las diversas modalidades de las

transacciones electrónicas transfronterizas, estableciendo así los sujetos de relación de consumo que intervienen, los diferentes medios de pago a utilizar al momento de hacer una compra online, asimismo se desarrollan las generalidades de los contratos de compraventa, ya que son los más utilizados en este tipo de transacciones, estableciendo sus características, el momento que se va a considerar que se ha perfeccionado el mismo y la importancia de las cláusulas incluidas en el contrato donde se puede delegar la competencia, las cuales han sido adoptadas por algunos países para resolver el conflicto de la controversia transfronterizas B2C.

Capitulo tres. Se establece la legislación nacional e internacional aplicable a la protección del consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas; asimismo, se realiza el estudio sobre los avances en la legislación de los diferentes países que han dado un paso importante en materia de consumo y algunos casos de comercio electrónico presentados ante la Defensoría del consumidor, a los cuales se les dio una solución alternativa mediante la figura de la conciliación, en virtud de que la institución antes citada, al momento de presentarse dichos casos no contaba con los mecanismos online adecuados para brindar una solución utilizando las herramientas tecnológicas.

Capitulo cuatro. Contempla los diferentes mecanismos de protección al consumidor online, los cuales han sido creados para garantizar la tutela de sus derecho, utilizando innovadoras plataformas en línea para solventar los problemas suscitados en las transacciones electrónicas transfronterizas en la modalidad B2C de una manera eficaz; asimismo, el estudio de los diferentes organismos que se encargan de vigilar que no se vulneren los derechos del consumidor en una controversia de consumo transfronteriza, sugiriendo políticas de cooperación entre países y el análisis de las nuevas Directrices de las Naciones Unidas sobre la protección al consumidor en el comercio electrónico.

CAPITULO I

RESEÑA HISTÓRICA DE INTERNET, COMERCIO ELECTRÓNICO Y DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA B2C (PROVEEDOR- CONSUMIDOR)

En el presente capítulo tiene como propósito conocer los antecedentes históricos a nivel internacional y nacional de internet, siendo el principal precursor del comercio electrónico por ser una herramienta fundamental para el desarrollo de la sociedad de la información, asimismo se describen los momentos importantes por los que ha pasado el E- commerce como una nueva forma de hacer negocio en línea y como ha surgido una de sus modalidades B2C (proveedor – consumidor). Por lo cual se desarrolla a continuación los siguientes contenidos: los antecedentes históricos de internet a nivel internacional; antecedentes históricos de comercio electrónico a nivel internacional; antecedentes históricos de transacciones electrónica B2C a nivel internacional; antecedentes históricos de internet en El Salvador; antecedentes históricos del comercio electrónico en El Salvador y los antecedentes históricos de transacciones electrónicas B2C en El Salvador.

1. Historia del comercio electrónico y transacciones electrónicas

1.1. Antecedentes históricos de internet a nivel internacional

A lo largo de la historia y gracias a los diferentes avances tecnológicos, surge una nueva forma de realizar comercio por medios electrónicos la cual ha sido fundamental para el desarrollo de la economía y la integración al proceso de globalización, ya que ha eliminado las barreras comerciales en cada país, pero antes de centrarnos en ello, es importante y se retorna a los orígenes de internet.

En 1957 la Unión Soviética lanzó al espacio el primer satélite y como respuesta a ello el Departamento de Defensa de los Estados Unidos funda la organización de Agencia de proyectos de investigación avanzada (conocida por su sigla en inglés ARPA) que fue creado en 1958 con el mismo objetivo de intentar mantener el liderazgo tecnológico frente a la Unión Soviética.¹

Es así como internet nace en los años sesenta, cuando en Estados Unidos por medio del Departamento de Defensa Norteamericano se desarrollan innovadoras tecnologías con el objetivo de conectar diferentes ordenadores.

Y en 1969 se desarrolla la primera red de computadoras de agencia de proyectos de investigación avanzada ARPANET siendo la original precursora de internet, por medio de la cual se interconectaba cuatro centros de investigación: la Universidad de California en los Ángeles, el Instituto de investigación de Stanford, la Universidad de California de Santa Bárbara y la Universidad de Utah.²

Así se fue creando el proyecto ARPANET cuyo objetivo era establecer una red experimental con ordenadores situados en espacios diferentes, lo cual ayudo a la comunicación de los ordenadores del Pentágono con los de otras instituciones que trabajaban para él.

Más tarde el Departamento de Defensa de los Estados Unidos junto con la Agencia de Defensa de Proyectos de investigación avanzada, tenía como finalidad el desarrollo de la investigación científica, la cual se convirtió en

¹Leopoldo Simón Rodríguez, *“Las garantías jurídicas en los usuarios del comercio electrónico”* (Tesis de Doctorado, Universidad las Palmas de Gran Canaria, España, 2015), 12.

²Ana Belén Alonso Conde, *Comercio electrónico: Antecedentes, fundamento y estado actual* (editorial DYKINSON, Madrid, 2014), 3.

Internet basada en la idea de múltiples redes independientes: una red abierta.³

Con la primera red de comunicaciones electrónicas ARPANET internet fue utilizado principalmente por investigadores y académicos estadounidenses a finales del año de 1980; ya que de inicio Internet era administrado por la Red de Fundación Nacional para la Ciencia (conocida por su sigla en inglés NSF), encargada de organizar los dominios o direcciones de internet para las diferentes redes conectadas según sus ubicaciones geográficas y el tipo de actividades que realizan.

Tras la conexión de los primeros ordenadores se dio lugar a la creación de sistema de comunicación de protocolos, debido a que el protocolo de la red ARPANET que controlaba la forma cómo se enviaba la información sobre su propia red fue reemplazado, por el protocolo de control del nivel de red, pero en 1983 ARPANET sustituye los protocolos por la red TCP/IP, que al ser independiente de la tecnología hacen posibles que redes diferentes se puedan interconectar entre sí.⁴ Ya que dicho protocolo era un nuevo estándar más sofisticado, fue publicado en 1974 por los autores, el cual convierte mensajes en cadenas de paquetes en el modo de origen y los ensambla de nuevo en el punto de destino.⁵

El TCP/IP estandarizó el flujo de información a lo largo de las redes, identificó usuarios de red a través del uso de direcciones de Internet o nombres de dominios. Su principal ventaja fue su extraordinaria capacidad para manejar mensajes usando paquetes de información separada, dirigida

³Kenelma Berenice Najarro, et al, *“Comercio electrónico y su implicación en las transformaciones económicas y tecnológicas en los países en desarrollo: período 2000-2002”* (Tesis de grado, para optar al grado de licenciatura en Relaciones Internacionales, Universidad de El Salvador, 2002), 53.

⁴Alonso, *Comercio electrónico*, 4.

⁵Oscar Malca Guayule, *Comercio electrónico* (Universidad del Pacífico Lima, 2001), 11-12.

individualmente, ya que fue diseñado para una red no confiable, es decir, una red que podía ser interrumpida desde una falla en una línea telefónica hasta un ataque con una bomba atómica.

Aunque el TCP/IP fue la clave para posibilitar y aumentar la comunicación entre las primeras redes de computadoras que dieron como resultado la red de comunicaciones que hoy se conoce como Internet, sus limitaciones se hicieron cada vez más evidentes a medida que la condición que demandaba este protocolo era la falta de confiabilidad de la red lo cual lo se volvía menos importante.⁶

Debido a ello se creó el protocolo de internet IP que manejaba el direccionamiento y permitía que los paquetes fueran ruteados a través de diferentes nodos, hasta diferentes redes con varios estándares como Ethernet, que es un sistema de red de área local de alta velocidad, el cual se convirtió en un estándar de red corporativa, ya que se encargaba de etiquetar cada paquete con una dirección única es decir número o dirección IP, así la información podía ser enviada por medio de los dispositivos llamados routers a cualquier parte del mundo.⁷

En 1989 por medio del equipo de investigación en Suiza perteneciente a la Organización Europea para Investigación nuclear (conocida en su sigla en inglés como CERN) la cual es uno de los laboratorios científicos más grandes del mundo, creó una serie de protocolos para transferir hipertexto vía Internet. Asimismo, a finales de esta década nacen las primeras compañías ISP (proveedores servicios de internet) las cuales ofrecían servicios como *e-mail*.⁸

⁶Najarro Kenelma Berenice, "Comercio electrónico y su implicación en las Najarro, *Comercio electrónico y su implicación*" 53.

⁷Rodríguez, "Garantías jurídicas de los usuarios del Comercio Electrónico", 14.

⁸Mylene Fiorella Ayala Rivas, "La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú" (Tesis de grado, para optar el título de Abogado, Universidad Nacional de Pura, Perú, 2017), 21.

A principios de 1990, un grupo de personas perteneciente al Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputación mejoró esos nuevos protocolos y desarrolló el Mosaic el primer navegador que convertía el uso de Internet en algo fácil.⁹

Y a finales de los años 1990, se creó la Web cuando estableció el primer sitio web en el Centro Europeo para Investigaciones Nucleares en el Laboratorio de Física de Partículas en los límites entre Francia y Suiza, que fue cuando comenzó el boom mundial (WWW) cuya finalidad era poner en comunicación a los científicos, para intercambiar información en tiempo real a otras partes del mundo, lo cual revolucionaría el mundo de internet y marcaría un antes y un después en el desarrollo de la sociedad informática.

Entre los inventos está el protocolo de transferencia de hipertexto (http) y el Localizador Uniforme de Recursos (URL) que hicieron posible creación de una “red” infinitamente de documentos vinculados entre sí a través de una red de TCP/IP.¹⁰

Este proyecto creció al comprobar la utilidad del mismo para relacionar partes completas de estudios, gráficos, dibujos, archivos de imágenes y sonido, lo que culmina con la creación del sistema de *navegación a saltos*. Lo que generalizó su uso y fue determinante en la apertura de Internet a toda la sociedad, pues desarrolló las bases del lenguaje de marcación de hipertextos (HTML) que permite relacionar frases o elementos de un documento con otros.¹¹

Es por ello, que Internet ha provocado un mayor desarrollo a nivel mundial, incrementando la economía de cada país, ya que se está expandiendo a en nuevos mercados. Las telecomunicaciones a través de Internet suponen

⁹Alonso, *Comercio electrónico*, 12-13.

¹⁰Najarro, “*Comercio electrónico y su implicación*”, 53.

¹¹Rodríguez, “*Garantías jurídicas de los usuarios del Comercio Electrónico*”, 15.

una nueva visión de las relaciones internacionales (transfronterizas) lo que implica una disminución de los costes comerciales, la mejora de la promoción y una nueva forma de relación entre compradores y vendedores.

1.2. Antecedente histórico del comercio electrónico a nivel internacional

A lo largo de la historia aparece una forma de comercio que han ido evolucionando y adaptándose a los nuevos medios de comunicación, gracias al impulso de los avances tecnológicos.

En la década de los años setenta como una respuesta a la necesidad de intercambio de datos entre empresas y por la falta de estándares de información y del gran número de procesadores, sistemas operativos y protocolos instalados, nace el intercambio electrónico de datos (conocido por su término en inglés EDI).

El Intercambio Electrónico de Datos, es un conjunto de datos estructurados conforme a normas, para la transmisión de mensajes por medios electrónicos, es decir, es la comunicación electrónica entre dos equipos que se transfieren documentos electrónicos.¹² Por ello se dice que EDI constituye el antecedente más importante de lo que hoy como comercio electrónico.¹³

El comercio electrónico fue creado 1979 y a partir de la aparición de la WWW creadas por el creador, comenzaron las primeras tiendas online evolucionando así la venta por catálogo en 1989.¹⁴

¹²Rodrigo Alberto Plazas Estepa et al, *La regulación del comercio electrónico mundial*, 2º ed. (Editorial: TEMIS S.A, Bogotá, 2017), 8- 9.

¹³ *Ibíd.*

¹⁴Ialla Zavala Álvarez de Toledo, *“Comportamiento del consumidor en el comercio electrónico”* (Tesis de grado, para optar el título de Abogado, Universidad Pontificia de Madrid, España, 2014), 7.

El principal impulsor del comercio electrónico reside en las continuas innovaciones en tecnologías de la información que tienen su origen en los años ochenta pero que realmente se desarrollan en los noventa. Estas han reducido drásticamente el tiempo y costos de intercambiar y procesar información y han cambiado la forma de trabajar de muchas empresas.¹⁵

De acuerdo con la evolución del comercio electrónico hasta el día de hoy se ha dividido en cinco etapas:

- a) La primera fue la *etapa pre-web*, comprendida desde el año 1987 hasta 1992, en el cual surgió la primera cuenta mercantil electrónica por SWREG que es una empresa pionera en la venta de software para pagos en línea.¹⁶
- b) La segunda etapa comprende el *lanzamiento de la Web*, desde el año 1992 hasta 1997 en el cual surge el primer navegador Web comercial denominado Mosaic que en 1994 se convertiría en Netscape.

En 1994 estudiantes de doctorado de la Universidad de Stanford, diseñaron el sitio web llamado "Yahoo!" para la búsqueda de contenido de internet, organizado como un directorio temático con estructura jerárquica.

El éxito de este sitio web fue impresionante y en 1995 estos estudiantes fundaron la compañía Yahoo! Inc y con el tiempo Yahoo! se ha convertido en una red de servicios globales de internet que ofrece entre otros servicios la búsqueda y navegación de la web, servicios de internet, servicios de publicidad y marketing directo, comercio electrónico, etc.

¹⁵Ignacio Somalo Peciña, *El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online* (editorial alfaomega, ESIC, México, 2018), 14.

¹⁶Doris Oropeza, *El Comercio Electrónico y principios económico-comerciales. Instituto de investigaciones jurídicas 2ºed.* (Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, 2018),10.

Pero en el año de 1995, se comenzó a realizar comercio electrónico, ya que 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 como lo es E-bay y AMAZON, por medio de los cuales los consumidores realizaban transacciones electrónicas para la adquisición de los productos.¹⁷

Como se conoce Amazon.com es un referente importante de la breve historia del internet y uno de los modelos de comercio electrónico más analizado durante los últimos años.¹⁸

Asimismo, e-bay que fue fundada en 1995, quien decidió crear una web de subasta y la formula tuvo un gran éxito y el número de usuarios empezó a crecer notablemente. En 1998 salió a la bolsa y más tarde en el año 2002 compro la plataforma PayPal y en el 2005 Skype.¹⁹

a) La tercera etapa comprende la *era puntocom*, la cual duro desde el año 1997 hasta 2002, durante esta etapa ya existían a nivel mundial quinientos millones de usuarios conectados a internet una de las empresas pioneras ha sido Dell Computers desde el año 1997, la cual vende exclusivamente sus computadoras a través de internet siguiendo un modelo que ellos mismos denominan “Dell Direct Model”, ya que por una parte permite reducir el coste del equipo, gracias a la inexistencia de intermediarios y por otra parte permite aumentar los márgenes de beneficio de la compañía.²⁰

¹⁷Ibíd. 11.

¹⁸Alonso, *Comercio electrónico*, 11.

¹⁹Eva María Hernández Ramos y Luis Carlos Hernández Barrueco, *Manual de comercio electrónico* (Nuria Gibert, Barcelona: 2018), 19.

²⁰Alonso, *Comercio electrónico*,13.

- b) En la cuarta etapa se da el *nacimiento de Google* de 2002 hasta 2007, la cual fue un proyecto realizado en 1995, ya que por medio de su creación el marketing online se convierte en la fuerza impulsora en el comercio electrónico; en Estados Unidos, para el año 2002 eBay adquiere Paypal; en 2003 se lanza Myspace; en 2004 Facebook.
- c) En la quinta etapa *el regreso de Apple* que comprende desde 2007 hasta 2012: en 2007, se posiciona Apple, en la empresa líder en el mercado de software y equipo de cómputo, en competencia directa con Microsoft, revoluciona el mercado con el lanzamiento de importantes productos, como el iPhone.²¹

Hoy en día la experiencia de realizar comercio por los medios electrónicos ha evolucionado; ya que es por medio de internet como se obtienen intercambios comerciales entre diferentes países, donde los clientes tienen la posibilidad de realizar transacciones sin la presencia física del dinero lo que implica el uso de otras formas de pago como las tarjetas de crédito, de débito, etc.²²

1.3. Antecedentes históricos de transacciones electrónicas B2C a nivel internacional

La primera transacción electrónica en la modalidad “B2C” Proveedor-consumidor (conocido en inglés Business to Consumer) fue realizada por el invento de un inglés llamado Michael Aldrich, al permitir el procesamiento de transacciones en línea entre consumidores y empresas, Aldrich lo consiguió conectando una televisión doméstica modificada a una computadora que podía procesar transacciones a tiempo real a través de

²¹Oropeza, *El Comercio Electrónico y principios económico*, 11.

²²Roxana Silvia Murillo, “Beneficios del comercio electrónico”, *Revista economía y finanzas* n. 24 Universidad Católica Boliviana San Pablo Bolivia, (2009): 156-157.

una línea telefónica doméstica , que lo que dio nacimiento de la "televenta" que podría decirse que fue el primer tipo de ventas en línea.²³

El origen de las compras online data desde el año1979, pero en la década de los 90, la evolución de las tecnologías de información y comunicación dio lugar al nacimiento de la “era electrónica” y con ello la aparición de una nueva modalidad de comercio que entre sus múltiples ventajas permite a una gran parte del mundo hacer transacciones comerciales sin intermediarios las 24 horas del día, durante todos los días de la semana.²⁴

Una de las empresas pioneras del comercio electrónico de la modalidad B2C es Amazon.com, fue la primera librería on-line fundada por Jeff Bezos, en 1994 que “abrió sus puertas virtuales” en junio de 1995. El éxito fue notable se centró en la venta de libros por internet, posteriormente amplió su oferta de productos software, juegos de ordenador, DVD, música, juguetes.

Existen varias plataformas tecnológicas para desarrollar la modalidad B2C las más populares son: Shopify, Prestashop, Magento, WordPress y Oscommerce, ninguna es mejor que otra ya que todas tienen sus ventajas y desventajas, que serán valoradas en función de la necesidad de los productos que desea vender la empresa, el presupuesto que mantenga, los clientes frecuentes e incluso el diseño que mejor se adapte.²⁵

Estas plataformas electrónicas tuvieron auge en los años de 1995-1997 que se produjo por la expansión de internet en Estados Unidos donde la gran empresa al igual que la pequeña lograron gracias a sus páginas web comunicarse con los consumidores en tiempo real, ofrecerles catálogos

²³Blog MRW, *Este hombre es el inventor del comercio electrónico*, (España, 2019), 2.<http://blog.mrw.es/este-hombre-es-el-inventor-del-comercio-electronico/>,

²⁴Andrea Verenice Basantes Andrade et al, *comercio electrónico* 2°ed. (Editorial Ibarra, Ecuador: 2016) 17.

²⁵ *Ibíd.* 56.

completos y la manera de cómo hicieron sus pedidos y pagaron precios atractivos.²⁶

Realizar transacciones electrónicas transfronterizas B2C, permite a las pequeñas empresas que puedan expandirse, contactar a clientes en otro país sin tener que limitar su crecimiento por la situación económica para construir sucursales físicas ya que el mundo de la banca descubrió en 1999 que las transacciones en línea resultan más económicas.²⁷

1.4. Antecedentes históricos de internet en El Salvador

A partir de la inauguración de la conexión a Internet por parte de Costa Rica en abril de 1993, otros países del área centroamericana buscaron hacerlo mismo, tal es el caso del país que a partir de 1994 comenzó a gestionar ante la Autoridad de asignación de números de Internet IANA y el Centro de información de red de Internet, un conjunto de direcciones equivalentes a una clase B y la administración del dominio de Nivel Superior correspondiente a El Salvador “SV”.²⁸

En ese mismo año se creó el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) el cual estaba integrado por la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Universidad de El Salvador, Universidad Don Bosco, la Administración Nacional de Telecomunicaciones (conocida por sus siglas ANTEL) y Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (conocido por sus siglas FUSADES) con el fin de administrar los recursos tecnológicos recién adquiridos.²⁹

²⁶Najarro, *Comercio electrónico y su implicación*, 55.

²⁷Julián Nevares Montes, *E-commerce*, 2º ed, (Editorial Digital UNID, México, 2014), 27.

²⁸Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada publicaba, *El padre de internet en El Salvador* (El Salvador, 2018) 1. <https://www.renata.edu.co/visionariosrenata-rafael-lito-ibarra-el-padre-de-la-internet-en-el-salvador/>.

²⁹Santos Ercilia Aguilar Delgado et al, “*Protección al consumidor en las contrataciones transfronterizas realizadas a través de internet*” (Tesis para optar al grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador. 2010), 47.

La primera conexión a internet en El Salvador se instaló en el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de El Salvador en 1994. El ingeniero fue quien hizo la instalación con el apoyo de colegas de Guatemala y Costa Rica, es así como Internet empezó en El Salvador en 1995. *“En diciembre del 95 se conectaron por primera vez en forma dedicada explica Rafael Lito Ibarra, el pionero de la red y quien dio los primeros pasos para lograr que El Salvador ingresara a ese conglomerado”*.³⁰

La primera conexión de Internet en el país ocurrió en diciembre de 1995 en el edificio de la Administración Nacional de Telecomunicaciones ANTEL, la cual era tipo Unix to Unix CopyProgram (UUCP). Para lograr la conexión se hizo un acuerdo con UUNet, un proveedor de internet de Estados Unidos, ya que el envío o recepción de los correos no era instantáneo, porque el servidor de El Salvador se conectaba cada media noche con los servidores de UUNET (Hoy Verizon Business) para sincronizar los correos entre El Salvador y Estados Unidos, por lo que para enviar o recibir un correo electrónico podían pasar hasta 24 horas.³¹

Las primeras conexiones dedicadas a Internet se establecieron con la ayuda de la Red Hemisférica Universitaria de ciencia y Tecnología de la OEA (Organización de Estados Americanos). Estas conexiones se establecieron con Sprint y Racsa (Radiográfica Costarricense) que permitió que los primeros sitios web se alojaran en servidores ubicados en el país.

En 1996 aparecen los primeros sitios web nacionales uno de ellos fue @es.com.sv, un sitio manejado por ANTEL que ofrecía el servicio de correo

³⁰Asamblea Legislativa *El foro permanente de conferencias sobre la informática en El Salvador, una reflexión mirando al futuro*, (El Salvador, en el FPCAL, 2016), <https://www.asamblea.gob.sv/node/2413>.

³¹Listasal, *Historia del Internet en El Salvador Parte 1*, (El Salvador, 2009) 1. <http://blog.listasal.info/2009/04/historia-del-internet-en-el-salvador.html>.

electrónico y algunos enlaces hacia algunas instituciones que también estaban conectadas a internet. Otro de los primeros sitios fue svnet.org.sv, que también sería encargado de gestionar los dominios que identifican a El Salvador en Internet.³²

La primera dirección de correo electrónico que se registró en El Salvador fue ribarra@di.uca.edu.sv esta dirección pertenecía a Rafael Lito Ibarra, conocido como el “Padre de la Internet” en El Salvador.³³

En febrero de 1996 ANTEL completó la instalación de los primeros enlaces dedicados a Internet como el de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas y el de la Universidad Don Bosco. El siguiente mes se crearon los sitios Web de SVNet y la página principal de El Salvador (www.sv) convirtiéndose así en los primeros sitios Web de El Salvador que residían en un servidor ubicado físicamente en el país.³⁴

En 1998, tres años después de que El Salvador se conectara a Internet en forma directa y dedicada, se dio el proyecto “Infocentro”, esta iniciativa resultó ser destacadas para la transición de la población hacia la Sociedad del conocimiento, su ejecución se desarrolló en los años 1999–2009, ya que se implementó el web mail infocentros.org.sv, el primer servicio de correo electrónico gratis en El Salvador, que alcanzó más de 32 mil usuarios activos.

En el año 2000 nace la propuesta de Telemóvil de ofrecer internet gratis a los usuarios, cancelando únicamente el costo del impulso telefónico y pronto otras empresas siguieron la misma estrategia.³⁵

³²La Prensa Gráfica *Acerca del autor*, (El Salvador, 2019), http://blogs.laprensagrafica.com/litoibarra/?page_id=2,

³³Carlos David Escolar *Historia del Internet en El Salvador*, (El Salvador, 2017). 1. <https://medium.com/@carl.d/historia-del-internet-en-el-salvador-53fc94ba508c>.

³⁴Aguilar, “*Protección al consumidor*”, 48.

³⁵Escolar *Historia del Internet en El Salvador*, 1.

Entre algunos de esos primeros proveedores de internet en El Salvador se puede mencionar los siguientes: Telecam, Newcom, Intercom CTE, Antel Telecom, Telemóvil, Convergence, la mayoría de estos proveedores fueron declarado en quiebra o se fusionaron con otras empresas.³⁶.

1.5. Antecedentes del comercio electrónico en el salvador

El comercio electrónico en El Salvador surge en el año de 1998 y se manifiesta como una forma de vender o comprar bienes en Internet, para ese año el país contaba con dieciséis proveedores de conectividad a Internet ofreciendo distintas, modalidades, prestaciones, precios y configuraciones. Además, se establecieron más empresas nacionales dedicadas a diseñar, mantener y alojar sitios Web haciendo uso de las técnicas más diversas y actualizadas el crecimiento de Internet en El Salvador ha sido exhaustivo, debido a las constantes innovaciones.³⁷

En ese mismo año, surgieron al menos tres sitios nacionales que hicieron posible el comercio electrónico desde El Salvador entre los cuales están:

- a) Farmacia.com.sv: Sitio en el cual se ofrecían productos farmacéuticos y certificados de regalos.
- b) Almacenes Siman: en el año de 1999 se convirtió en pionero del Comercio Electrónico en El Salvador al abrir operaciones a través de su sucursal virtual: www.siman.com.sv. Empresa a Consumidor (B2C).³⁸

³⁶Oskar Francisco Aguilar Masinet al, "*Impacto del uso de los medios de comunicación en las organizaciones salvadoreñas, como estrategia de comunicación hacia diferentes públicos*" (Tesis para obtener el grado de Técnico en Relaciones Publicas, Universidad Tecnológica de El Salvador, 2017) ,23.

³⁷Sandra Guadalupe De Paz Portillo et al, "*Operaciones de comercio electrónico y su incidencia tributaria*" (Tesis Para optar al grado de Licenciado en Contaduría Pública, Universidad de El Salvador, 2010), 4.

³⁸Ibíd.

El cual fue fundado en 1921 siendo el primer almacén por departamentos que se dio a conocer en el país y conforme fueron pasando los años, se les presentó la oportunidad de ampliar sus operaciones abriendo almacenes en Nicaragua, Costa Rica y Guatemala.

Las herramientas utilizadas por esta empresa son: Carrito de compras integrado a un diseño práctico y completo, acepta las tarjetas de crédito Visa, Master Card, American Express y Credisimán la cual es la tarjeta propia del almacén, el sitio siman.com está respaldado por VeriSing, una empresa especializada en seguridad informática que ofrece protección de redes, firewalls y antivirus.

Todoticket El Salvador: Es Empresa a Consumidor (B2C) y Empresa a Empresa (B2B), la cual utiliza la tecnología para la elaboración y venta de tickets, brazaletes y gafetes de alta seguridad para el desarrollo de cualquier evento, tanto para clientes corporativos y consumidores finales, para estos últimos las transacciones comerciales se realizan en medios tradicionales como los kioskos ubicados en centros comerciales y mediante la venta en el sitio web todoticket.com, cuenta con presencia en El Salvador, Costa Rica y Guatemala.³⁹

El comercio electrónico en El Salvador ha tenido un crecimiento exhaustivo aumentando ventas electrónicas de los empresarios locales, ya que en la actualidad es una práctica reconocida en el país sobre todo en la realización de compras a través de la Internet de bienes y servicios de consumo masivo por parte de consumidores individuales la mayor parte de comercio electrónico que se ha desarrollado tiene que ver con procesos de mercadeo y publicidad donde las empresas tienen una página o su sitio en la web.

³⁹Ibíd.

1.6. Antecedentes históricos de transacciones electrónicas B2C en El Salvador

En El Salvador uno de los pioneros que desarrollo la modalidad B2C es Héctor Maida quien creó latienda.com.sv, tiene sus inicios a partir de 1999 cuando se crea la primera tienda electrónica salvadoreña se convirtió en uno de los portales virtuales más grandes de este rubro.

a) Latienda.com.sv: El sitio ofrecía una diversidad de libros, música y artesanías salvadoreñas. empresa a consumidor (B2C)

La cual Inició en noviembre 1999, como una asociación entre un salvadoreño residente en Nueva York y una empresa establecida en El Salvador los cuales se encargan del abastecimiento de productos como: artesanías, flores, libros y CD's de música salvadoreña y de la entrega de dichos productos al consumidor final, con el tiempo se han mantenido a través de una atención personalizada, variedad de productos y un control de los costos, únicamente el 20% de sus ventas totales se realiza en El Salvador, en contraste con el 80% restante que proviene de Estados Unidos, Canadá, Italia, Alemania y Suecia.⁴⁰

b) Eduviges.com.sv: En este sitio se encontraba la historia de la empresa y los productos que eran ofrecidos al público. Empresa a Consumidor (B2C).

Tras su fundación en 1955, Panadería Santa Eduvigis en los últimos años han incursionado con la venta en línea, ya que los productos son comprados por parte de los salvadoreños que residen en Estados Unidos

⁴⁰Patricia Lisseth Amaya Alvarado et al, "*Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales*" (Tesis Para optar al grado de Licenciatura en Mercadotecnia, Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador, 2011), 33.

y Canadá. Las herramientas que utiliza son: el carrito de compras con un software denominado CCnow, el cual se encarga de la facturación y procesamiento de la ordenel cual acepta tarjetas de crédito y Paypal.⁴¹

La transacción electrónica B2C ha tenido un crecimiento en el país, ya que es la única modalidad adoptada y regulada por la defensoría del consumidor, por lo cual su desarrollo ha sido de mucho impacto en la sociedad ya que hoy en día son más los proveedores que adoptan la modalidad.

1.7. Conclusión

Después de haber analizado este capítulo se dio cumplimiento a uno de los objetivos de conocer los antecedentes históricos que fueron producto de los esfuerzos realizados por el país en el desarrollo de los avances tecnológicos, facilitado por la red abierta denominada Internet, que fue la base para la realización de las transacciones electrónicas B2C a nivel nacional e internacional en relación a la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de medios electrónicos, la cual ayuda al desarrollo económico de cada país, ya que sus productos puedan incursionar en diferentes mercados a nivel mundial, el comercio electrónico ha puesto a discusión la necesidad de la eliminación de las tiendas físicas y barreras comerciales entre los distintos países, ya que en la actualidad son diversas las empresas que optan por tener un espacio en internet para colocar sus productos, obteniendo como resultado el incremento sus ingresos. En el Salvador la evolución de internet y del Comercio Electrónico es sin duda una manera de hacer negocio sin necesidad de realizar grandes inversiones y poder hacerlo directamente de tu casa u oficina siempre y cuando se cuente con una conexión a internet.

⁴¹Ibíd. 34.

CAPITULO II

GENERALIDADES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el presente capítulo se desarrollan las generalidades del comercio electrónico, con el propósito de dar a conocer al lector los diferentes aspectos básicos para una mejor comprensión sobre el impacto que ha tenido en el proceso de globalización, convirtiendo al mundo en un lugar más pequeño donde los proveedores ofrecen sus productos o servicios por medio de sitios web sin la necesidad de tener un establecimiento físico para ofrecer sus productos, es por ello que los beneficios del comercio electrónico se extienden al bienestar general de la sociedad.

A continuación se desarrollan los siguientes contenidos: las diferentes nociones conceptuales de comercio electrónico, la diferencia de los términos e-commerce y e-business, los sujetos que interviene en el comercio electrónico, las características, sus ventajas y desventajas al realizar este tipo de comercio, estableciendo los tipos de comercio electrónico y las modalidades que existen, sus medios de pago, así como las generalidades de los contratos por medios electrónicos y sobre los problemas de jurisdicción al momento de una controversia transfronteriza, todo ello a fin de lograr un conocimiento claro y preciso sobre ventajas y desventajas de las transacciones electrónicas.

2. Generalidades

2.1. Nociones conceptuales de comercio electrónico

El comercio electrónico ha tenido trascendencia a nivel mundial ya que ha permitido a los consumidores y proveedores el acercamiento para realizar

transacciones de forma electrónica, rompiendo barreras en el tiempo y espacio, facilitando la comunicación entre las partes intervinientes, teniendo como resultado un impacto favorable en el desarrollo de la sociedad.

Por lo tanto, el comercio electrónico es toda forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet, es decir que se deben de incluir las actividades previas y posteriores a la venta, englobando así todas las fases de negocios empresariales que abarcan la publicidad, la búsqueda de información sobre productos, comparación de precios, la atención al cliente antes y después de la venta , la distribución de los bienes y servicios adquiridos y los pagos electrónicos.⁴²

El término comercio electrónico, era sinónimo de compra electrónica sin embargo actualmente se ha extendido y abarca todos los aspectos de los procesos de mercado y empresa habilitados por internet y otras redes telemáticas.⁴³

Definir comercio electrónico puede parecer una cosa sencilla, pero no hay tanto consenso al respecto. Para algunos el e-commerce se limita al cobro online o al intercambio de datos necesario para confirmar una compra por medios telemáticos.⁴⁴

La Organización Mundial del Comercio lo define como *“La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos”*.⁴⁵

⁴²Rocío Resello Moreno, *El comercio electrónico y la protección de los consumidores 2° Ed*, (Editorial Cedecs Derecho, Barcelona, 2001),15.

⁴³Marcial Herrero Jiménez, *“La Protección del consumidor transfronterizo intracomunitario en el comercio electrónico”* (Tesis de doctorado, Universidad de Extremadura, 2016), 519.

⁴⁴Somalo, *El comercio electrónico: Una guía completa*, 13.

⁴⁵Oropeza, *El Comercio Electrónico y Principios Económico*, 2.

El comercio electrónico forma parte de un proceso social caracterizado por:⁴⁶

- a) Globalización de los mercados
- b) Economía basada en conocimiento de la información
- c) Omnipresencia de la tecnología

Un mayor número de proveedores han decidido lanzarse a vender sus productos a través de internet motivadas por la caída de las tiendas físicas y el incremento de ventas en los negocios online, ya que la mayor parte del e-commerce consiste en la venta y compra de productos o servicios entre proveedores y consumidores.⁴⁷

2.2. Diferencia de los términos (e-commerce) y (e-business)

Los términos de comercio electrónico (E-commerce) y de negocio electrónico (E-Business) a menudo se utilizan indistintamente y en realidad son muy diferentes.

El término de comercio electrónico no se debe confundir con el e-business, ya que este abarca las operaciones de e-commerce, así como la organización del negocio en general, mediante la utilización de las tecnologías de la información y comunicación. Una de las áreas del e-business es el e-commerce, que consiste básicamente en vender productos por la Web.⁴⁸

⁴⁶José Luis Castillo Sequera et al, *Comercio electrónico y aspectos prácticos de implementación con magento* (Editorial Universidad de Alcalá, España, 2015), 27.

⁴⁷Carmen Arenal Laza, *Comercio electrónico, comercio online* 3ªed, (Editorial Logroño España, 2016), 41.

⁴⁸Rodríguez, "Garantías jurídicas de los usuarios del Comercio electrónico",35.

El e-commerce cubre los procesos por los cuales se llega a los consumidores y proveedores incluyendo actividades como venta, marketing, ordenes de pedido, entrega, servicios al consumidor. Sin embargo, e-business incluye al e-commerce y los procesos internos de producción, administración de inventarios, administración de riesgos, finanzas, desarrollo de estrategias.⁴⁹

El e-commerce implica una transacción de bienes y servicios realizada completamente en línea y a través de redes electrónicas como el Internet. Por consiguiente, el e-commerce es un componente más del e-Business ya que apoya, facilita y magnifica los procesos de un negocio.⁵⁰

El desarrollo de las estrategias e-business se basan en Intranet ya que representa la parte inteligente de la empresa. Su objetivo es organizar el trabajo con el fin de que la empresa sea más productiva, rentable y competitiva. Para que este sistema funcione y cumpla su objetivo es importante identificar a todos los miembros de la empresa comunicarles la misión, los objetivos, los procesos de gestión, y promover un tipo de cultura on-line en la que todo esté integrado y donde la participación de los miembros de la organización sea esencia.⁵¹

Y de Extranet, ya que es la red de colaboración que se ejecuta a través de las tecnologías de Internet vinculando su negocio con proveedores y clientes, u otros negocios que compartan fines comunes. A través de Extranet los usuarios externos acceden a información de Intranet, para proteger la información confidencial de las empresas existe el servicio "firewall", que protege las redes internas de los ataques de personas no autorizadas.⁵²

⁴⁹Castillo, *Comercio electrónico y aspectos prácticos*, 37.

⁵⁰Basantes, *Comercio Electrónico*, 20- 21.

⁵¹Malca. *Comercio electrónico*, 30.

⁵²Ibid. 31.

2.3. Diferencia del comercio electrónico (por internet) con comercio tradicional (convencional)

Hoy en día los proveedores han decidido lanzarse a vender sus productos a través de internet motivados por la caída de las tiendas físicas y el incremento de ventas en los negocios que se caracterizan por no necesitar un lugar físico, sino simplemente un sitio en internet y este riesgo hace que se requiera una inversión mínima para el establecimiento de estas empresas.

El comercio electrónico tiene características peculiares que lo diferencian del comercio convencional los cuales van desde la forma en que se inicia hasta que se concreta la negociación, así como la entrega del bien objeto. El comercio electrónico se diferencia por lo siguiente:⁵³

- a) Es un comercio abierto las veinticuatro horas durante los siete días de la semana (sin gastos adicionales). Un comercio que continuamente busca y registra potenciales clientes.
- b) La posibilidad de realizar las transacciones de forma instantánea, mediante la verificación en tiempo real, lo que maximiza su disponibilidad de fondos.
- c) Por medio del comercio electrónico una empresa puede obtener clientes del otro lado del país, sin tener que reunirse o conocerse personalmente para llevar a cabo la negociación.
- d) El número de participantes limitados del comercio tradicional se vuelve ilimitado mediante el comercio electrónico por internet, dado que no

⁵³Heriberto Simón Hocsmán, *Negocios e internet*, 3ªed, (editorial Astrea, Buenos aires, 2005), 7.

existen barreras ni fronteras que puedan frenar la expansión, participando en todo tipo de individuo, conocido o desconocido, sean las personas, entidades públicas o privadas, generándose así acuerdos entre proveedores y consumidores.

El Comercio tradicional se basa en la interacción entre un vendedor físico y un comprador en un lugar determinado también físicamente, el contacto entre ambos permite que el vendedor tenga un mayor conocimiento de las necesidades del cliente y por lo tanto pueda utilizar las herramientas necesarias para atraerlo hacia su establecimiento.

En cambio, el comercio electrónico se fundamenta en las nuevas tecnologías, ya que permite que las transacciones comerciales se realicen sin importar el lugar físico donde se encuentren el comprador y el vendedor e incluso que la transacción por medio de internet se lleve a cabo en distintos momentos en el tiempo.⁵⁴

El Comercio electrónico con el comercio tradicional se diferencian en :

- a) La forma en que los productos, los servicios e incluso la información es presentada vendida e intercambiada.
- b) El comercio electrónico vía internet se infiltra en nuevos mercados, descubre o crea nuevos canales de venta o se acerca a los clientes a través de nuevos canales de comunicación. El tamaño de la empresa no juega un papel muy importante, ya que todas tienen las mismas oportunidades, ya que tienen acceso a internet.⁵⁵

⁵⁴Daysy Kattia Díaz Ydones et al, “*Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en diversos distritos de lima metropolitana*” (Tesis para obtener el grado de Licenciadas en Gestión con mención en Gestión Empresarial, Pontificia Universidad Católica del Perú ,2015), 20.

⁵⁵Castillo, *Comercio electrónico y aspectos prácticos*, 25.

2.4. Sujetos que interviene en el comercio electrónico

2.4.1. Consumidor

Una primera aproximación al concepto, desde el punto de vista económico, se considera “consumidor” aquella persona que adquiere bienes para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades personales o familiares, estando protegida legalmente contra situaciones que vulneren sus derechos.⁵⁶

- a. Concepto abstracto de consumidor: incluye a todos los ciudadanos los cuales se deben de proteger en su fin o anhelo de mejorar su calidad de vida enlazando así con la idea fundamental contenida en el discurso del presidente Kennedy de 1962.
- b. Concepto concreto de consumidor: es necesario distinguir dos tipos de nociones: una amplia, que identifica al consumidor con el “*cliente de productos y/o servicios*” y otra estricta, que se refiere al “*consumidor final*”, es decir a la persona física o jurídica que haya adquirido un producto aun no habiéndolo adquirido personalmente, siempre que sea destinado a sus necesidades personales y nunca para su empresa.⁵⁷

En la Ley de Protección al Consumidor, Art. 3 literal a, se define al consumidor de la siguiente manera: “*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*”.⁵⁸

⁵⁶Jiménez, “*La Protección del consumidor*”, 37.

⁵⁷ *Ibíd.*39.

⁵⁸Ley de Protección al Consumidor (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2005).

2.4.2. El proveedor

Se refiere al prestador de servicios como cualquier persona física o jurídica que produzcan, importen, distribuyen o comercialicen cosas o presten servicios a consumidores o usuarios, es decir que desarrolle actividades económicas como el intercambio de bienes o prestación de servicios.⁵⁹

En ese sentido, la Ley de Protección al Consumidor en el Art. 3 literal b lo define de la siguiente manera: *“Proveedor: Toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, suministro, construcción, distribución. Alquiler, facilitación, comercialización o contratación de bienes, transformación, almacenamiento, transporte...”*⁶⁰

2.5. Características del comercio electrónico

Disponibilidad: el comercio electrónico está disponible en cualquier lugar con acceso a internet y las veinticuatro horas se puede comprar por medio de la computadora o por medio de dispositivos inteligentes.

Estándares universales: los estándares técnicos de Internet y del comercio electrónico son universales, se comparten en todas las naciones alrededor del mundo. Esto permite reducir a los vendedores los costos de introducción de sus productos al mercado y a los consumidores reducir el costo de búsqueda del producto que se adecúa a sus necesidades.

Densidad de la información: La tecnología reduce los costos en la información, almacenamiento, procesamiento y comunicación e incrementa la calidad oportunidad, seguridad y tiempo de acceso en la misma, en un

⁵⁹ Jiménez, “*La Protección del consumidor*”, 527.

⁶⁰ Ley de Protección al Consumidor.

ambiente de comercio electrónico, los precios y costos son “más transparentes” y accesibles a los clientes, permitiéndoles la habilidad para diferenciar sus productos en términos de costo, marca y calidad.

La personalización: permite a los vendedores dirigirse en forma rápida y directa a sus clientes de una manera personalizada, por ejemplo, enviar mensajes con su nombre, ofreciendo productos o servicios, de acuerdo a preferencias de usos del cliente, haciendo referencias a compras anteriores.⁶¹

2.6. Ventajas del comercio electrónico

Para los empresarios genera ventajas el comercio electrónico transfronterizo, ya que les da la oportunidad de conectar con clientes muy alejados físicamente de sus centros de producción o de negocio, ampliando exponencialmente su clientela sin limitaciones fronterizas. Además, ofrece grandes oportunidades sobre todo para el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, así como las inversiones en innovación y la mejora de la competitividad.⁶²

2.6.1. Las ventajas para la empresa se van a agrupar en tres fundamentales

2.6.1.1. Aumento de las ventas y la competitividad

Expandir el mercado: para que una empresa realice sus transacciones online debe tener en cuenta que está compitiendo con otras y para ello debe contar con amplios mercados, debido a que el mercado solo está

⁶¹Basantes, *Comercio Electrónico*, 25-26.

⁶²Rafael Illescas Ortiz, *Derecho de la contratación electrónica* (Cívitas, Madrid, 2000), 18.

delimitado por la cobertura de la red lo cual permite el desarrollo de un negocio.⁶³

Efectuar transacciones comerciales directas: Internet posibilita el vender siete días a la semana durante veinticuatro horas al día efectuando transacciones comerciales en cualquier momento, además facilita la creación y el mantenimiento de la clientela, ya que por medio de internet se permite ofrecer un mejor servicio pre y posventa, poseer un mayor y mejor conocimiento de las necesidades de los clientes, mantenerle informado de la existencia de nuevos productos, accesorio.

2.6.1.2. Reducción de costes

Eliminar una parte del material impreso: catálogos, folletos, comunicados, entre otros, ahorrando costos y reduciendo el presupuesto destinado a marketing, además reducir los costes de personal de ventas, gastos de tiendas, alquileres por lo que ya no es necesario poseer una numerosa fuerza de ventas ya que dicha labor puede verse apoyada o parcialmente sustituida por un sitio Web.

2.6.1.3. Mejora de las comunicaciones

Posibilita el dirigir las acciones de marketing en general y de comunicación en particular a millones de consumidores conectados: Permite el acceso a todos los clientes en línea a fin de notificarles electrónicamente una oferta o acción promocional, el sondeo electrónico a la clientela y la recepción de sugerencias de los clientes sobre cómo mejorar la línea de bienes o servicios; elimina a las empresas la necesidad de establecer redes de

⁶³José María Anteportamlatinam Valero, “*Relevancia del e-commerce para la empresa actual*” (Tesis para obtener el grado de Administración y dirección de empresas, Universidad de Valladolid, 2014),43-44.

distribución y tiendas físicas, ya que por medio de internet se logra la cercanía con consumidores de diferentes países, sin duda un círculo que beneficia a empresas y consumidores.⁶⁴

El comercio electrónico favorece a los consumidores, los cuales gozan de una mayor celeridad debido a la rapidez del proceso de selección y compra, celeridad en el proceso de selección del producto, obtener ahorro.⁶⁵

2.6.2. Las ventajas relevantes para los consumidores son las siguientes

Comodidad de la compra (utilidad y usabilidad): en el nuevo modelo de compra ya no es necesario que el consumidor se desplace hasta el establecimiento del vendedor para efectuar la transacción, con los beneficios de poder realizar la compra en el horario que desee.

Posibilidad de adquirir productos de difícil acceso: por Internet se pueden localizar proveedores que antes no podían acceder por factor localización, brindando mayor facilidad en el proceso de obtención de información y evaluación de las alternativas, características, precios de compra y con las herramientas adecuadas para realizar las fases previas a la compra.

Servicios de compra comparativa: Algunos sitios ofrecen servicios de compra comparativa, los cuales facilitan la localización de una gama de productos en una serie de tiendas electrónicas especializadas, los más avanzados permiten además la comparación entre características de productos similares, incluyendo críticas, sugerencias, etc.⁶⁶

⁶⁴Oropeza, *El Comercio Electrónico y Principios Económico*, 3-4.

⁶⁵Gema Alejandra Botana García, *Comercio electrónico y Protección de los Consumidores* (Editorial La Ley, Madrid, 2001),58.

⁶⁶Anteportamlatinam, "Relevancia del e-commerce para la empresa actual", 46.

2.7. Desventajas del comercio electrónico

2.7.1. El comercio electrónico proporciona ventajas entre las cuales se puede mencionar

- a) Falta de seguridad, estandarización, fiabilidad que son difíciles de asegurar en internet, ya que se pueden dar fraudes informáticos.⁶⁷
- b) Insuficiente amplitud de área de comunicación: la red se enfrenta a serios problemas de cobertura, circulación y falta de suficiencia en la transmisión de datos debido al rápido crecimiento de usuarios conectados, ya que la red de la tecnología se desarrolla rápidamente, por lo que surge la necesidad de una mayor amplitud de área y consecuentemente de velocidad en la transmisión de datos.
- c) Falta de legislación, no existe una legislación que determine las reglas en el comercio electrónico, la legalidad de un contrato electrónico, los problemas de jurisdicción en los casos de controversia transfronterizas online que no están resueltos, ya que la legislación en estos aspectos está a cargo de cada país.

2.8. Tipos de comercio electrónico

2.8.1. Directo

Se considera que es directo cuando se ejecutan todas las fases del contrato por medio de la red online tanto el pedido, pago y suministro de los bienes intangible son entregados vía electrónica, por ejemplo: la venta de software o programas informáticos, servicios de información de cualquier tipo,

⁶⁷Castillo, *Comercio electrónico y aspectos prácticos*, 36-37.

bibliotecas electrónicas, juegos, bases de datos, se estará en presencia de comercio directo.⁶⁸

2.8.1. Indirecto

Es indirecto cuando la ejecución del contrato se realiza off line, es decir fuera de la Red ⁶⁹, y consiste en adquirir el servicio o producto vía online, pero la entrega de los bienes tangibles que son suministrados a través de los canales o vías tradicionales de distribución, como el servicio de correos o servicio de mensajería. Algunos ejemplos podrían ser la compraventa de libros, mp3 players, entre otros.⁷⁰

2.9. Modalidades de transacciones electrónicas

Según la relación que se produce entre las partes que intervienen en transacciones electrónicas se puede distinguir varias categorías de comercio electrónico. En el mercado existen diferentes tipos de modalidades de comercio electrónico de acuerdo a las partes que intervienen en la relación de consumo:

2.9.1. Comercio electrónico B2B

Esta modalidad comprende por las transacciones de comercio digital de negocio a negocio.⁷¹ Se define al concepto de business to business (negocio a negocio) en donde se realiza la transacción comercial únicamente entre empresas que están en Internet, sin la intervención de

⁶⁸Patricia Lisseth Amaya Alvarado et al, "*Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales*" (Tesis para optar al grado de Licenciatura en Mercadotecnia, Universidad Dr. José Matías Delgado, 2011), 17.

⁶⁹Herrero, "*La Protección del consumidor transfronterizo*", 524-524.

⁷⁰Amaya, "*Herramientas de Comercio Electrónico*", 17.

⁷¹Oropeza, *El Comercio Electrónico y Principios Económico*, 11-12.

consumidores, se da a conocer propuestas de venta y negociación de precios, cierre de ventas y despacho de pedidos, esta modalidad de comercio permite ahorrar tiempo y costo para participar en este tipo de comercio electrónico, se debe tener experiencia en el mercado, ya que la relación entre las dos empresas tiene como principal objetivo vender la pieza final al consumidor.⁷²

2.9.2. Comercio electrónico C2C

Este tipo de modalidad se conoce como consumer to consumer (consumidor a consumidor). Este proceso de negocio ha evolucionado de forma acelerada con el uso de las redes sociales y el acceso a Internet al momento se gestionan redes de productos y servicios en donde el consumidor final adquiere al consumidor inicial los productos y genera una nueva utilidad a precios económicos.⁷³

2.9.3. Comercio electrónico B2C

Es conocido como business to consumer (negocio a consumidor) es una modalidad, donde la relación de consumo es entre consumidor y empresa que oferta productos, con el objetivo de vender bienes y servicios, actualmente el más utilizado por las personas que desean adquirir productos o servicios a través de una tienda virtual del Internet. El comercio electrónico B2C, comprende todas las transacciones online realizadas entre una empresa y el consumidor que va desde la selección del producto, entrega, pago, cobro, eventuales devoluciones, quejas.

Las principales características que suele tener es el posicionamiento SEO o SEM para aparecer adecuadamente en las búsquedas de internet ya que

⁷²Basante, *Comercio Electrónico*, 44- 45.

⁷³ *Ibíd.* 60.

la competitividad es muy elevada, el sistema de pago suele ser anticipado mediante tarjeta de crédito, las entregas de los productos pueden hacerse a domicilio y con plazos de entrega muy cortos.⁷⁴

Las ventajas son numerosas entre las principales están: el cliente accede a la tienda virtual desde cualquier parte del mundo a través de un dispositivo electrónico, permite que los precios y oferta de los productos estén actualizados de manera constante, las empresas no necesitan abrir sucursales o puntos de venta nacionales e internacionales, esto permite que los gastos se distribuyan en el uso de herramientas tecnológicas para mejorar aspectos como: la seguridad de la información, en especial con el tema de pagos en línea, el proceso de envío y entrega, establecer canales de marketing y promoción, aspectos legales de contratos comerciales y garantía del producto o servicio.⁷⁵

En la modalidad B2C el consumidor tiene frente a la empresa una posición de desventaja tanto económica como de negociación, ya que en las otras dos modalidades ambas partes se encuentran en posiciones iguales unos frente a otros, al momento de la transacción y en esta modalidad el consumidor al adquirir el bien lo hace como consumidor final para su uso personal.⁷⁶

2.9.4. Comercio electrónico B2E

Es la relación comercial entre la empresa y sus empleados se conoce como business to employee (negocio a empleado) que son las ofertas que la propia empresa puede ofrecer a sus empleados desde su tienda en línea

⁷⁴Hernández, *Manual de comercio electrónico*, 24.

⁷⁵Basantes, *Comercio Electrónico*, 55.

⁷⁶Patricia Carolina Pineda Cuellar, "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), 47.

ofertas atractivas que ayudaran a una mejora en el desempeño laboral; este tipo de comercio electrónico se ha convertido en un tema novedoso entre empresas para generar competencia entre sus empleados.

2.9.5. Comercio electrónico G2C

Es entre el gobierno - consumidores, la relación existente entre gobiernos, municipalidades y los consumidores para ejecutar un proceso comercial o de negocios, por ejemplo: cuando los ciudadanos realicen sus trámites en línea a través de un portal, pago de impuestos, multas, en donde se puede acceder a la información en línea en cualquier momento.⁷⁷

2.10. Medios de pago del comercio electrónico

Los medios de pago para realizar transacciones electrónicas son variados depende del nivel de seguridad que el cliente y administrador de la tienda online desea aplicar a través de la red, así como de las posibilidades de conocimiento del cliente, debido a las inseguridades de los consumidores en relación a los medios de pago por la permanente, ya que cada vez está más consolidada la gestión de fraude que existe en Internet, por lo que se requiere la aplicación de procesos de pago para generar confianza en sus clientes. Entre las principales formas de pago que utiliza e-commerce son:

2.10.1. Tarjetas de crédito

Es la forma de pago más usual en el e-commerce, este tipo de pago es online si la compra es internacional se debe contar con una tarjeta de crédito habilitada para este efecto, el comprador debe de saber que los bancos cobran una comisión por el uso de la tarjeta de crédito.⁷⁸

⁷⁷Ibíd.63

⁷⁸ Ibíd. 71 - 72.

2.10.2. Dinero electrónico

El dinero en efectivo es considerado dinero electrónico, algunas empresas permiten que el comprador deposite su dinero en una cuenta bancaria para adquirir artículos en Internet, el consumidor recibirá un número codificado por cada compra, le permitirá realizar transferencias de este dinero electrónico al usuario vendedor, a su vez el vendedor canjea este dinero electrónico en el banco por dinero real.⁷⁹

2.10.3. Transferencia bancaria

En esta modalidad de pago de tipo offline debe existir confianza entre el comprador y el vendedor, ya que el comprador debe realizar una transferencia en la cuenta que indique el vendedor, luego se gestionará el pedido del comprador.

2.10.4. Cheques electrónicos

Esta forma de pago puede ser procesada de igual forma que un cheque físico, siempre con la precaución de emitirlo con la cifra exacta; los cheques electrónicos cuentan con una firma digital y un certificado adjunto para garantizar la compra online.

2.10.5. PayPal

Esta plataforma permite pagar en sitios web, realizar transferencias de dinero en Internet, para ello la empresa requiere el registro del cliente en su sitio web el cual le otorgan servicios como suscripción a pagos periódicos, realizar el pago desde una cuenta bancaria o incluso que el

⁷⁹Hernández, *Manual de comercio electrónico*, 31.

dinero se deposite en la propia cuenta de PayPal, esta empresa garantiza la protección de la información de su tarjeta de crédito con sistemas de seguridad y prevención de fraudes pero también este tipo de pago que es online tiene un coste adicional por concepto de comisión.⁸⁰

2.11. Generalidades de los contratos por medios electrónicos

En sentido estricto, *los contratos electrónicos son aquellos que se perfeccionan, mediante un intercambio electrónico de datos de ordenador a ordenador. Mientras que en su noción general incluye a todos los contratos celebrados por medios electrónicos.*⁸¹

Por lo tanto, la contratación electrónica por medios digitales es la que se lleva a cabo desde la formación del consentimiento hasta la ejecución del contrato mediante dispositivos electrónicos que se comunican interactivamente por canales de red basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados, con el fin de crear, modificar, transferir, conservar o aniquilar derechos.⁸²

En los contratos electrónicos se presentan diferentes desafíos en ellos se encuentran los problemas al determinar el momento y lugar en que se forma el consentimiento, la legislación que se va aplicar.⁸³

La celebración de los contratos electrónicos se concreta a través del correo electrónico o bien por medio de los contratos adhesión donde una de las

⁸⁰ *Ibíd.* 35.

⁸¹ Luciana Beatriz Scotti, *Contratos electrónicos* 3º ed. (Editorial Eudeba, Buenos Aires, 2016), 64.

⁸² Claudia Esther Portillo de Arévalo, “*Necesidad de Regulación Jurídica en El Salvador, de los Contratos Electrónicos*” (Tesis para optar en grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, 2003), 43.

⁸³ Leonardo B. Pérez Gallardo. *Contratación electrónica y protección de los consumidores una visión panorámica* (Editorial Reus, Madrid, 2017), 34. <https://elibro.net/es/ereader/ujmd/46667>.

partes fija las cláusulas y la otra se adhiere sin tener posibilidad de modificar, a través de estos el vendedor realiza una oferta, la cual puede ser aceptada o rechazada por el comprador.

En este momento se perfecciona el contrato y surgen derechos y obligaciones entre los contratantes.⁸⁴ Por lo cual en los contratos electrónicos se tiene que regular todos los aspectos que las partes han acordado, por el principio de la autonomía de la voluntad, debido a que se lleva a cabo desde la formación del consentimiento hasta la ejecución del contrato, mediante dispositivos de enlaces electrónicos.⁸⁵

2.11.1. Definición del contrato de compraventa

Se considera que el comercio electrónico se exterioriza por medio del contrato de compraventa, y constituye el acto de comercio, por medio del consumidor que compra productos o servicios al proveedor en línea.⁸⁶

Por lo tanto, son *“acuerdos de voluntades celebrados entre dos o más personas distantes una o unas de otras, generadas a través de un medio electrónico y dirigido a crear obligaciones entre ellas”*.⁸⁷

Las razones que motivan a los consumidores a contratar vía electrónica se deben a la comodidad y disponibilidad de los productos ofertados la facilidad y rapidez para acceder a la información relativa a productos y servicios que se ofertan, desde pantalla de la computadora para conocer el producto o servicio del mercado y adquirirlo.

⁸⁴Portillo, “Necesidad de Regulación Jurídica”, 43.

⁸⁵Rodolfo Fernández Fernández, *El contrato electrónico: formación y cumplimiento* 4°ed, (Editorial J.M. Bosch editor, Barcelona: 2013), 49.

⁸⁶Sandra Camacho Clavijo, *Partes intervinientes, formación y prueba del contrato electrónico* (Editorial Reus, Madrid: 2005), 24.

⁸⁷Miguel Ángel Moreno Gavarrete, *contratación electrónica* (Ediciones Jurídicas y Sociales S.A, Madrid: 2003), 31.

2.11.2. Elementos del contrato electrónico

2.11.2.1. El consentimiento

El consentimiento de las partes es manifestado mediante la oferta y la aceptación de la misma. Es por ello, que para que se forme el consentimiento contractual es necesario que la oferta haya sido aceptada.⁸⁸

Una de las formas de manifestación del consentimiento es la firma electrónica o manifestando su consentimiento a través de los sitios web, ya que incluyen las alternativas siguientes: mediante un clic en una parte de la configuración de un sitio web, así como la inclusión de términos generales de contratación que aparecen en hipervínculos, caso en que el consentimiento se expresaría por la mera navegación en el sitio.⁸⁹

2.11.2.2. La oferta electrónica

En materia de comercio electrónico, *“es aquella declaración unilateral de voluntad que una persona realiza a través de medios de comunicación o medios informática-cos invitando a otra persona a la celebración de una convención que quedara perfecta con la sola aquiescencia de ésta”*, por lo tanto, la oferta electrónica surtirá efectos cuando llegue al destinatario.⁹⁰

2.11.2.3. Aceptación

La Aceptación Electrónica para formar el consentimiento en un contrato se define: *“aquella declaración unilateral de voluntad que una persona realiza*

⁸⁸ Ibid.110.

⁸⁹ Aguilar, “Protección al consumidor”, 66.

⁹⁰ Gabriel Zepeda, *“Los Contratos Electrónicos celebrados por Internet y su consagración en la Ley de protección al consumidor”* (Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas, Universidad Arturo Prat Chile, 2006), 67.

*a través de medios de comunicación y medios informáticos, donde manifiesta su conformidad a una propuesta recibida por ella.*⁹¹

2.11.3. Lugar de perfeccionamiento del contrato

Hay dos teorías para determinar el lugar donde se va a perfeccionar un contrato electrónico cuando las partes intervinientes sean de diferentes países, la primera es el lugar del domicilio el establecimiento principal, aunque haya sido emitido en otro local o sucursal de acuerdo al artículo 15 de UNCITRAL mediante el cual se establece que un mensaje electrónico se considera expedido en el local donde el remitente tenga su establecimiento y se tendrá recibido en el lugar donde el destinatario tenga su establecimiento; y la segunda es el lugar la cual ha sido a bien retomada por la legislación española, es decir que el domicilio del consumidor se tomara como lugar de celebración de dicho contrato; siendo esta una forma de protección a la parte más débil como lo es el consumidor final.⁹²

2.11.4. Tiempo de perfeccionamiento del contrato

Según la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventas Internacional de Mercaderías se establece que se tendrá por perfeccionado el contrato con la recepción de la aceptación o efectivo conocimiento por parte del oferente, según el artículo 23 de dicha Convención se establece que el contrato se perfecciona en el momento de surtir efecto la aceptación de la oferta conforme a lo dispuesto a al presente Convención. Y así también el artículo 18 numeral 2) que dice la aceptación de la oferta surtirá efecto en el momento en que la indicación del

⁹¹Ibid. 102

⁹²Daniel Eduardo Orellana y Verónica Argentina Portillo, *“Necesidad de un marco legal que regule la intervención del notario en la contratación electrónica en El Salvador”* (Tesis para optar en grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, 2019),59.

asentimiento llegue al oferente⁹³. Se establece que el momento de perfeccionamiento del contrato es cuando se empiezan a generar efectos jurídicos, es decir las obligaciones para ambas partes contratantes, ya que para que se forme el consentimiento se debe de aceptar la oferta.⁹⁴

2.11.5. Problemas de jurisdicción en los contratos electrónicos

Es de mencionar que la legislación nacional resulta inadecuada para ser aplicada a las transacciones electrónicas transfronterizas, ya que han sido redactadas para regir en su territorio. Ya que según el derecho internacional público el Principio de no intervención de los Estados surge de la idea generalizada de respetar la igualdad soberana de cada uno de los países.

Aunque han existido intentos de unificación legislativa en los países y se han producido grandes avances en la interpretación de las leyes, se tiene que partir de la premisa de que no existe una ley de alcance universal con efectos erga omnes que regule el comercio internacional. Algunos países por medio del principio de la autonomía de la voluntad que es propio de los contratos internacionales, las partes pueden pactar cláusulas que regirán el contrato siempre que no infrinjan las normas de orden público internacional, en las que estipulan la ley a la que se someterán al momento de una controversia transfronteriza.

Por lo cual, para unos países es importante la inclusión en el contrato cláusulas donde se le atribuya la competencia a un Estado determinado (típicamente su propio Estado) con el objetivo de dar seguridad al consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas. Para otra dicha cláusula será inválida cuando se establezca jurisdicción para dirimir

⁹³Convención de las Naciones Unidas *sobre la utilización de las contrataciones electrónicas de los Contratos Electrónicos* (Austria, Centro internacional de Viena 2006)https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/06-57455_Ebook.pdf

⁹⁴ *Ibíd.* 86

los conflictos y afecten la inferioridad del consumidor ya sea jurídica, tecnológica, económica.⁹⁵

*“En el caso de la cláusula de prórroga de jurisdicción en contratos de consumo, puede atentar contra el orden público internacional cuando se afecte el principio de defensa del juicio, ya sea por el excesivo costo de la misma, por la distancia o por otro motivo perjudicial”.*⁹⁶

La cual está regulada en el Tratado de Montevideo la cual se permite la prórroga territorial si el demandado la admite voluntariamente, siempre que sea trate del derecho patrimonial. Asimismo, el Protocolo de Buenos Aires sobre Jurisdicción Contractual internacional de 1994, establece la elección de la jurisdicción.

En ambos instrumentos internacionales aparece que la jurisdicción directa aplicar establece la jurisdicción del domicilio del demandado o donde el lugar de ejecución del contrato, incluyendo el Protocolo de Buenos Aires sobre Jurisdicción Contractual internacional o el domicilio del actor si prueba que cumplió con su obligación de cargo.⁹⁷

La jurisprudencia de Estados Unidos se pronunció sobre la invalidez de dichas cláusulas que están encaminadas a afectar los derechos de los consumidores online. La jurisdicción aplicable a los contratos de consumo, la doctrina ha dado algunas soluciones:

a) *Debe de aplicarse la jurisdicción (y la ley) del domicilio del oferente, porque con ello se contribuye al desarrollo del comercio electrónico.*

⁹⁵Antonio Giménez, *Organización y gestión del derecho internacional*, (Organización de los estados americanos, Secretaría General, asuntos jurídicos, 2016), 114.

⁹⁶ Ibid.117.

⁹⁷ Ibid.120.

b) *Debe de aplicarse el juez (y la ley) del domicilio del consumidor, siendo la más favorable a sus intereses.*⁹⁸

2.12. Conclusión

En este capítulo se logró determinar la importancia de conocer las generalidades del comercio electrónico, sobre los contratos realizados por medios electrónicos, el cual ha creado un nuevo procedimiento de oferta y demanda en la relación de consumo proveedor – consumidor, que ha tenido impacto en la economía a nivel mundial, el cual ha generado dificultades al momento de resolver una controversia electrónica transfronteriza surgida de la relación de consumo entre proveedor y consumidor, ya que los derechos de los consumidores se ven vulnerados en el tráfico electrónico al no existir una legislación con efecto erga omnes que sea aplicado a todas las personas que realizan dichas prácticas de consumo, debido a que las leyes de cada país rigen solo en su territorio nacional, aplicable a este tipo de conflicto que brinden certeza y seguridad al momento de realizar una transacción electrónica transfronterizas, por lo que se presentan muchos desafíos al momento de realizar una compra por medios electrónicos para garantizar una protección efectiva a los derechos de los consumidores.

⁹⁸ Ibid.125.

CAPITULO III

FUNDAMENTO JURÍDICO APLICABLE AL COMERCIO ELECTRÓNICO

En el presente capítulo se estudia la legislación nacional que regula la protección de los derechos del consumidores en una transacción electrónica, la legislación internacional y derecho extranjero, con el propósito de dar cumplimiento a uno de los objetivos de analizar la normativa nacional e internacional que tutelan los derechos del consumidor y realizar un análisis jurídico sobre los avances en la legislación de cuatro países, debido a que en la práctica jurídica es necesario marcar límites territoriales, para delimitar la competencia de los órganos jurisdiccionales lo cual ha presentado un importante desafío en la legislación que se va aplicar. En este capítulo se estudia la legislación nacional aplicable al comercio electrónico, tratados internacionales a los cuales El Salvador es parte, casos presentados ante la Defensoría del Consumidor de transacciones electrónicas y derecho extranjero

3. Fundamento jurídico

3.1. Constitución de la República de El Salvador

La Constitución es la norma jurídica fundamental, por lo que es necesario hacer mención sobre los alcances de la jurisdicción en el territorio salvadoreño, según el ordenamiento jurídico el Art. 84 de la Constitución establece: *“El territorio de la República sobre el cual El salvador ejerce jurisdicción y soberanía...”*⁹⁹

⁹⁹Constitución de El Salvador (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 1983).

La mencionada disposición se considera importante para la presente investigación, debido a que ante una contratación transfronteriza no pueden aplicarse las leyes del estado de El Salvador para el cumplimiento de una obligación surgida en la relación de consumo frente a un proveedor establecido en otro país, debido al límite que tiene la República de El Salvador para ejercer su jurisdicción, ya que las leyes tienen un carácter territorial, es decir que todos pronunciamientos por un tribunal están limitadas a las fronteras del país.

El art. 84 de la Cn. se relaciona con el principio de exclusividad de la jurisdicción, el cual *“hace referencia a un aspecto interno del Estado, es decir que establece un límite potestativo en relación con el territorio y los demás entes u órganos que lo integran”*.¹⁰⁰

Ya que desde el punto de vista del derecho internacional *“la soberanía territorial de los Estados se ejerce sobre todo su territorio y quedan sometidas a su jurisdicción todas las personas que se encuentren en él; el ordenamiento jurídico salvadoreño acoge dicho planteamiento al establecer la jurisdicción exclusiva de los jueces y tribunales en todo el territorio del país dejando explícitamente la regulación de su estatuto a la ley”*.¹⁰¹

Según la jurisprudencia: *“En el principio de territorialidad se deben distinguirse dos situaciones; es decir, que la eficacia de la norma en el espacio se analiza desde dos perspectivas, ámbito de soberanía que consiste en determinar el espacio en el que la ley produce sus efectos en cuanto tal; y, criterios de sujeción que determinan la extensión de la ley en el espacio, los hechos que la ley de un Estado puede regular cuando los*

¹⁰⁰Documentos Boveda, *La Libertad de contratación principio de la exclusividad de la jurisdicción, la cual es importante para saber hasta que limite territorial se aplica la ley de cada país*. (El Salvador, 2016), <http://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/E/1/20102019/2012/03/9AE76.HTML>.

¹⁰¹Sala de lo Constitucional, Sentencia de amparo, *Referencia 25-S-95* (El Salvador, Corte Suprema de Justicia, 2002).

*mismos se realicen total o parcialmente fuera del territorio o por un ciudadano de otro Estado”.*¹⁰²

*“Por ello, la importancia de limitar el territorio para ejercer la jurisdicción del Estado en la aplicación de la ley y la ejecución de sentencias, lo que se conoce como el Principio de territorialidad de la ley.”*¹⁰³

Es de mencionar que el art.101 de la Cn. establece que el orden económico del país debe responder al principio de justicia social, es decir debe de existir igualdad de derechos y obligaciones, ya que tiene la obligación de apoyar a la producción en este caso es a los proveedores, así como el interés de los consumidores, ya que es obligación del Estado promover el desarrollo económico creando las condiciones necesarias para el incremento de la producción y la defensa de los intereses de los consumidores.¹⁰⁴

3.2. Instrumentos internacionales de protección al consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas

*“Las normas internacionales de derechos humanos nutren al derecho del consumo interno y a su vez este contribuye a tornar efectivo cada uno de los derechos humanos que las personas poseen en su calidad de consumidores”.*¹⁰⁵

¹⁰²Sala de lo contencioso administrativo, Sentencia definitiva, Referencia 98- T- 2004 (El Salvador, Corte Suprema de Justicia, 2004).

¹⁰³Israel Soler Pedroza y William Guillermo Jiménez, “Como establecer la jurisdicción y competencia en casos de Internet tendencias internacionales y nacionales”, *Revista de Derecho Público*, n. 41 (2014): 18.

¹⁰⁴Constitución Art.101. *El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano. El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”.*

¹⁰⁵Eduardo Torres Buteler, “La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos”, *Revista Derecho*, n.1 Argentina, (2013): 10.

Es a partir de la segunda guerra mundial donde comenzó a reconocerse en el derecho internacional la protección de los denominados “derechos humanos de tercera generación”.

En los cuales está el derecho de los consumidores, que es considerado como auténtico derecho humano toda vez que involucren aspectos directamente a la dignidad de la persona: la vida, la salud, la libertad, la igualdad, etc.

Es así como en la década de los 80 se comienza a descubrir en el Derecho Internacional Público una corriente tendiente a reconocer los derechos de los consumidores de manera expresa, por esta razón son pocos los que establecen directamente los derechos de los consumidores, algunos Tratados y Convenciones Internacionales, incluyendo los Tratados de Integración, tratan de manera indirecta esta materia; como aquellos que regulan la economía de mercado, el libre comercio, y en general, los que contemplan aspectos económicos sociales y culturales., por ejemplo la Declaración Universal de los Derechos Humanos no se encuentra de manera expresa el Derecho a la Protección del Consumidor, sin embargo, contiene artículos que regulan el respeto a la persona en la satisfacción de sus derechos económicos, sociales y culturales.¹⁰⁶

Los Instrumentos Internacionales de derechos humanos marcan su importancia en las normas internas de cada país y de cada uno de los Estados que son parte que procuran regular la relación de consumo, con la finalidad de determinar nuevos criterios de interpretación, ya sea creando organismos judiciales de protección adicionales a los de cada Estado para garantizar los derechos de los consumidores, mediante la creación de tratados internacionales.

¹⁰⁶Ibíd-134.

3.2.1 Tratado de libre comercio Centroamérica – Estados Unidos – República Dominicana (DR – CAFTA sus siglas en ingles)

El Salvador firmo con Estados Unidos el Tratado CAFTA el día 28 de mayo de 2004, siendo el primer Estado en ratificarlo el día 17 de diciembre de 2004, entrando en vigencia el 1 de marzo de 2006.¹⁰⁷

Es importante ser parte del Tratado CAFTA, debido a que la mayoría de importaciones vienen de Estados Unidos y la mayoría de exportaciones de Centroamérica y de República Dominicana van dirigidas a los Estados Unidos, por lo cual tiene por objeto disponer de una zona de libre comercio entre los diferentes países, promoviendo de esta manera la competencia leal para que se aumenten las inversiones, eliminando los obstáculos para que se pueda realizar una fácil circulación transfronteriza de sus productos y servicios, ayudando a los países a que se vaya integrando a la comercialización mundial, a que puedan expandirse a nuevos mercados, eliminando los costos arancelarios, beneficiando al consumidor en la compra de sus productos por la reducción de los costos.

Por medio de este Tratado se facilita la productividad y competitividad de los bienes y servicios de la región, promueve la cooperación y la complementariedad económica entre los Estados miembros mediante la implementación de proyectos específicos de cooperación en temas prioritarios para cada uno de los países parte.

El Tratado CAFTA se desarrolla en veintidós capítulos en los cuales se refiere al capítulo catorce específicamente a comercio electrónico.

¹⁰⁷El Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana con Estados Unidos (DR-CAFTA,) es un instrumento comercial y de promoción de inversiones que ha venido promoviendo el desarrollo en toda la región centroamericana y la República Dominicana con uno de los principales socios comerciales.

En el Capítulo catorce se regula lo referente al comercio electrónico en el cual se establece:

14. "1. Las Partes reconocen el crecimiento económico y la oportunidad que el comercio electrónico genera, la importancia de evitar los obstáculos para su utilización y desarrollo, y la aplicabilidad de las reglas de la OMC a medidas que afectan el comercio electrónico; 2. Para mayor certeza, nada en este Capítulo se interpretará en el sentido de impedir que una parte imponga impuestos internos, directa o indirectamente, a productos digitales, siempre que éstos se impongan de una manera consistente con este Tratado".¹⁰⁸

Ya que su objetivo es impulsar el desarrollo económico de cada país que forma parte, creando diversas estrategias para ampliar el acceso del mercado, aumentar la inversión, creando procedimientos efectivos para facilitar la circulación transfronteriza de los productos y dar cumplimiento a este tratado.

3.2.2 Tratado general de integración económica Centroamericana

Este Tratado está conformado por los países de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, por medio del cual se establece el Mercado Común Centroamericano (MCCA) que fue suscrito el 13 de diciembre de 1960.

Con la finalidad de buscar tener una zona libre y que el cobro de los aranceles sea igual en los países que son parte, el propósito del tratado es la eliminación de aranceles a los productos originarios o manufacturados en cada país miembro, es decir que quedarán exentos de todo pago de

¹⁰⁸Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (Washington, Distrito de Columbia 2004). art 14.1 http://www.sice.oas.org/TPD/USA_CAFTA/USA_CAFTA_s.ASP.

importación, exportación, sobrecargos que se deriven ya sean nacionales o de otro orden.¹⁰⁹

3.2.3 Tratado único - Centroamericano – México

A partir de la entrada en vigor del Tratado Único, que fue el día 1 de septiembre de 2012, se crea un espacio económico y jurídico que ha contribuido a facilitar el comercio, fomentar la integración regional y a reducir los costos en las transacciones comerciales.

Por medio del TLC único entre México y Centroamérica, se consolida en un solo acuerdo los tres Tratados de Libre Comercio que México mantenía hasta la fecha con Costa Rica, Nicaragua y el Triángulo del Norte, conformado por Guatemala, El Salvador y Honduras, estableciendo un marco normativo único entre los seis países, que hace más eficiente el intercambio de bienes, servicios e inversiones.

El Tratado de Libre comercio México y Centroamérica, fue elaborado con la finalidad de promover la competencia, creando acceso a nuevas tecnologías y procesos productivos modernos, eliminando las barreras en el comercio y ampliando la eficiencia para poder incursionar a mercados, en la cual se busca eliminar los obstáculos al comercio. Dicho Tratado otorga preferencias arancelarias para los productos negociados, medio de certificado de origen, permitiendo el libre acceso al mercado, sin

¹⁰⁹Tratado General de Integración Económica Centroamericana (Ciudad de Managua, capital de la República de Nicaragua, 1960). http://www.transparenciafiscal.gob.sv/downloads/pdf/DC4794_8_tratado_General_de_Integracion_Economica_Centroamericana.pdf. "Artículo III inc. 1. Los Estados signatarios se otorgan el libre comercio para todos los productos originarios de sus respectivos territorios, con las únicas limitaciones comprendidas en los regímenes especiales a que se refiere el Anexo A del presente Tratado. En consecuencia, los productos naturales de los Países contratantes y los productos manufacturados en ellos, quedarán exentos del pago de derechos de importación y de exportación, inclusive los derechos consulares, y de todos los demás impuestos, sobrecargos y contribuciones que causen la importación y la exportación, o que se cobren en razón de ellas, ya sean nacionales, municipales o de otro orden".

restricciones, promoviendo condiciones de libre competencia en la zona de libre comercio.¹¹⁰

3.2.4 Tratado marco de seguridad democrática Centroamérica

Los Estados de las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Belice denominados "Las Partes", consideraron que el objetivo fundamental del Sistema de Integración Centroamericana y Alianza para el Desarrollo Sostenible es la realización de la integración de países Centroamericanos para consolidarla como Región de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo, por ello suscribieron el Tratado de Seguridad Democrática en Centroamérica, como instrumento complementario del Protocolo de Tegucigalpa, véase anexo n° 1.

En relación a la protección de los derechos del consumidor en el artículo 1 inc.2 establece: *“El Modelo Centroamericano de Seguridad Democrática tiene su razón de ser en el respeto, promoción y tutela de todos los derechos humanos, por lo que sus disposiciones garantizan la seguridad de los Estados centroamericanos y sus habitantes, mediante la creación de condiciones que les permita su desarrollo personal, familiar y social en paz, libertad y democracia. Se sustenta en el fortalecimiento del poder civil, el pluralismo político, la libertad económica, la superación de la pobreza y la pobreza extrema, la promoción del desarrollo sostenible, la protección del consumidor, del medio ambiente y del patrimonio cultural...”*¹¹¹

Asimismo, el Art. 21 dice *“Las Partes se comprometen a desarrollar todos los esfuerzos necesarios y promover la cooperación para garantizar la protección del consumidor, del medio ambiente y del patrimonio cultural*

¹¹⁰Tratado de Libre Comercio único entre México y Centroamérica (Republica de México, 2012). https://www.centrex.gob.sv/scx_html/TLC%20Mexico-Centroamerica.html.

¹¹¹Tratado Marco de Seguridad Democrática en Centroamérica (Honduras: San Pedro Sula Departamento de Cortés, 1995), Art. 1, 21, 25.

centroamericano, de conformidad con los acuerdos internacionales y regionales de que sean Parte o aquellos que puedan suscribirse sobre estas materias, particularmente el Convenio Constitutivo de la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo.¹¹²

3.3. Otros instrumentos internacionales

3.3.1. Convención de las naciones unidas sobre la utilización de las comunicaciones electrónicas en los contratos internacionales

La finalidad de esta Convención es ofrecer soluciones prácticas para la utilización de los diferentes medios electrónicos de comunicación en la celebración de contratos internacionales, ya que regula aspectos referentes a la formación y el cumplimiento de un contrato electrónico cuando las partes tengan domicilio permanente en diferentes Estados. En su Art 1, establece el Ámbito de aplicación: *“La presente Convención será aplicable al empleo de las comunicaciones electrónicas en relación con la formación o el cumplimiento de un contrato entre partes cuyos establecimientos estén en distintos Estados...”*¹¹³.

3.3.2. Ley modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico

Debido al crecimiento de las transacciones electrónicas transfronterizas y ante la falta de regulación sobre la materia y con la finalidad de proteger al consumidor la CNUDMI (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho

¹¹² *Ibíd*-6

¹¹³ Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales (Austria: Centro Internacional de Viena, 2006), artículos 1,6,8. Al igual que el artículo 15 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, la Convención sobre Comunicaciones Electrónicas contiene una serie de reglas supletorias referente al tiempo y el lugar de envío y recepción de comunicaciones electrónicas, para determinar el lugar de perfeccionamiento del contrato, cuya finalidad es complementar las reglas nacionales sobre envío y recepción transponiéndolas a un contexto electrónico.

Mercantil Internacional, en su abreviatura inglesa) decidió elaborar Leyes modelos para facilitar el uso del comercio electrónico por la vulneración de los derechos de los consumidores.

Recomienda a los países que cuando elaboren sus normativas sobre comercio electrónico tomen en cuenta la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico del 16 de diciembre de 1996, con la finalidad de facilitar el uso de medios modernos de comunicación¹¹⁴. Como señala el autor, “*la Ley Modelo de comercio electrónico fue elaborada con el objetivo de facilitar la armonización de las legislaciones nacionales, eliminando la inseguridad jurídica con el empleo de medios electrónicos para la contratación en redes cerradas otros entornos digitales.*”¹¹⁵

La finalidad de la Ley Modelo es ofrecer al legislador nacional un conjunto de reglas aceptables en el ámbito internacional que le permitan eliminar algunos de esos obstáculos jurídicos y elaborar un marco jurídico que brinde protección a los derechos del consumidor en estas controversias de consumo.¹¹⁶

3.4. Leyes secundarias

3.4.1. Código civil

El código Civil no regula lo referente a los contratos celebrados por medios electrónicos, ni mucho menos los que se han celebrados con proveedores de otro país.

¹¹⁴Ley Modelo de la CNUDMI *comercio electrónico con la guía para la incorporación al Derecho interno 1996* (Estados Unidos: Naciones Unidas, 1999), art 1. https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf

¹¹⁵Rodríguez, “*Las garantías jurídicas de los usuarios de comercio electrónico*”, 53

¹¹⁶Agustín Madrid Parra, “Regulación Internacional del comercio electrónico examen comparado de las leyes modelos de UNCITRAL”, *Revista RdNT*, n.2 (2003): 5-7.

En los arts. 6 y 14 del CC se establece que la ley se encuentra sometida al principio de territorialidad y por tanto solo se aplica en el territorio del país, por lo cual la protección por la vía “legal” puede resultar insuficiente a los consumidores por las limitantes de aplicación de ley y ejecución en un contrato de compraventa celebrado vía electrónica en la relación de consumo B2C.

Es de mencionar el título I del Libro Cuarto del Código Civil ya que en su artículo 1309 define al contrato “*como una convención en virtud de la cual una o más personas se obligan para con otra u otras, o recíprocamente, a dar, hacer o no hacer alguna cosa*”.¹¹⁷

La clase de contrato que se da en la transacción electrónica B2C, es la compraventa que está regulada en el Art. 1597 donde expresa que es y se reputa perfecta, desde que las partes han convenido en la cosa que es objeto de la venta y en el precio, por lo que se pueden aplicar dichas disposiciones a los contratos de compraventa electrónica celebrados bajo dicha transacción ya que debido a la forma de contratación no requiere de más solemnidades. Es aplicable lo dispuesto en los artículos 1627 que establece las obligaciones del vendedor que son la entrega o tradición y el saneamiento

3.4.2. Código de comercio

En el Código de Comercio no se regulan los contratos electrónicos, sin embargo, las obligaciones, actos y contratos mercantiles en general en este tipo de personas, se sujetan a lo prescrito en el Código Civil Art. 945. Este Código se aplica de manera supletoria cuando las personas proveedoras son personas jurídicas dedicadas al comercio sean comerciantes

¹¹⁷Código Civil de El Salvador (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 1860).

individuales o sociales, nacionales o extranjeras tal como lo establece el art. 2 inc. Final, que es lo que suele ocurrir en este tipo de contratos.

3.4.3. Ley de protección al consumidor

Con las reformas del 2018 de la ley de protección al consumidor se obtuvo avances, ya que se adicionaron derechos para proteger al consumidor y procurar la seguridad jurídica para que no sean vulnerados en una transacción electrónica transfronteriza. Se adiciono el literal q del art 4 como uno de los derechos básicos de los consumidores para que sean protegidos en las transacciones de comercio electrónico

El legislador incorporó el Comercio Electrónico, en el artículo 13-C, el cual establece: *“Para efectos de esta ley se entenderá Comercio Electrónico como el proceso de contratación o intercambio de bienes, servicios e información comercial a través de redes de comunicación de datos”*.¹¹⁸

Se regulo la protección al consumidor en el comercio electrónico, ya que la no existencia de una regulación en la ley ubicaba a los consumidores en una posición de fragilidad ante aquellos proveedores que se dedican a realizar comercio electrónico con publicidad engañosa.

Se adiciono el art 21-A sobre las obligaciones especiales para proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico, previas a la contratación en las cuales está el literal B donde se obliga a los proveedores a que adopte sistemas de seguridad, efectivos y confiables, para eliminar la inseguridad y otorgar confidencialidad de las transacciones en especial las financieras, así como los pagos realizados por los consumidores, ya que en el caso de fallas el proveedor será el responsable.

¹¹⁸Ley de Protección al Consumidor (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2005). La cual fue reformada mediante Decreto número 51, el 5 de julio de 2018.

Así como el art. 21-B sobre las obligaciones especiales para proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico, durante la fase de contratación y posterior para que el proveedor le brinde la información completa al consumidor sobre el servicio o producto adquirido y no sean vulnerados los derechos.¹¹⁹ En consecuencia, la protección de los derechos de los consumidores cuando realizan una transacción electrónica transfronteriza con un proveedor que tiene su domicilio en otro país, los derechos y obligaciones establecidos en la LPC le resultan inaplicables.

3.4.4. Ley de bancos

El sistema bancario juega un papel importante en el desarrollo del comercio electrónico sobre todo en lo referente al uso de tarjetas de crédito y débito, como medio de pago utilizado en las transacciones realizadas a través del e-commerce.

Respecto a ello, la Ley de Bancos establece en art 51 literal p) *Efectuar cobranzas, pagos, transferencias de fondos y emitir tarjetas de crédito*. Ley de Bancos art. 56 letra l) regula que los bancos podrán celebrar operaciones y prestar servicios con el público mediante el uso de equipos y sistemas automatizados. Ejemplo E-banca, tarjetas de débito, tarjetas de crédito.

3.4.5 Ley de firma electrónica

Ley de firma electrónica entro en vigencia el 23 de abril de 2016 fue elaborada por el Ministerio de Economía el cual ha creado una Unidad de firmas electrónica que será el ente encargado de su aplicación.

¹¹⁹Ibíd. 21-A.

La relación de la Ley de firma electrónica con el comercio electrónico radica en que proporciona seguridad jurídica a las transacciones que se realizan a través de un instrumento electrónico certificado, que quienes están en medio de esa transacción realmente son quienes dicen ser y por medio de su implementación sienta las bases para el desarrollo del comercio electrónico¹²⁰

La firma electrónica un mecanismo que garantiza la seguridad y autenticidad de las transacciones electrónicas. Además, impulsa la facilitación de transacciones electrónicas sustituyendo transacciones presenciales por validaciones automáticas a través de los diferentes portales o plataformas.¹²¹

*Su importancia radica en que la firma electrónica, como equivalente digital a la firma manuscrita, es una herramienta que garantiza la confidencialidad de documentos e información, provee de seguridad jurídica y permite reemplazar documentos en papel por su equivalente electrónico para simplificar trámites y facilitar los negocios.*¹²²

La ley Firma Electrónica es un reconocimiento al artículo 2 de la Constitución de la República el cual establece el derecho a la seguridad jurídica de toda persona, por lo que el Estado debe crear un marco legal que brinde seguridad a los usuarios.

En el art. 1 de la ley establece que uno de los objetivos de la misma es *“equiparar la firma electrónica simple y firma electrónica certificada con la*

¹²⁰Fundación Salvadoreña para el desarrollo económico y social, *Urge aprobar una Ley de Firma Electrónica* (Boletín de posición institucional, número 89, 2015), 1.

¹²¹Centro de tramites de importaciones y exportaciones INFOCIEX “E-commerce: Herramientas de facilitación de comercio internacional (Boletín del Banco Central de reserva de El Salvador, número 3, 2017).

¹²²Guadalupe Hernández *El Salvador: proceso para implementar la firma electrónica*, (El Salvador, 2019), <https://www.elsalvador.com/eldiariodehoy/el-pais-inicia-el-proceso-para-implementar-la-firma-electronica/637556/2019/>

firma autógrafa".¹²³ Esto significa que en aquellos casos en los que la ley exige que algo conste por escrito, podrá hacerse a través de un documento electrónico con firma electrónica, el cual se tendrá por original.

3.5. Casos de comercio electrónico según la defensoría del consumidor

La Ley de Protección al Consumidor establece algunos elementos de protección a los derechos de quienes adquieren productos o servicios en línea bajo la modalidad de contratos a distancia, aunque se ha tenido éxito en resolver favorablemente algunos casos.

También existen situaciones cuyo resultado final no ha sido acorde a lo que el consumidor buscaba obtener debido a la ausencia de un marco jurídico más robusto que permita intervenir integralmente. A continuación, se muestran algunos ejemplos de casos recientes sobre la contratación de bienes y servicios por internet, resueltos en la Defensoría del Consumidor:

“El consumidor adquirió un cupón en oferta para un servicio de reparación de vehículo a través del internet. Sin embargo, al presentarse con el proveedor para hacerlo efectivo, este le indicó que no tenía disponibilidad para atenderlo; la intervención de la Defensoría ayudó a que se programara el espacio para llegar a un acuerdo con el consumidor. Es importante que las personas consumidoras conozcan que tienen derecho a que se les brinde el servicio contratado y en las condiciones señaladas”.

“Un consumidor compró repuestos de motocicleta de un sitio web en el extranjero, el cual le sería entregado a través de un Courier. No obstante, al momento de retirarlo, se le informó que había cargos adicionales esto

¹²³Ley de Firma Electrónica (El Salvador: Asamblea Legislativa de El Salvador, 2015).

hizo que el consumidor se presentara a la Defensoría del Consumidor a interponer una denuncia. Luego de la intervención institucional, se determinó que los cargos adicionales alegados por la persona consumidora, se debían a los impuestos de importación que son cobrados por la Aduana en El Salvador. Se recomienda tomar en cuenta los impuestos de los productos que se adquieren en el extranjero, para que no represente un costo no previsto.”¹²⁴

Por medio de entrevista realizada a Yanci Guadalupe Urbina Gonzales, hasta la fecha de ahora en la Defensoría del Consumidor no han resuelto ningún caso de comercio electrónico transfronterizo por medio del Tribunal Sancionador, ya que la Ley de protección al consumidor establece en el art. 60 , que el ámbito de aplicación y el alcance de actuación de la Defensoría del consumidor será solamente en el territorio nacional. Por lo tanto, se mencionaba que no está en sus facultades conocer de casos de comercio electrónico transfronterizo y que antes si resolvían casos de este tipo por medio de la Figura “Gestión” donde la defensoría del país se ponía en contacto con la defensoría del país del proveedor que había incumplido las obligaciones.

En ese sentido, para solucionar dichas controversias transfronterizas, pero las resolvían por medios alternos de solución de conflicto, donde no se obligaba a las partes a llegar a ningún acuerdo, solo de hacer conciencia de la afectación causada al consumidor, por lo que se solicita ante la defensoría los datos de los reclamos presentados por los consumidores sobre la vulneración de sus derechos en el comercio electrónico desde el año 2014 al 2018. ¹²⁵

¹²⁴Defensoría del Consumidor *El comercio electrónico en El Salvador: Mercados digitales conectados con tus derechos*, <https://www.defensoria.gob.sv/defensoria-del-consumidor-conferencia-comercio-electronico-nuevas-directrices-de-naciones-unidas-para-la-proteccion-del-consumidor/>.

¹²⁵Véase anexo 2.

3.6. Derecho extranjero sobre las transacciones electrónicas transfronterizas

3.6.1. Paraguay

La regulación normativa en Paraguay para proteger al consumidor de las transacciones electrónicas comenzó en el año 2010, con la promulgación de la Ley 4017/2010 “De validez jurídica de la firma electrónica, la firma digital, los mensajes de datos y el expediente electrónico” y su Decreto Reglamentario N°. 7369 de 2011, la cual tiene por objeto en su art. 1 *“reconocer la validez jurídica de la firma electrónica, de los mensajes de datos y el expediente electrónico y regula la utilización de los mismos, las empresas certificadoras, la prestación de los servicios de certificación”*.¹²⁶

La legislación de Paraguay tiene avances sobre las transacciones electrónicas desde el año 2010 con la Ley N° 4017 que regula 1) los mensajes de datos a los cuales otorga validez o fuerza obligatoria a la información presentada, con el requisito que tenga una firma digital la cual debe de estar certificada por un prestador acreditado con la finalidad de garantizar la integridad del documento;2) Firma electrónica, la cual se considera un medio de identificación, que aplicada a un documento otorga validez probatoria, ya que significa que el firmante reconoce que está de acuerdo en el contenido del mensaje ;3) De los Prestadores de Servicios de Certificación, los cuales tienen la obligación de proteger los datos personales y están facultados para recolectar los datos personales después de haber obtenido su consentimiento expreso y sólo en la medida en que los mismos sean necesarios para la emisión y mantenimiento del

¹²⁶Esta Ley marco un avance significativo en el comercio electrónico en Paraguay, al regular los mensajes de datos y darle fuerza probatoria, ya que cuando el consumidor celebra un contrato electrónico la oferta y la aceptación, y cualquier negociación realizado por las partes, se expresa por medio de mensaje de datos, por lo que al regularlo y admitirlo como prueba se están garantizando los derechos al consumidor.

certificado, ya que no podrán ser obtenidos o utilizados para otro fin sin el consentimiento expreso del titular de los datos.¹²⁷

Si bien regula aspectos que son necesarios en la actividad del comercio electrónico, estos no eran suficientes para proteger al consumidor, por lo que hacía falta un marco legal que estableciera la protección de los derechos del consumidor cuando realice una transacción electrónica, así como los derechos y obligaciones de los proveedores, el régimen de responsabilidad y sanciones a imponer.

Por lo cual era necesario una ley, siendo así que el 26 de febrero de 2013 fue promulgada la Ley N° 4868/13, también conocida como Ley de comercio electrónico, la cual tiene por objeto regular el comercio y la contratación realizados a través de medios electrónico, estableciendo las responsabilidades y sanciones de los proveedores.¹²⁸

Es así que por medio del Decreto N° 1165 se aprobó el Reglamento de la Ley N° 4868/13 el 27 de enero de 2014 con la finalidad de velar por el cumplimiento de los derechos de los consumidores y por el cumplimiento de las disposiciones legales.

Paraguay al tener poco tiempo de contar con una ley de comercio electrónico, ha tenido avances significativos, ya que diciembre de 2015 la Cámara Paraguaya de Comercio Electrónico (CAPACE) implementó el sello de confianza para garantizar de mejor manera los derechos de los consumidores en el ciberespacio virtual, con las posibilidades de aumentar

¹²⁷Ley N° 4017 De validez jurídica de la firma electrónica, la firma digital, los mensajes de datos y el expediente electrónico, (Congreso de la Nación Paraguaya, 2010), art. 1. <http://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/3550/ley-n-4017-de-validez-juridica-de-la-firma-electronica-la-firma-digital-los-mensajes-de-datos-y-el-expediente-electronico>.

¹²⁸Capurro Darío. *Un nuevo paso en la regulación del e-commerce en Paraguay la Ley N°4868/13*, (El Salvador, 2019), 2 <https://www.5dias.com.py/2013/05/un-nuevo-paso-en-la-regulacin-del-e%2%96commerce-en-paraguay-la-ley-48682013/>.

la compraventa en las páginas web para que los consumidores tengan una mejor percepción de parte de los proveedores que se dedican al rubro de las ventas online, ya en la misma página web se encuentran todos los comentarios de los ciber- consumidores que antes han tenido relación contractual con el proveedor, exponiendo estos el nivel de confiabilidad, siendo Paraguay uno de los pocos países que cuentan con este mecanismo de protección.¹²⁹

A pesar de que Paraguay desde el año 2013 cuenta con una ley que regula específicamente el comercio electrónico vía electrónica, garantiza la protección del consumidor cuando este realice una compra online transfronteriza, ya que en su art 4 establece que la ley se aplica a todo tipo de proveedor domiciliado en Paraguay como a aquellos que no, cuando el destinatario de los bienes o servicios esté domiciliado en Paraguay y este en la definición de consumidor o de lo contrario, que haya sido pactado de las partes en el contrato.¹³⁰

Además, en su art 28 literal d, regula ciertas obligaciones que el proveedor tiene, entre las cuales establece poner a disposición del consumidor antes de la contratación electrónica, de informarle de manera clara los métodos adecuados que se podrán utilizar para resolver una controversia.¹³¹

¹²⁹Reysneider Adolfo Lara Céspedes, “Evolución del e-commerce en Paraguay y su repercusión en la vigencia de disposiciones legales”, *Revista/Artículo Científico* n.23 (2017):30-31.

¹³⁰ “Ley de Comercio Electrónico de Paraguay (Congreso de la Nación Paraguaya, 2013). “Art 4. Proveedores de Bienes y Servicios establecidos fuera de la República. Esta Ley se aplicará también a los Proveedores de Bienes y Servicios establecidos fuera de la República, cuando el destinatario de los productos o servicios tenga domicilio real en la República del Paraguay, en los siguientes supuestos: a) el destinatario de los productos o servicios tenga el carácter de Consumidor según la legislación vigente; y, b) por acuerdo de partes en el contrato”.

¹³¹Ibíd. “Art. 28. Obligaciones previas a la contratación, El Proveedor de Bienes y Servicios que realice actividades de contratación electrónica tendrá la obligación de poner a disposición del Consumidor, antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes extremos: d) los métodos aplicables para resolver controversias”.

Al referirse a una de las cuestiones conflictivas en materia de contratación electrónica como lo es la ley aplicable y la jurisdicción competente en casos de litigio, con la finalidad de proteger al consumidor establece en su art 29 que se tendrá como lugar de celebración del contrato por vía electrónica entre un Proveedor de Bienes y Servicios y el Consumidor o Usuario, el del domicilio del usuario o consumidor cuando se tratare de una transacción comercial, donde se termina aplicando la ley en virtud de la referencia física del domicilio, tal como se señala en la legislación de Comercio Electrónico.

Por lo cual, según su legislación, se previó lo transfronterizo, pero no se estableció ningún apartado referente a los mecanismos que pueden ser aplicados con la finalidad de para proteger los derechos del consumidor ante una controversia.

3.6.2. Colombia

En Colombia la regulación del uso de las tecnologías de la información se dio con el decreto 2150 de 1995 que es sobre la regulación de la factura electrónica, pero debido a la deficiente regulación que existía sobre el comercio electrónico había vacíos legales los cuales debían ser legislados, creando un marco legal que permitiera mejorar el panorama.¹³²

Por lo tanto, Colombia al igual que Paraguay cuenta con una Ley de Comercio Electrónico, conocida también como Ley 527 de 1999, en la que se regula el comercio electrónico, los mensajes de datos y la firma digital, con el objetivo de otorgar reconocimiento jurídico a los documentos electrónicos y así otorgarles el carácter probatorio para ser admitidos como pruebas.

¹³²Juan David Tabares Acevedo y Fausto José Ramos Martínez, *“El comercio electrónico como estrategia competitiva en el sector de autopartes de Bogotá”* (Tesis de grado, Universidad Santo Tomás ,2017), 31.

Colombia ha tenido un avance al introducir en la ley el reconocimiento jurídico de la información generada, enviada, recibida, almacenada por medios electrónicos, así como el Intercambio Electrónico de Datos, ya que tienen fuerza probatoria y no se negará la eficacia a la información contenida en el mensaje de datos tal como lo establece el art. 10 de la Ley 527.¹³³

En la ley N° 527 se incluyó la regulación de comercio electrónico, pero en materia de transporte de mercancías y lo que tenga que ver con contratos de transporte de mercancía¹³⁴, dejando a un lado la protección del consumidor cuando realice una transacción electrónica transfronteriza, así como los problemas de jurisdicción, competencia que se puedan dar.

Con el avance del comercio electrónico Colombia tomo en cuenta las recomendaciones de UNCITRAL para la promulgación de la Ley 1480 del 2011 por medio de la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones, en la que incluyó en el Título VII, Capítulo VI la “Protección al consumidor de comercio electrónico”, estableciendo una serie de derechos para proteger a los consumidores que compran productos o servicios por medio electrónico y de obligaciones para los proveedores que utilizan este medio para comercialización sus productos y poder expandirse a nivel mundial.

Pero el Estatuto del Consumidor delimita su jurisdicción y aplica sus normas a las compras online que realizan los consumidores a los proveedores que

¹³³Ley N° 527 DE Colombia (República de Colombia Gobierno Nacional, 1999). “Art. 10 Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos. Los mensajes de datos serán admisibles como medios de prueba y su fuerza probatoria es la otorgada en las disposiciones del Capítulo VIII del Título XIII, Sección Tercera, Libro Segundo del Código de Procedimiento Civil. En toda actuación administrativa o judicial, no se negará eficacia, validez o fuerza obligatoria y probatoria a todo tipo de información en forma de un mensaje de datos, por el sólo hecho que se trate de un mensaje de datos o en razón de no haber sido presentado en su forma original”.

¹³⁴Ibid. Artículo 26 y 27 de la Ley N° 527.

ofrecen sus productos, que están ubicados físicamente en su país, ya sea directamente o mediante un representante, como puede ser un distribuidor autorizado o un agente comercial.

*“Con el nuevo estatuto se obliga a los proveedores que ofrecen sus servicios por medio del comercio electrónico a establecer mecanismos eficientes y expeditos para informar al consumidor, en el momento que sea necesario hacer reclamos y devoluciones. De esta manera, se obliga a los proveedores a devolverle el pago a los consumidores cuando los productos ofrecidos no corresponden al realmente entregado o cuando el producto no llega de forma adecuada y oportuna al consumidor”.*¹³⁵

Es por ello que en la Ley 1480 de 2011 por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones solo se establecen obligaciones a los proveedores y expendedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos o servicios a través de medios electrónicos, los cuales son: la identificación del proveedor, características del producto, medios de pago, deber de conservar información, mecanismo electrónico para que el consumidor pueda realizar sus peticiones, sugerencias y reclamos, adoptar mecanismos de seguridad apropiados para garantizar la protección de la información personal del consumidor deberá establecer en el medio de comercio electrónico utilizado, un enlace visible para que le permita al consumidor ingresar a la página de la autoridad de protección al consumidor de Colombia.¹³⁶

“Por lo cual la ley solo creó deberes y obligaciones a los “expandidores y proveedores ubicados en el territorio nacional que ofrezcan productos

¹³⁵Sara Milena Aguirre Barrera, “La eficacia del estatuto del consumidor en la perspectiva de derecho comparado Colombia y la Unión Europea” (Tesis para obtener el grado de Licenciada en Ciencias Jurídicas, Universidad católica de Colombia, 2015), 56.

¹³⁶Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones, (El Salvador, 2012) art. 50. <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co103es.pdf>.

*utilizando medios electrónicos, ignorando las Actividades transfronterizas del comercio electrónico, sobre las cuales es poco lo que pueden hacer las autoridades nacionales frente a personas que comercializan sus productos en el ciberespacio que tienen sus establecimientos de comercio en otros países”.*¹³⁷

Por lo tanto, la norma se limita a proteger a los consumidores que realizan transacciones electrónicas con proveedores ubicados en el territorio nacional, pues independientemente de que el proveedor esté en China o Rusia, si tiene su sede en Colombia, estará sometido a las reglas colombianas.

Caso contrario, cuando *“los consumidores colombianos que adquieren productos en el exterior por medio de comercio electrónico, no podrán invocar las normas del Estatuto del Consumidor para pedir la protección de sus derechos, porque tendrán que recurrir a las normas del país donde está ubicado el expendedor. Un reciente concepto de la Superintendencia de Industria y Comercio aclaró que:*

Por disposición del artículo 50 de la Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor, los productores, distribuidores o expandidores de bienes y servicios que se encuentren ubicados en territorio de otro Estado, y comercialicen sus productos a través de comercio electrónico, no están sometidos a sus normas, salvo estipulación expresa en el contrato celebrado.

Por lo tanto, las controversias suscitadas en virtud de transacciones de comercio electrónico entre consumidores colombianos y proveedores de bienes y servicios de países miembros de la CAN, Estados Unidos y la

¹³⁷Christian Camilo Gómez Gómez, “El comercio electrónico: incidencias y desafíos en el derecho del consumidor”. *Revista científica Codex Colombia*, n. 3 (2017): 39.

*Unión Europea, no estarán sometidas a las disposiciones del Estatuto del Consumidor, a menos que, así lo establezcan las partes”.*¹³⁸

3.6.3. Estados Unidos

Por ser uno de los países pioneros de los avances tecnológicos y el desarrollo del comercio electrónico, tiene una amplitud de leyes con la finalidad de proteger los derechos del consumidor otorgándoles seguridad jurídica en las transacciones electrónicas y así garantizando la protección de sus datos personales.

Ante el crecimiento del comercio electrónico, Estados Unidos aprobó en la década de los cincuenta un Código de Comercio Uniforme, como uno de los mayores avances significativos en el desarrollo del comercio electrónico, el cual ha sido adoptado por los diferentes estados con la finalidad de lograr la unificación en el tema de comercio electrónico y derecho comercial, por medio de la NCCUSL (Conferencia nacional de comisionados sobre leyes estatales uniformes).

Por lo cual el Código de Comercio Uniforme es considerado uno de los documentos que en su elaboración tuvo en cuenta el desarrollo legal del comercio electrónico, unificando la legislación existente en los estados para otorgarle mayor protección al consumidor cuando realice una transacción electrónica.¹³⁹

Con la implementación de este Código, se fueron aprobando las primeras leyes en materia de firma electrónica que fue de gran importancia como lo es la Utah digital (Ley de firma digital de Utah) aprobada en mayo de 1995 la finalidad era brindarle la seguridad al consumidor cuando realizara una

¹³⁸Alejandro Giraldo López, “La protección al consumidor en el comercio electrónico”, *Revista foro derecho mercantil*, n.53 (2016): 7-23.

¹³⁹Ana Isabel Meraz Espinoza, “Aspectos jurídicos del comercio electrónico como comercio transnacional” (Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, 2006), 186-187.

transacción electrónica, “esta Ley vino a establecer normas uniformes relativas a la autenticación y fiabilidad de los mensajes de datos, en coordinación con otros Estados”.¹⁴⁰

Pero esta ley no tuvo aplicación en los diferentes estados y como consecuencia cada estado fue creando sus propias leyes y por medio de la Conferencia Nacional de Comisionados sobre leyes estatales uniformes para la Unificación de las Transacciones Electrónicas se aprobó en 1999 una Ley uniforme sobre transacciones electrónicas (Uniform Electronic Transactions Act UETA) con el objetivo de facilitar en cada Estado los estándares para el uso y aceptación de la firma electrónica, la cual fue creada para complementar el Código de Comercio Uniforme, otorgando validez probatoria a las firmas electrónica, documentos electrónicos, estableciendo normas uniformes con los otros estados .¹⁴¹

La Ley uniforme sobre transacciones electrónicas (UETA), se organiza con base en tres principios fundamentales: “1) Si en la mayoría de las disposiciones del derecho estatal exigen un documento escrito, éste puede suplirse con un archivo electrónico; 2) Si estas mismas disposiciones exigen una firma, ésta puede suplirse, casi sin excepción, con una firma electrónica; 3) Las partes implicadas podrán acordar la forma electrónica para efectuar una transacción”.¹⁴²

La UETA tomo como base la Ley modelo de la CNUDMI en la regulación de los mensajes de datos y firma electrónicas, con la cual se busca facilitarlas transacciones electrónicas ofreciendo la seguridad jurídica a los consumidores.¹⁴³ Por lo tanto, la UETA solo se aplicará a las transacciones

¹⁴⁰Rodríguez, “Garantías jurídicas de los usuarios del Comercio Electrónico”, 57.

¹⁴¹Ibíd.

¹⁴²Víctor Manuel Rojas Amandila “Uniforme electronic transactions act de los Estados Unidos de América”, *Revista Mexicano de Derecho Comparado*, número 119, (2007): 531.

¹⁴³ Ibíd. 545.

en las cuales las partes hubieran estado de acuerdo, haciendo uso de medios electrónicos. De esta forma el presupuesto que exige la UETA para regir en las transacciones electrónicas es que intervengan por lo menos dos partes y en donde exista consentimiento de las mismas para comunicarse por medios electrónicos.

En el año 2000 como complemento de la mencionada ley , se aprobó la Ley de Firmas Electrónicas en el Comercio Global y Nacional (E-SignAct), la cual se aplica de manera estandarizada a todo tipo de transacciones electrónicas en la cual se brinda certeza legal a las operaciones electrónicas y por lo tanto valida la existencia de la propia contratación.¹⁴⁴

La E-Sign Act fue aprobada para completar la UETA, que a su vez ha sido adoptada por muchos Estados de Estados Unidos. Es por ello que el marco regulatorio de la (E-Sign) es aquellos Estados que no han adoptado la UETA, ya que fueron pocos los que adoptaron esta ley y para mantener la unificación se creó la mencionada ley.¹⁴⁵

*“La E-SignAct es una Ley que se superpone a las leyes federales y estatales, que da fuerza y efecto legal a las firmas electrónicas y registros electrónicos, en lugar de establecer un protocolo tecnológico específico, por lo que las partes involucradas en la transacción deberán pactar la tecnología y la seguridad que consideren oportunas”.*¹⁴⁶

Uno de los avances que ha tenido, por ser un país líder en el número de las transacciones electrónicas transfronterizas realizadas , es la creación de una página web denominada *econsumer.gov*, con la finalidad de proteger los derechos del consumidor online, siendo una medida

¹⁴⁴Meraz, *Aspectos jurídicos del comercio*, 190.

¹⁴⁵ *Ibíd.* 195.

¹⁴⁶Antonio Merchán Murillo, *“Reconocimiento transfronterizo de la firma electrónica”*, (Tesis de Doctorado, Universidad Pablo de Olavide de Madrid, 2015), 48.

implementada por la Comisión Federal de Comercio (FTC) de los Estados Unidos de América.¹⁴⁷

Ya que con la implementación de la Ley de la Comisión Federal de Comercio, se puede : *buscar reparación monetaria y otras medidas de alivio por conductas nocivas para los consumidores; prescribirá reglas que definan con especificidad actos o prácticas que sean injustas o engañosas, y establezcan requisitos diseñados para prevenir tales actos o prácticas; recopilar y recopilar información y realizar investigaciones relacionadas con la organización, los negocios, las prácticas y la gestión de entidades dedicadas al comercio y hacer informes y recomendaciones legislativas al Congreso y al Público, así como una serie de estatutos bajo la Ley* .¹⁴⁸

Debido a que la legislación de los Estados Unidos en materia de comercio electrónico, de firma electrónica, de protección de datos, es demasiado amplia, lo antes descrito solo es una parte de la diversidad de legislación que tiene Estados Unidos para proteger al consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas y por el número limitado de páginas, no se alcanza a describir las demás disposiciones referentes a la regulación de comercio electrónico.

3.6.4. España

La regulación sobre comercio electrónico y la contratación en línea, se encuentra establecida por medio de la Ley 34/2002 del 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI), en la cual incorpora en su ordenamiento legislativo la Directiva

¹⁴⁷Red Internacional de Protección al Consumidor, *Aplicación de la Ley ICPEN* (El Salvador, 2018), <https://www.econsumer.gov/es/PrivacyPolicy#crnt>.

¹⁴⁸Federacion tradecommission, *las leyes federales del comercio electrónico*, (El Salvador, 2017), <https://www.ftc.gov/enforcement/statutes>.

2000/31/CE del Consejo y del Parlamento Europeo en la que se regulan determinados aspectos jurídicos de los Servicios de la Sociedad de la Información, referentes al comercio electrónico.¹⁴⁹

Según la LSSI en su art 2 establece que se aplicara:

- a) A los proveedores que estén domiciliados en España, siempre y cuando coincida el lugar donde se centralizada la gestión administrativa y la dirección de sus negocios, además se requiere que se hayan inscrito en el registro para la adquisición de la personalidad jurídica;
- b) A los proveedores que estén conciliados en otro Estado, pero que tengan un establecimiento permanente situado en España donde ofrecen sus productos con su respectiva inscripción en el registro

Asimismo, se aplicará a los prestadores de bienes y servicios establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea, siempre y cuando el consumidor tenga domicilio en España y le afecte el “*régimen de elección por las partes contratantes de la legislación aplicable a su contrato*” tal como lo establece el art 3 literal de la LSSI.

En su art 4 inc. 2 establece que se aplicara a los proveedores de bienes y servicios establecidos en un Estado no perteneciente a la Unión Europea siempre “*que dirijan sus servicios específicamente al territorio español quedarán sujetos, además, a las obligaciones previstas en esta Ley, siempre que ello no contravenga lo establecido en tratados o convenios internacionales que sean aplicables*”.¹⁵⁰

¹⁴⁹Ministerio de Economía y Empresa, *la aplicación de la Ley LSSI*, (Gobierno de España 2018),2.<http://www.lssi.gob.es/la-ley/aspectos-basicos/Paginas/ambito-aplicacion-lssi.aspx>.

¹⁵⁰Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, (Gobierno de España, Madrid, 2002), artículo 4 inc. 2

Por lo tanto la normativa española se aplicará a los contratos que los consumidores celebren con prestadores establecidos en España cuando estén establecidos en otro Estado de la Unión Europea , siempre que la normativa española sea más beneficiosa para el consumidor que la legislación del país en que resida el prestador de servicios y si se realiza a un prestador de servicios establecido en un país que no pertenezca a la Unión Europea la legislación española sólo será aplicable si los consumidores españoles compran en tiendas virtuales que dirijan su actividad al mercado español o se hayan puesto en contacto con el consumidor a través de correo electrónico.¹⁵¹

Referente a la contratación por vía electrónica, la ley regula en su art 29 que se establece como lugar celebración del contrato el lugar donde el consumidor tenga su residencia tal como se encuentra regulado en la legislación de Paraguay.

*Pero el lugar de celebración del contrato no es un criterio de jurisdicción para determinar ante qué Tribunales puede demandar el consumidor al proveedor. “Las normas para determinar la jurisdicción competente para conocer de los litigios en materia contractual están contenidas en los Tratados internacionales y en las normas de la Unión Europea sobre competencia judicial, reconocimiento y ejecución de resoluciones judiciales, en la Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder”.*¹⁵² Siempre y cuando las partes mediante acuerdo no hayan pactado un lugar distinto como lugar de celebración del contrato.

Siendo España un país miembro de la Unión Europea con la firma del Tratado de Adhesión en Madrid y la integración efectiva en la Comunidad

¹⁵¹Ministerio de Economía y Empresa, *la aplicación de la Ley LSSI*, 3.

¹⁵²Ministerio de Asunto Exteriores, Unión Europea y Cooperación *La contratación electrónica*, (España, 2018), 2. <http://www.lssi.gob.es/laley/Paginas/preguntasfrecuentes.aspx?Faq=Contrataci%C3%B3n%20electr%C3%B3nica>.

Económica el 12 de junio de 1985, en la cual el junio de 1991 España suscribió “*el Acuerdo de Schengen que ahondando en el concepto de una “Europa sin Fronteras”, sobre la eliminación progresiva de los controles en las fronteras entre Estados miembros*”.¹⁵³

Por lo tanto, los países miembros de la Unión Europea deben mantener la armonización de las legislaciones con los Estados miembros encaminada a proteger a los consumidores en las controversias transfronterizas cuando contratan con proveedores establecidos en un país miembro, países terceros adoptando una serie de Directivas, o con países que no forman parte de la UE.¹⁵⁴

Ya que “*la Unión Europea tiene un tratamiento importante, que ha venido a realizarse a través de normas que se ocupan de la defensa del consumidor en el ámbito comunitario con una doble vertiente: respecto a la defensa de consumidores respecto a comerciantes establecidos en la Unión europea en la propia Unión y defensa de consumidores con respecto a comerciantes establecidos en terceros países*”.¹⁵⁵

Por lo cual, han creado mecanismos de protección de diversos sectores de la contratación a distancia. Por otro lado, el comercio electrónico ha potenciado la compra de productos, por lo que surge la necesidad de armonizar y unificar un marco normativo a nivel comunitario, con el fin aprovechar el mercado interior europeo.

La aprobación de la Directiva 97/7/CE, de contratos a distancia de la Directiva 2011/83/UE, sobre los derechos de los consumidores, en donde

¹⁵³Ministerio de Asunto Exteriores, Unión Europea y Cooperación *El cumplimiento de 30 años desde la firma del Tratado de Adhesión de España a las entonces Comunidades Europeas*, (España, 2017). <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/UnionEuropea/Paginas/EspUE.aspx>.

¹⁵⁴Murillo, “*Reconocimiento transfronterizo de la firma electrónica*”, 103.

¹⁵⁵Ibíd.

se armonizan las materias de contratos celebradas fuera de los establecimientos comerciales y contratación a distancia, han marcado un precedente en la regulación en las transacciones electrónicas realizadas con el consumidor.¹⁵⁶

Cuando se dé una controversia transfronteriza relacionada al incumplimiento de las obligaciones contractuales derivadas de contratos de compraventa entre España y un país miembro de la UE, se aplicará la Directiva 2013/11/UE, “Sobre Resolución Alternativa de litigios en materia de consumo”, garantizando la protección a los derechos al consumidor, estableciendo un procedimiento gratuito, sin estar obligados a asistir por medio de un abogado, y fácil de realizar por medio de un portal en línea donde el consumidor pueda presentar en línea la reclamación contra el proveedor, en la cual puede tener acceso a mecanismos de recursos extrajudiciales, el cual será resuelto ante una entidad de resolución alternativa designada por los países miembros la cual debe de tener conocimiento especializado y ser imparcialidad que proponer o imponer una solución amistosa a las partes y solo podrá resolver procedimientos de resoluciones alternas de conflicto relativos a obligaciones contractuales derivadas de contratos de compraventa siempre y cuando el proveedor sea establecido en el territorio de los países miembros en el término de noventa días.¹⁵⁷

Por medio del Reglamento (UE) nº 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE)

¹⁵⁶Henry Sosa Olan, *El derecho de desistimiento como mecanismo protector del consumidor en la contratación electrónica* (Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2015), 25.

¹⁵⁷Directiva UE, “Relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE” (Parlamento Europeo y Consejo, 2013), <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/ES/XT/?qid=1567018140827&uri=CELEX:32013L0011>.

nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, se regula el funcionamiento de la plataforma en línea por medio de la cual se tendrá que facilitar un formulario electrónico de reclamación, para la resolución de conflictos a los consumidores, a través de un procedimiento de calidad brindado por las entidades de resolución alterna.

Asimismo, por medio del Reglamento N° 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de julio de 2014, relativo a la identificación electrónica de servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior y por la que se deroga la directiva 1999/93/CE, que tiene la finalidad de establecer la seguridad de los sistemas de identificación electrónica, para garantizarla autenticación en el acceso a los servicios transfronterizos en línea ofrecidos por los Estados miembros los cuales deben de cooperar en relación a la seguridad de los consumidores.¹⁵⁸

3.7. Conclusión

Después de cumplir con uno de los objetivos, se concluye que en el país ha tenido avances significativos con la implementación de la Ley de firma electrónica, las reformas a la Ley de protección al consumidor y ser parte de algunos Tratados garantizando así la protección de los derechos del consumidor, aunque la legislación nacional resulta inadecuada para ser aplicada a transacciones electrónicas transfronterizas, ya que se tiene que partir de la premisa que no existe una ley universal que sea aplicada a todos los países por el principio de no intervención, ya que cualquier solución que pretenda darse traspasa fronteras por lo que es poco lo que las autoridades nacionales pueden hacer frente a proveedores que comercializan sus productos en el ciberespacio con establecimiento en otros países, con el

¹⁵⁸Reglamento (UE) " Sobre Resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 524/2013, nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, (Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013). <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/?qid=1567018897749&uri=CELEX:32014R0910>.

estudio de la legislación de Paraguay, Colombia, Estados Unidos y España se puede denotar que El Salvador está atrasado respecto a la normativa jurídica que si tiene una solución cuando se suscite una controversia electrónica transfronteriza ya sea jurídica o extrajudicial, ya que han implementado mecanismos online para que sea de manera más eficaz, siempre que la relación de consumo sea la modalidad B2C.

CAPITULO IV

MECANISMOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En el presente capítulo se tiene como propósito dar solución al problema de investigación ¿Cómo se pueden tutelar los derechos de los consumidores en las transacciones electrónicas transfronterizas en la modalidad B2C? los cuales se considera que se pueden garantizar a través de mecanismos de protección al consumidor en línea con la finalidad de buscar cooperación entre los diferentes países o las diferentes agencias de protección al consumidor, con el objetivo de brindar protección y aplicar las medidas que sean pertinentes dirimir las controversias por medio de procedimientos más rápidos y a un bajo costo; además se desarrollan las diferentes organizaciones que protegen los derechos de los consumidores a nivel internacional de los cuales El Salvador es miembro; y se analizara si en el país ha cumplido con los estándares y principios que se han establecido en las Directrices de Protección al Consumidor, con el propósito de verificar si está adoptando las recomendaciones, para que los derechos de los consumidores no sean vulnerados.

4. Generalidades

4.1. Mecanismos de protección al consumidor

Como respuestas a que las resolución de controversias transfronterizas del comercio electrónico deben atender cuestiones tales como: determinación de la legislación aplicable, la fijación de la jurisdicción competente o la validez de la instrumentación de los datos jurídicos por medios digitales, el tema se vuelve particularmente complejo en el caso de los pequeños litigios ya que los problemas surgidos en este tipo de transacciones no justifican

la disposición de recursos que significan gravosas actuaciones judiciales o el sometimiento a los arbitrajes internacionales tradicionales.

Dada la complejidad del tema, cualquier alternativa o solución que pretenda darse, necesariamente deberá enfrentar los problemas inherentes de la transnacionalidad, se han creado medios alternativos como mediación y arbitraje online, que funcionaría mediante un centro de arbitraje y mediación, ya que es evidente en los últimos años el crecimiento de las transacciones electrónicas, por lo que ha sido necesario la creación de mecanismos online, que ayudan a poder evitar o resolver un conflicto transfronterizo en la relación de consumo B2C.¹⁵⁹

4.2 Mecanismos en línea

Es de mencionar que las Directrices de Protección al Consumidor, recomiendan a los países miembros a reforzar la protección de aquellos consumidores en las transacciones electrónicas transfronterizas, además en su letra F número 37 recomienda a los Estados miembros que se establezcan “*mecanismos justos, efectivos, transparentes e imparciales para atender las reclamaciones de los consumidores, por medios administrativos, judiciales y alternativos de solución de controversias, incluidos los casos transfronterizos*”.¹⁶⁰

A continuación, se mencionará mecanismos de los cuales El Salvador es miembro y otros que serían importantes implementarlos para dar seguridad jurídica a los consumidores cuando realicen una transacción electrónica transfronteriza:

¹⁵⁹Andrea Viviana Sarra, *Comercio electrónico y derecho. Aspectos jurídicos de los negocios en internet* (Editorial Astrea, Buenos Aires, 2001), 310.

¹⁶⁰ONU, Directrices de las Naciones Unidas para la protección de los consumidores (Asamblea General de las Naciones Unidas, Estados Unidos, 2015), 2. https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_es.pdf

4.2.1. Econsumer.gov

El Econsumer es International es una organización no gubernamental sin fines de lucro, la cual trabaja con sus países miembros a nivel mundial para potenciar y defender los derechos de los consumidores y garantizar su cumplimiento de manera justa y transparente.¹⁶¹

La defensoría del consumidor se incorporó el 25 de junio del 2019 a la red mundial Econsumer para garantizar la protección y defensa de los consumidores en el comercio electrónico global en la que pertenecen 39 países, lo cual consiste en una plataforma en línea llamada “Consumer Sentinel Network, creada por la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos de América (FTC por sus siglas en inglés).¹⁶²

La cual se creó con la finalidad de tener una red global de agencias para proteger al consumidor online de estafas o fraudes internacionales por Internet, por medio de un procedimiento sencillo en el cual se debe de llenar un formulario de queja en línea con sus datos personales, información detallada sobre su queja, los detalles de la compañía que incumplió, los cuales serán ingresados a una base de datos de quejas del consumidor, la cual es supervisada por la FTC y la información podrá revisarla organismos gubernamentales de aplicación de la ley y agencias reguladoras de varios países.¹⁶³

Es decir econsumer.gov es un portal donde los consumidores pueden reportar estafas internacionales y es importante para El Salvador ser

¹⁶¹Red internacional de aplicación de la protección del consumidor *sobre la protección del consumidor en todo el mundo*, 2.

¹⁶²Defensoría del consumidor *se incorpora a la red mundial Econsumer para la protección y defensa de los consumidores en el comercio electrónico global*, (El Salvador, 2019), 5. <https://www.defensoria.gob.sv/defensoria-del-consumidor-se-incorpora-a-la-red-mundial-econsumer-para-la-proteccion-y-defensa-de-los-consumidores-en-el-comercio-electronico-global/>.

¹⁶³Ibíd, 8.

miembro ya que brinda medidas que se deben de tomar en cada situación y a la vez ayuda a las agencias de protección al consumidor, analizar cuáles son las quejas más frecuentes a nivel internacional para implementar medidas y combatir dicha problemática como lo han realizado los demás países y *“aunque su queja pueda ser vista por numerosas agencias gubernamentales, estas agencias pueden o no revisar su queja. No se debe esperar que alguna agencia necesariamente le dé seguimiento a su queja. Muchas agencias gubernamentales interponen demandas para proteger al público en general, pero no intervienen en favor de los consumidores de manera individual”*.¹⁶⁴

4.2.2. RAC (Resolución Alternativa de Conflictos)

Por medio de las Resolución Alternativa de Conflicto se brinda protección a los derechos del consumidor online, ya que es por medio de las cuales interviene un tercero que ayuda a dar soluciones a la controversia entre las partes, las RAC se encuentran establecidas en las condiciones de compra, donde el consumidor especifica que si se lleva a cabo una controversia será resuelta por medio de las RAC donde se incluye la mediación y arbitraje para darle solución a la controversia.

Se hará uso de las RAC, siempre que no se haya acudido ante un tribunal la controversia y *“luego de verificar con la agencia local de protección al consumidor para ver si las cláusulas "obligatorias" o "vinculatorias" de RAC son legales y aplicables en su país”*.¹⁶⁵

Ya que muchos sitios web en sus términos de compra especifican que se debe de resolver por medio de las RAC y que el consumidor debe de renunciar a acudir a tribunales, por lo cual se recomienda a los

¹⁶⁴Ibíd., 9.

¹⁶⁵Ibíd.

consumidores que quieren renunciar al derecho que se le otorga de ir ante tribunales que compre sus productos en otro sitio web.

Antes de hacer uso de las RAC el consumidor debe de ponerse en contacto con el proveedor para verificar si pueden llegar a un arreglo y que ambas partes queden satisfechas.

Los beneficios de resolver la controversia por medio de las RAC en línea, es que suelen ser más rápidos, más baratos, que acudir a un tribunal. Los métodos populares de RAC incluyen la mediación, el arbitraje y la negociación automatizada.

- a) Mediación, en esta etapa existe un tercero que es neutral llamado “mediador”, el cual tiene como función facilitar el dialogo donde las partes deben de proponer soluciones y así llegar a un acuerdo favorable, en caso de no llegar a ningún acuerdo se procede a la siguiente etapa que es el arbitraje.
- b) Arbitraje, Si en la mediación ninguna de las partes llegó a ningún arreglo se pasa a esta etapa, en la cual las partes puedan presentar las pruebas y participar en las audiencias que será en línea, ya sea por medio de una conferencia web o por comunicación escrita, en las cuales se interrogara a los testigos de ambas, si es que lo hubiese en la cual el laudo o arbitro da a poner su decisión la cual es legalmente vinculante a las partes.¹⁶⁶

4.2.3 Sellos de confianza

“Son distintivos otorgados por terceras empresas imparciales que sirven para certificar la seguridad de las compras a través de esas tiendas

¹⁶⁶Red internacional de aplicación de la protección del consumidor *sobre la protección del consumidor en todo el mundo*, 2

virtuales y que se conceden tras la comprobación de que cumplen con determinados requisitos”. ¹⁶⁷

En algunos casos los sellos de confianza realizan la función de arbitraje en las controversias entre consumidores y proveedores evitando tener que acudir a la vía judicial y con la finalidad de agilizar la resolución, ya que hay ciertos programas de sellos de confianza que ofrecen al consumidor solucionar las controversias por medio de las RAC con la limitante que puede perder el sello de certificación si la compañía no quiere participar en el proceso.

Es preciso hacer la aclaración que no es obligación que las empresas opten por esta alternativa; sin embargo, si deciden obtener este tipo de mecanismos necesitan cumplir con ciertos requisitos sin dejar de mencionar y hacer énfasis que la empresa acreditada con estos sellos ofrecen mayores niveles de seguridad, calidad en sus clientes y aumenta su competitividad

Aquí radica la importancia de optar por estas marcas distintivas, mayor parte de empresas proveedores que cumplen con estos requisitos y obtiene este tipo de beneficios son de países desarrollados, ya que es por medio de los países europeos donde existe una notable multiplicidad de sistemas de confianza se han implementado a nivel mundial .”¹⁶⁸

Algunos sellos de confianza están enfocados en el cumplimiento de un código ético por ejemplo (Confianza Online, BBB), otros que verifican la autenticidad de las recomendaciones de los usuarios (eValor, eKom), los que evalúan los servicios generales online (Trusted Shops); asimismo, los

¹⁶⁷Inés Ramírez Nicolás, “Sellos de confianza. Garantía de seguridad en las compras online”, *Revista, ICEX Artículo* (2016):3.

¹⁶⁸David Monroy Antón, “El comercio electrónico de calidad. Compromisos empresariales asumidos INNOVAR”, *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, n.47 (2013):45.

que certifican la seguridad de las transacciones (VeriSign) o los que se basan en el análisis de la privacidad (TrustE).¹⁶⁹

Para optar a estos sellos de confianza como empresa se tiene que seguir un procedimiento el cual se detallara a continuacion. Como primer paso solicitud de adhesion luego se hace un análisis de la documentación aportada por el PSSI, seguido de un examen de conformidad del sitio Web articulado al código de conducta, existiendo la valoración del auditor y como ultimo paso la concesión si procede el sello de confianza acreditativo de la adhesión, cuando la empresa obtiene y cumple con los requisitos del sello, se otorga un logotipo que se puede publicar en su pagina web y que representa la implementacion de todas aquellas practicas que rige el sello y se reconoce la transparencia de los servicios y productos que ofrece.¹⁷⁰

La importancia que las empresas se adhieran a los sellos de confianza en El Salvador es para el crecimiento del comercio electronico, ya que dichos sellos generan transparencia y la vez demuestran el compromiso de la empresa en cumplir con una serie de reglas éticas de conducta, mejorando su posicionamiento a nivel de marketing, aumentando su competitividad en el sector de nuevas tecnologías.

La adopcion de los sellos de confianza en las empresas proveedoras en El Salvador es una ventaja para los consumidores y proveedores, ya que es mas factible que el consumidor al momento de la compra seleccione la empresa que se a adherido a estas practicas de conducta , ya que estan garantizando la protección de los derechos del consumidor online, por ello las empresas de sellos de confianza ofrecen programas de seguridad en línea en beneficio del consumidor, con la facilidad de que le reintegren el

¹⁶⁹ ibíd.

¹⁷⁰Oficina de seguridad del internauta, *Los sellos de confianza y en que nos ayudan*, (España, 2018) <https://www.osi.es/es/actualidad/blog/2018/04/05/sellos-de-confianza-que-son-en-que-nos-ayudan>.

dinero si nunca recibió el producto que solicito y si no logro llegar a ningún acuerdo, se debe de poner en contacto con su proveedor de sellos de confianza, para que estos le ofrezcan una garantía y le reintegren su dinero.¹⁷¹

4.2.4. ODR

Desde un punto de vista jurídico las ODR son un mecanismo directamente relacionado a la protección de los consumidores en las transacciones electrónicas, el cual se desarrolla mediante un tercero neutral online, que requerirá a las partes de forma activa para la solución de controversias. Son utilizadas únicamente para resolver litigios transfronterizos entre proveedores y consumidores, lo cual es un procedimiento en línea que es fácil y rápido para resolver la controversia.¹⁷²

Este mecanismo consiste en un sitio web interactivo que proporciona de manera gratuita, un punto de acceso único a las personas consumidoras y a las empresas para la resolución extrajudicial de litigios contractuales derivados de compraventas transfronterizas realizadas por internet; su procedimiento consiste en la canalización de los litigios que se produzcan hacia los organismos de resolución de litigios, los cuales han de estar conectados a la plataforma , las personas empresarias que ofrezcan sus productos en línea tendrán la obligación de incluir en su página web un enlace de fácil acceso a la plataforma ODR, la cual permitirá la presentación de la reclamación del consumidor mediante un formulario electrónico el cual estará disponible en todas las lenguas oficiales de la Unión Europea.

¹⁷¹Alberto Urueña López, “La confianza en el comercio electrónico, Políticas de fomento de la confianza en el ámbito digital”, *Revista, Artículo n. 399* (2016): 172.

¹⁷²Félix Valbuena González, “La plataforma europea de resolución de litigios en línea (ODR) en materia de consumo”, *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, n.52 (2016): 991.

Los costos para un consumidor de acudir ante un tribunal para dirimir un conflicto surgido de una transacción electrónica transfronteriza son muy elevados, es por ello que existen mecanismos extrajudiciales online para la resolución de disputas a los que se puede acudir.¹⁷³

La plataforma ODR fue creada en virtud del reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo, es por ello que *“esta plataforma tiene como punto de contacto el Centro Europeo del Consumidor en España, que emitirá de manera automática la reclamación recibida a la entidad nacional de resolución alternativa que las partes hayan acordado, este procedimiento está obligado a concluir en un plazo de 90 días”*.¹⁷⁴

En la relación de consumo es necesario el desarrollo de estos mecanismos para generar la confianza en los consumidores a la realización de transacciones electrónicas transfronterizas, ya que en casos de controversia los procedimientos online son más sencillos, rápidos, eficaces.¹⁷⁵

Además *“es fundamental en estos procedimientos la seguridad, el buen funcionamiento de la plataforma y los sistemas informáticos utilizados, así como la intimidad y el secreto de las comunicaciones”*.¹⁷⁶

Estos mecanismos ODR son importantes en el comercio electrónico ya que

¹⁷³Sebastián Orrego-Garay, “El comercio Electrónico y Los Mecanismo online para la Resolución de Disputas”, *Revista Académica*, n.6(2015): 98.

¹⁷⁴Ibíd. 87. El Reglamento 524/2013 entro en vigor el 16 de enero de 2016, y trata sobre la resolución de litigios en línea en materia de consumo, la misma va acompañada de la Directiva 2013/1/UE, relativa a la resolución alternativa de Litigios en materia de consumo, según lo prescribe el artículo 14.1 que las empresas que venden por línea deberán informar a los usuarios de la existencia de esta nueva plataforma, en un lugar de fácil acceso en su tienda online.

¹⁷⁵Lorenzo Bujosa Vadell, Diego Palomo Vélez, “Mediación electrónica: Perspectiva europea”, *Revista Ius et Praxis*, n.2(2017):62.

¹⁷⁶ Ibid. 67.

aumentan el grado de confianza de los sujetos que intervienen, cuentan con un procedimiento o sistema en línea estructurado de fácil acceso y bajo costo para la resolución eficiente de conflictos.

En El Salvador este tipo de mecanismos se vuelve un reto para ser implementado, ya que por la falta de igualdad de acceso a internet incluyendo que un mayor porcentaje de la población desconoce la existencia de este tipo de mecanismos, los consumidores se abstienen de realizar transacciones comerciales en línea , ya que están acostumbrados a comprar en la tienda física del proveedor y verificar el producto, además para la implementación de este tipo de plataformas se necesita de tecnología, con una infraestructura desarrollada, que permita a la población acceder sin ninguna dificultad o riesgo.

4.3. Organizaciones e instituciones internacionales que protegen al consumidor

4.3.1. OMC

*La Organización Mundial del Comercio, es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países.*¹⁷⁷

Desde el año 1995 El Salvador es miembro, la cual es favorable para el país, ya que por medio de la OMC se le da apertura al comercio, a la vez sirve de foro para que los países miembros realicen negociaciones y puedan llegar acuerdos que establecen normas jurídicas fundamentales en el comercio internacional, las cuales obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales en los límites convenidos, con la finalidad de

¹⁷⁷Organización Mundial del Comercio, *La visión general de su institución, ya que es la única que ayuda a realizar negociaciones entre los países.* (España, 2015), 2. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm.

eliminar los obstáculos al comercio internacional para obtener un crecimiento elevado en la economía y desarrollo de cada país.

*La OMC ofrece un marco jurídico e institucional para la aplicación y la vigilancia de esos acuerdos, así como para la solución de las diferencias que puedan surgir de su interpretación y aplicación.*¹⁷⁸

Es de importancia ser un país miembro de la OMC ya que en sus principios fundamentales tiene la apertura de fronteras, para la expansión de los mercados nacionales al comercio internacional, mediante el cual debe de ir acompañado de políticas nacionales y extranjeras, favoreciendo en gran manera el desarrollo económico de cada país. Ya que es la única que se encarga de crear y supervisar las normas que rigen el comercio por medio de promoción del desarrollo, fomento de una competencia leal, transparencia, hacia los demás.

4.3.2. ICPEN (International Consumer Protection Enforcement Network), traducida es “Red Internacional de aplicación de la ley y protección de los Consumidores”

Es una organización fundada desde 1992 que se compone por autoridades que tienen por finalidad la protección del consumidor, su objetivo es garantizar la protección de los intereses del consumidor en el mundo, la cual se encarga de compartir la información e intercambiar experiencias de los países que han dado solución a controversias transfronterizas, que afectan los derechos de los consumidores en las transacciones electrónicas transfronterizas, garantizándolos a nivel mundial la protección por medio de la cooperación, como por ejemplo Econsumer.gov.¹⁷⁹

¹⁷⁸ *Ibíd.*

¹⁷⁹ICPEN - International Consumer Protection and Enforcement Network publicaba en su sitio web el observatorio de internet, <http://www.e-observatorio.es/icpen.aspx>

El objetivo de ICPEN es fomentar acciones para prevenir la mala práctica de marketing transfronterizo y también fomentar el intercambio de información sobre los reclamos transfronterizos, presentada a través de econsumer.gov que ayuda a ICPEN que por medio de la red se agrupan diferentes agencias de protección al consumidor, con la finalidad que los países miembros de la ICPEN puedan utilizarlos para la investigaciones de controversias transfronterizas para que se vayan regulando dichas falencias en las acciones regulatorias.¹⁸⁰

4.3.3. OCDE

Es una Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico su finalidad es promover políticas que ayuden a mejorar el bienestar económico y social de las personas a nivel mundial en la cual participan diferentes países miembros que tiene como propósito buscar las mejores soluciones a los problemas más frecuentes a que se enfrenta el consumidor a través de su Comité de Política del Consumidor (PCC).¹⁸¹

La OCDE desde el año 1999 adoptó el primer instrumento internacional para la protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico. El Salvador se convierte en el miembro número 53 del Centro de Desarrollo de la OCDE el día 13 de febrero de 2019¹⁸², lo cual es de importancia para los consumidores ya que la OCDE establece Directrices para la protección de los consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas.¹⁸³,

Ya que tiene como finalidad garantizar la protección de los consumidores,

¹⁸⁰Ibíd.

¹⁸¹Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), publicaba en su sitio web las mejores políticas para una vida mejor, <https://www.oecd.org/centro-demexico/laocde/>.

¹⁸²Ibíd.

¹⁸³Véase anexo 3.

es por ello que recomienda a los países miembros a tomar en cuenta la vulneración de sus derechos en internet, para ofrecerles una protección transparente mediante el desarrollo de políticas y el uso de mecanismos de resolución de controversias en línea, para hacer frente al obstáculo que representa la jurisdicción y el derecho aplicable en internet, con el propósito de brindarle una seguridad a consumidor cuando realice transacciones electrónicas transfronterizas.¹⁸⁴

En su art 43 letra F de Solución de controversias y reparación estipula: “*Se debería proporcionar a los consumidores un acceso significativo a mecanismos justos, fáciles de usar, transparentes y eficaces para resolver las controversias de comercio electrónico, sean nacionales o transfronterizas, de manera oportuna para conseguir reparación, según corresponda, sin incurrir en costos o cargas innecesarios. Se deberían incluir mecanismos extrajudiciales, como la tramitación interna de quejas y los métodos alternativos de solución de controversias. Conforme con la ley aplicable, el uso de tales mecanismos extrajudiciales no debería impedir que los consumidores persigan otras formas de resolución de controversias y reparación*”.¹⁸⁵

Por lo cual, los países miembros deberán incluir en su legislación nacional mecanismo efectivos ya sea para resarcir el daño causado a los consumidores, para impedir que los proveedores practiquen dichas conductas, que permita a las instituciones encargadas de vigilar el cumplimiento de las leyes de protección al consumidor, con la finalidad de identificar los obstáculos y que exista una cooperación transfronteriza para proteger al consumidor de las prácticas comerciales fraudulentas y

¹⁸⁴Scotti, *contratos electrónicos*, 102.

¹⁸⁵OCDE, *Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas*, (Comisión federal del comercio, Paris 2003), artículo 43, <https://www.oecd.org/internet/consumer/proteccion-al-consumidor-en-el-comercio-electronico.pdf>

engañosas, para superar estas barrera otorgándole una protección transparente a los consumidores que participen en el comercio electrónico.

4.3.4. OEA

Esta Organización de Estados Americanos fue creada en 1948, con el objetivo de ser un foro político para la toma de decisiones, mediante el diálogo multilateral y la integración americana, este organismo regional se remonta a la Primera Conferencia Internacional Americana donde se acordó crear la Unión Internacional de Repúblicas Americanas entre ellas el país, además por medio de la OEA se implementó la Iniciativa sobre ODR para resolver las controversias transfronterizas.

Es muy importante este organismo que busca darle protección a los consumidores, prueba de ello es que “*Durante su más reciente período ordinario de sesiones (octubre de 2016) el Comité Jurídico Interamericano (CJI) aprobó una resolución sobre la protección internacional de los consumidores*”.¹⁸⁶Reconociendo de esta forma los desafíos a los que se expone el consumidor en sus negociaciones transfronterizas y la necesidad de darles una protección especial, que incluya métodos efectivos, eficientes y accesibles de resolución de controversias.

4.3.5. UNCTAD

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), es el órgano principal de la Asamblea General de las Naciones Unidas que trata sobre el comercio, la inversión y el desarrollo. Su objetivo es promover el desarrollo económico a través del comercio internacional,

¹⁸⁶Comité Jurídico Interamericano, *La protección internacional de los consumidores CJI/RES.221* de (España, 2016.). http://www.oas.org/es/sla/ddi/boletines_informativos_CJI_Resolucion_Proteccion_Consumidores_Oct-2016.html. La cual va encaminada a velar por los derechos de los consumidores y ayudando a disminuir los desafíos a los que se enfrenta el consumidor.

mediante programas para proteger los derechos de los consumidores, en relación a políticas de competencia y consumo, mercados abiertos y competitivos, con la finalidad que los consumidores logren un mejor bienestar.

La UNCTAD ayuda a los países en desarrollo a aprovechar el comercio internacional, la inversión, los recursos financieros y la tecnología para lograr un desarrollo sostenible e inclusivo.¹⁸⁷

4.3.6. ILCE (Instituto latinoamericano de comercio electrónico)

*“El Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico es una organización de carácter regional, que apoya el desarrollo de la economía digital en Latinoamérica con iniciativas que consoliden e impulsen los negocios en línea, uno de sus principales objetivos es tener una red regional de entidades locales que permita aprender de los demás integrantes, la red está compuesta por cámaras y asociaciones nacionales de comercio electrónico de Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, México, República Dominicana, Venezuela, Paraguay, Perú, y Uruguay”.*¹⁸⁸

El ILCE desde el año 2016 tiene como objetivo principal ampliar el programa de confianza con la finalidad de aumentar la cantidad y calidad de productos y servicios que cumplan con las buenas prácticas de comercio electrónico transfronterizo.

El ILCE tiene diferentes iniciativas algunas de ellas son impulsar: Los congresos latinoamericanos de comercio electrónico, comunidad e-business, e-commerce awards, e-business awards, e-commerce day , e

¹⁸⁷Ministerio de asuntos exteriores, Unión Europea y Cooperación, internacionales. <http://www.unctad.org/>. Se encuentra UNCTAD como órgano principal de las Naciones U.

¹⁸⁸OECD, “Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Un manual para la economía digital”, (Inter American Developmentbank, Paris, 2016), 444-445.

ebusiness.¹⁸⁹

En el cuales El Salvador participo en una de sus iniciativas del Instituto Latinoamericano de Comercio electrónico, denominada “eCommerce DAY”, se llevó a cabo el veintiocho de octubre del dos mil dieciocho, lo cuales son considerados los eventos más importantes sobre comercio electrónico y negocios por internet de América Latina, ya que se busca mejorar las estrategias para buscar el desarrollo del comercio en línea en El Salvador, para que los empresarios dedicados a vender sus productos por medios electrónicos puedan expandirse a nivel mundial generando incremento en su inversión .¹⁹⁰

4.4. Análisis de las directrices de protección al consumidor

En razón de que las transacciones electrónicas B2C en el país cada vez van en aumento y para conocer si El Salvador ha tomado medidas de protección para los consumidores que hacen uso de este nuevo mercado digital, como grupo de investigación se hará un breve análisis respecto a la protección del consumidor en una controversia electrónica de consumo transfronteriza, tomando como referente la resolución 70/186 de las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, aprobadas el 22 de diciembre de dos mil quince, en virtud de que se aplican a las transacciones entre empresas y consumidores.

Asimismo, contribuyen a que los países tomen medidas adecuadas para la protección del consumidor y aportan mecanismos de tutela que se adecuen

¹⁸⁹Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico ILCE, *Los eCommerce DAY que son una iniciativa del Instituto Latinoamericano de Comercio electrónico y son los eventos más importantes sobre comercio electrónico y negocios por internet de América Latina*, (ECommerce LATAN, Colombia, 2010),2. <https://colombia.ecommercelatam.com/instituto-latinoamericano-de-comercio-electronico-ilce/>.

¹⁹⁰Walter Sibrián , “ *eCommerce Day 2018: una cita para hablar de comercio electrónico en El Salvador*”,(La prensa gráfica, 2018), sección de economía. <https://www.laprensa-grafica.com/economia/eCommerce-Day-2018-una-cita-para-hablar-de-comercio-electronico-en-El-Salvador--20181025-0052.html>.

a la realidad salvadoreña, por lo tanto, al inicio se planteó como objetivo de esta investigación analizar si El Salvador cumple con los estándares y principios que establece las Naciones Unidas para la protección al consumidor.

Por lo cual, es importante recalcar que la protección de los consumidores encuentra su fundamento en el art. 101 de la Constitución ésta privilegiada previsión constitucional, supone el principio “pro consumidores” en el ordenamiento jurídico salvadoreño, cuya tutela debe corresponder a todos los poderes del Estado.

Al órgano legislativo, aprobando la legislación secundaria necesaria para garantizar el respeto de los derechos de los consumidores, en aquellos ámbitos en dónde la legislación vigente no sea suficiente.

Al órgano judicial, interpretando adecuadamente la normativa y velando por el interés público y general que es donde reside el derecho a la protección en materia de consumo. Finalmente, al órgano ejecutivo, adoptando todas las políticas públicas necesarias para la efectiva protección de los consumidores.

Según las Directrices el Comercio Electrónico *“ha cobrado cada vez más importancia para los consumidores de todo el mundo y que las oportunidades que ofrece deben aprovecharse para contribuir a facilitar el desarrollo y el crecimiento económicos sobre la base de las nuevas tecnologías de red con computadoras, teléfonos móviles y dispositivos conectados que promueven el bienestar de los consumidores”*.¹⁹¹

¹⁹¹ONU, *Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor*.2.

Respecto a ello y considerando los cambios en el mercado, los vacíos legales identificados y en aras de mejorar el marco normativo de El Salvador, la Asamblea Legislativa aprobó en julio de 2018 a través del Decreto 51 que entró en vigencia el 7 de agosto del mismo año unas Reformas a la Ley de Protección al Consumidor, las cuales hacen referencia a la protección del consumidor en las transacciones de comercio electrónico, derecho de retracto, derecho de reversión de pago, derecho a darse de baja, obligaciones especiales para proveedores de bienes y servicios antes, durante y después de las fases de la contratación en línea.

Esta nueva generación de reformas, perfecciona el reconocimiento del derecho de las personas consumidoras a ser protegidas en las transacciones de comercio electrónico (art. 4, literal q) en razón de ello. Según el autor, quien, desde mayo de 2018, es presidente de la Defensoría del Consumidor, expresó que *“las reformas a la Ley de Protección al Consumidor, constituyen un importante triunfo para las personas consumidoras y un notable legado para el país. Con esta reforma, mejoramos y se amplía la defensa legal el derecho a ser protegido en las transacciones de comercio electrónico la información personal y financiera de los consumidores ”*.¹⁹²

Asimismo, las Directrices mencionan que *“Los Estados Miembros deben esforzarse por fomentar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico, mediante la formulación constante de políticas de protección del consumidor transparentes y eficaces, que garanticen un grado de protección que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio.*¹⁹³

¹⁹²Ricardo Salazar, *Reformas a la Ley de Protección del Consumidor* (El Salvador, Ponencia, Defensoría del Consumidor, agosto 2018). <https://www.defensoria.gob.sv/defensoria-del-consumidor-promueve-difusion-y-conocimiento-de-reformas-a-la-ley-de-proteccion-al-consumidor-en-el-departamento-de-la-union/>.

¹⁹³ONU, *Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor*.5.

En virtud de ello y tomando en cuenta este apartado en el país con el fin de brindar confianza en el comercio digital y a los procesos burocráticos de las instituciones públicas. La Asamblea Legislativa aprobó la Ley de Firma Electrónica en octubre de 2015 que establece como objetivo principal otorgar el mismo valor jurídico de la firma autógrafa común a la firma electrónica simple y a la firma electrónica certificada, según el Artículo 1 de la Ley de Firma Electrónica. Es muy importante ya que la firma electrónica es una solución tecnológica que permite autenticar el origen y verificar la integridad del contenido de un documento electrónico de manera tal que ambas características sean demostrables ante terceros.

Entre los beneficios que se pueden destacar en dicha ley es que mejora la calidad del servicio, fortalece la transparencia, mejora la competitividad del país, se adoptan nuevas tecnologías, etc.

Otro aspecto importante de las Directrices establece: *“Los Estados Miembros deben alentar el establecimiento de mecanismos justos, efectivos, transparentes e imparciales para atender las reclamaciones de los consumidores, por medios administrativos, judiciales y alternativos de solución de controversias, incluidos los casos transfronterizos”*.¹⁹⁴

Actualmente en el país si un consumidor decide realiza transacciones con proveedores extranjeros, este debe tener presente que se está rigiendo por las políticas establecidas y la legislación del país de origen del proveedor; por lo que cualquier queja debe de realizarse de manera directa con el proveedor. Es importante destacar los avances que se han logrado a partir de las directrices en el país, ya que después de darse a conocer estas nuevas directrices de protección al consumidor, El Salvador fue el primer país en Centroamérica en reformar su ley secundaria de Protección al

¹⁹⁴ *Ibíd.*

Consumidor reconociendo el derecho a ser protegidos en las transacciones electrónicas, así como la aprobación de la Ley de firma electrónica que es otro mecanismo que busca crear confianza en los consumidores y actualmente ya se cuenta con un nuevo anteproyecto de Ley de Comercio Electrónico.

Se considera que El Salvador ha cumplido en gran parte con lo establecido en las directrices y en el ámbito transfronterizo se cuentan con Políticas que dan protección a los consumidores que compran productos a otros países por medio de las plataformas electrónicas, considerando que es un país en vía de desarrollo pero que no se descarta la posibilidad de que en un futuro se cuente con políticas que protejan en este ámbito, para conocer la opinión de expertos sobre el tema se realizó una entrevista a técnicos en Materia de Comercio electrónico del Ministerio de Economía, véase anexo 4.

Es importante hacer mención sobre las nuevas Directrices de Naciones Unidas para la protección al consumidor aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2017, ya que estas directrices contribuyen a vigorizar el marco jurídico de protección al consumidor, no solo frente al comercio electrónico, sino en el ámbito de los servicios financieros, la protección de datos de los consumidores y la salud y seguridad en el consumo, asimismo a tener buenas prácticas comerciales para los proveedores de bienes y servicios, la competencia leal y efectiva para que los consumidores tengan la posibilidad de elegir productos y servicios del mayor surtido y a los precios más bajos.

4.5. Conclusión

El Salvador en cierta parte está garantizando la protección de derechos del consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas en la modalidad B2C, ya que ha adoptado mecanismos en línea con el objetivo

de generar la confianza en los consumidores en las transacciones electrónicas transfronterizas, por medio de procedimientos en línea sencillos, baratos, a la vez este año se adhirió este año a la OCDE y al mecanismo Econsumer.gov en línea para que el consumidor reporte estafas, cumpliendo con las Directrices de protección al consumidor al reformar la Ley de protección al consumidor con la finalidad de generar confianza a los consumidores para que realicen transacciones online, lo cual es importante para el país ser parte de organismos internacionales que tienen la finalidad de velar por los derechos del consumidor, elaborando políticas con la finalidad de fortalecer la relación de consumo.

CONCLUSIONES

Después de haber finalizado la presente investigación sobre la protección al consumidor en las transacciones electrónicas transfronterizas B2C como grupo se llega a las siguientes conclusiones:

Es de mencionar que en cierta manera El Salvador está cumpliendo con las Directrices para la Protección del Consumidor de garantizar sus derechos en las transacciones electrónicas transfronterizas por medio de la creación de mecanismos que permiten resolver controversias en línea de manera rápida, en menor costo, transparente y con la finalidad de darle cumplimiento. El Salvador este año se adhiere a la red Internacional de Protección al Consumidor la cual implementa un mecanismo como econsumer.gov, donde los consumidores pueden reportar estafas internacionales y los países miembros brindan medidas que se deben de tomar en cada situación, asimismo han implementado medios de resolución alternativa de conflictos.

Es importante señalar que la Defensoría del Consumidor con el fiel compromiso de mejorar los mecanismos de cooperación y crear los convenios a futuro necesarios para solucionar las controversias transfronterizas, combatir las prácticas comerciales fraudulentas y engañosas que afectan a los consumidores frente a las transacciones transfronterizas, ha estrechado lazos con agencias de protección al consumidor de países iberoamericanos encargadas de velar por los derechos de este sector de la población.

Si bien es cierto en El Salvador en el año 2018 se implementaron reformas sobre este tema en la Ley de Protección al Consumidor tomando como base las Directrices de las Naciones Unidas sobre Comercio Electrónico, en ese sentido, El Salvador no termina de cumplir con los estándares que exigen

estas directrices, debido a que las reformas no son suficientes para crear la confianza en las transacciones online y la ley de comercio electrónico excluye toda transacción entre proveedor y consumidor que vaya encaminada a proteger los derechos del consumidor.

Asimismo, las instituciones que tienen como principal función la defensa de los derechos del consumidor no generan una efectiva seguridad jurídica para la población que hace uso de estas plataformas virtuales, la sociedad de la información y las nuevas tecnologías están en constante evolución, por lo tanto el país tiene que estar acorde a su realidad, para garantizar la protección de los derechos en la relación de consumo, generando igualdad de condiciones para todos los que practican estas innovadoras formas de hacer negocios, de esta forma contribuir a la innovación, desarrollo económico en el país y potenciar el mercado en el ámbito digital

Además, es necesario fortalecer las relaciones de cooperación con aquellos países que cuentan con mecanismos de protección al consumidor online, a través de convenios, con la finalidad de brindar seguridad jurídica a los consumidores nacionales, fomentando la conducta ética y responsabilidad de las entidades que prestan servicios a través de medios electrónicos.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Alonso Conde, Ana Belén. *Comercio electrónico: Antecedentes, fundamento y estado actual.* Editorial DYKINSON, Madrid, 2014.

Arenal Laza, Carmen. *Comercio electrónico, comercio online.* Editorial Logroño España, 2016.

Basantés Andrade, Andrea Verónica, Mónica Cecilia Gallegos Varela, Cathy Pamela Guevara Vega, Alexandra Elizabeth Jácome Ortega, José Antonio Quiña Mera, Cristina Fernanda Vaca Orellana. *Comercio electrónico.* Editorial Ibarra, Ecuador: 2016.

Botana García, Gema Alejandra. *Comercio electrónico y Protección de los Consumidores.* Editorial La Ley, Madrid, 2001.

Camacho Clavijo, Sandra. *Partes intervinientes, formación y prueba del contrato electrónico.* Editorial Reus, Madrid: 2005.

Castillo Sequera, José Luis y Miguel Ángel Navarra Huerga. *Comercio electrónico y aspectos prácticos de implementación con magento.* Editorial Universidad de Alcalá, España, 2015.

Fernández Fernández, Rodolfo. *El contrato electrónico: formación y cumplimiento.* Editorial J.M. Bosch editor, Barcelona: 2013.

Giménez, Antonio. *Organización y gestión del derecho internacional.* Organización de los estados americanos, Secretaria General, asuntos jurídicos, 2016.

Hernández Ramos, Eva María y Luis Carlos Hernández Barrueco. *Manual de comercio electrónico.* Nuria Gibert, Barcelona: 2018.

Hocsman, Heriberto Simón. *Negocios e internet.* Editorial Astrea, Buenos aires, 2005.

Ilescas Ortiz, Rafael. *Derecho de la contratación electrónica.* Cívitas, Madrid, 2000.

Malca Guayule, Óscar. *Comercio electrónico.* Lima: Universidad del Pacífico, 2001.

Moreno Gavarrete, Miguel Ángel. *Contratación electrónica.* Ediciones Jurídicas y Sociales S.A, Madrid: 2003.

Nevares Montes, Julián. *E- commerce.* Editorial Digital UNID, México, 2014.

Oropeza, Doris. *El Comercio Electrónico y principios económico-comerciales.* Instituto de investigaciones jurídicas Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, 2018.

Pérez Gallardo, Leonardo B. *Contratación electrónica y protección de los consumidores una visión panorámica.* Editorial Reus, Madrid, 2017.

Plazas Estepa, Rodrigo Alberto. *La regulación del comercio electrónico mundial.* Editorial: TEMIS S.A, Bogotá: 2017.

Resello Moreno, Rocío. *El comercio electrónico y la protección de los consumidores.* Editorial Cedecs Derecho, Barcelona, 2001.

Sarra, Andrea Viviana. *Comercio electrónico y derecho. Aspectos jurídicos de los negocios en internet.* Editorial Astrea, Buenos Aires, 2001.

Scotti, Luciana Beatriz. *Contratos electrónicos.* Editorial Eudeba, Buenos Aires, 2016.

Somalo Peciña, Ignacio. *El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online.* Editorial alfaomega, ESIC, México, 2018.

Sosa Olan, Henry. *El derecho de desistimiento como mecanismo protector del consumidor en la contratación electrónica.* Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2015.

TESIS

Aguilar Delgado, Santos Ercilia, Marcela Elizabeth Martínez Jacobo, Cindy Dayana Roge. *“Protección al consumidor en las contrataciones transfronterizas realizadas a través de internet”.* Tesis para optar en grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, 2010.

Aguilar Masin, Oskar Francisco y Kevin Israel Hernández Guido. *“Impacto del uso de los medios de comunicación en las organizaciones salvadoreñas, como estrategia de comunicación hacia diferentes públicos”.* Tesis para obtener el grado de Técnico en Relaciones Públicas, Universidad Tecnológica de El Salvador, 2017.

Aguirre Barrera, Sara Milena. “*La eficacia del estatuto del consumidor en la perspectiva de derecho comparado Colombia y la Unión Europea*”. Tesis para obtener el grado de licenciada en ciencias jurídicas, Universidad católica de Colombia, 2015.

Álvarez de Toledo, Ialla Zavala. “*Comportamiento del consumidor en el comercio electrónico*”. Tesis de grado, para optar el título de Abogado, Universidad Pontificia de Madrid, España, 2014.

Amaya Alvarado, Patricia Lisseth, Cindy Pamela Argueta Ortiz, Mónica Beatriz López Cruz. “*Herramientas de Comercio Electrónico para Negocios Internacionales*”. Tesis Para optar al grado de Licenciatura en Mercadotecnia, Universidad Dr. José Matías Delgado, El Salvador, 2011.

Anteportamlatinam Valero, José María. “*Relevancia del e-commerce para la empresa actual*”. Tesis para obtener el grado de Administración y dirección de empresas, Universidad de Valladolid, 2014.

Ayala Rivas, Mylene Fiorella. “*La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú*”. Tesis de grado, para optar el título de Abogado, Universidad Nacional de Pura, Perú, 2017.

Castillo Santos Juana de Milagros, Luisa Jerardina Minero Moscote, Reyna Patricia Retana Cisneros. “*Problemática de la seguridad en la realización de las operaciones mercantiles ejecutadas en forma electrónica en El Salvador*”. Tesis para optar en grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, 2013.

De Paz Portillo, Sandra Guadalupe, Luisa Tatiana Salgado Quintanilla, Jaira Lisbeth Tutila Argueta. “*Operaciones de comercio electrónico y su*

incidencia tributaria”. Tesis para optar en grado de Licenciatura en Contaduría Pública, Universidad de El Salvador, 2010.

Díaz Ydones, Daysy Kattia y Blanca Sabina Valencia Vásquez. “*Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de micro y pequeñas empresas (MYPES) localizadas en diversos distritos de lima metropolitana*”. Tesis para obtener el grado de Licenciadas en Gestión con mención en Gestión Empresarial, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2015.

Godoy Anda, Stefanny Cecilia. “*Factores críticos del ecommerce para las mypes y pymes limeñas*”. Tesis de grado, para optar el título de Abogado, Universidad Ricardo Palma, 2015.

Herrero Jiménez, Marcial. “*La Protección del consumidor transfronterizo intracomunitario en el comercio electrónico*”. Tesis de Doctorado, Universidad de Extremadura, 2016.

Meraz Espinoza, Ana Isabel. “*Aspectos jurídicos del comercio electrónico como comercio transnacional*”. Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, 2006.

Merchán Murillo, Antonio. “*Reconocimiento transfronterizo de la firma electrónica*”. Tesis de Doctorado, Universidad Pablo de Olavide de Madrid, 2015.

Najarro, Kenelma Berenice y Claudia María Pacheco Parada. “*Comercio electrónico y su implicación en las transformaciones económicas y tecnológicas en los países en desarrollo: período 2000-2002*”. Tesis de grado, para optar al grado de licenciatura en Relaciones Internacionales, Universidad de El Salvador, 2002.

Orellana, Daniel Eduardo y Verónica Argentina Portillo. *“Necesidad de un marco legal que regule la intervención del notario en la contratación electrónica en El Salvador”*. Tesis para optar en grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, 2019.

Pineda Cuellar, 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.

Portillo de Arévalo, Claudia Esther. *“Necesidad de Regulación Jurídica en El Salvador, de los Contratos Electrónicos”*. Tesis para optar en grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, 2003.

Rodríguez, Leopoldo Simón. *“Las garantías jurídicas en los usuarios del comercio electrónico”*. Tesis de Doctorado, Universidad las Palmas de Gran Canaria, España, 2015.

Tabares Acevedo, Juan David y Fausto José Ramos Martínez. *“El comercio electrónico como estrategia competitiva en el sector de autopartes de Bogotá”*. Tesis de grado, Universidad Santo Tomás ,2017.

Zepeda, Gabriel. *“Los Contratos Electrónicos celebrados por Internet y su consagración en la Ley de protección al consumidor”*. Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas, Universidad Arturo Prat Chile, 2006.

LEYES

Asamblea Legislativa de El Salvador. Constitución de la República de El Salvador, 1983. El Salvador.

Asamblea Legislativa de El Salvador. Código Civil de El Salvador ,1860. El Salvador.

Asamblea Legislativa de El Salvador. Código de comercio, 1970. El Salvador.

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

Asamblea Legislativa de El Salvador. Ley de Bancos, 1999. El Salvador.

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

Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales (Austria: Centro Internacional de Viena, 2006).

Ley de Comercio Electrónico de Paraguay, Congreso de la Nación Paraguaya, 2013.

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. (Gobierno de España, Madrid, 2002.

Ley N° 527. Colombia República de Colombia Gobierno Nacional, 1999.

Tratado Marco de Seguridad Democrática en Centroamérica, Honduras: San Pedro Sula Departamento de Cortés, 1995.

JURISPRUDENCIA

Corte Suprema de Justicia, Referencia: 305-2010, 2013. Sala de lo contencioso administrativo. El Salvador.

Corte Suprema de Justicia. Sentencia definitiva. Referencia 98-T-2004. Sala de lo Contencioso Administrativo. El Salvador.

Corte Suprema de Justicia. Sentencia de Amparo. Referencia 25-S-95. Sala de lo Constitucional. El Salvador.

INSTITUCIONAL

Centro de tramites de importaciones y exportaciones INFOCIEX “E-commerce: *Herramientas de facilitación de comercio internacional* (Boletín del Banco Central de reserva de El Salvador, número 3, 2017).

Fundación Salvadoreña para el desarrollo económico y social. *Urge aprobar una Ley de Firma Electrónica* (Boletín de posición institucional, número 89, 2015), 1.

OECD. *“Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Un manual para la economía digital”*. (Inter American Developmentbank, Paris, 2016), 444-445.

REVISTAS

Antón Monroy, David. “El comercio electrónico de calidad. Compromisos empresariales asumidos INNOVAR”. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, n.47(2013) 41-52.

Bujosa Vadell, Lorenzo y Palomo Vélez Diego. “Mediación electrónica: Perspectiva europea”. *Revista Ius et Praxis*, n.2(2017) 51-78.

Giraldo López, Alejandro. “La protección al consumidor en el comercio electrónico”. *Revista foro derecho mercantil*, n.53 (2016) 7- 23.

Gómez Gómez, Christian Camilo. “El comercio electrónico: incidencias y desafíos en el derecho del consumidor”. *Revista científica Codex Colombia*, n. 3 (2017) 35-51.

Lara Céspedes, Reysneider Adolfo. “Evolución del e-commerce en Paraguay y su repercusión en la vigencia de disposiciones legales”. *Revista/Artículo Científico* n.23 (2017) 20- 37.

Madrid Parra, Agustín. “Regulación Internacional del comercio electrónico examen comparado de las leyes modelos de UNCITRAL”. *Revista RdNT*, n.2 (2003) 5-28.

Monroy Antón, David. “El comercio electrónico de calidad. Compromisos empresariales asumidos INNOVAR”. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, n.47 (2013) 41-52.

Murillo, Roxana Silvia. “Beneficios del comercio electrónico”. *Revista economía y finanzas* n. 24 Universidad Católica Boliviana San Pablo Bolivia, (2009) 151-164.

Nieto Melgarejo, Patricia. “El comercio electrónico y la contratación electrónica Bases del mercado virtual”. *Revista foro jurídico*, n. 15 (2016) 10 – 28.

Orrego-Garay, Sebastián. “El comercio Electrónico y Los Mecanismo online para la Resolución de Disputas”. *Revista Académica*, n.6 (2015) 87-107.

Ramírez, Nicolás Inés. “Sellos de confianza. Garantía de seguridad en las compras online”. *Revista, ICEX Artículo* (2016) 3-87.

Rojas Amandila, Víctor Manuel. “Uniform electronic transactions act de los Estados Unidos de América”. *Revista Mexicano de Derecho Comparado*, número 119, (2007).

Soler Pedroza, Israel y Jiménez William Guillermo. “Como establecer la jurisdicción y competencia en casos de Internet tendencias internacionales y nacionales”. *Revista de Derecho Público*, n. 41 (2014) 15-32.

Torres Buteler, Eduardo. “La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos”. *Revista Derecho*, n.1 Argentina, (2013).

Urueña López, Alberto. “La confianza en el comercio electrónico, Políticas de fomento de la confianza en el ámbito digital”, *Revista, Artículo* n. 399 (2016) 165- 174.

Valbuena González, Félix.” La plataforma europea de resolución de litigios en línea (ODR) en materia de consumo”. *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, n.52 (2016) 991-1030.

DICCIONARIO

Ossorio Manuel. *Diccionario de ciencias Jurídicas políticas y sociales*. Editorial Obra Grande, Montevideo, 1986.

SITIOSWEB

Asamblea Legislativa. *El foro permanente de conferencias sobre la informática en El Salvador, una reflexión mirando al futuro*. El Salvador, en el FPCAL, 2016), <https://www.asamblea.gob.sv/node/2413>.

Blog MRW. *Este hombre es el inventor del comercio electrónico*. España, 2019),2.<http://blog.mrw.es/este-hombre-es-el-inventor-del-comercio-electronico/>.

Capurro Darío. Un nuevo paso en la regulación del e-commerce en Paraguay la Ley N°4868/13, (El Salvador, 2019),2 <https://www.5dias.com.py/2013/05/un-nuevo-paso-en-la-regulacin-del-e%2%96commerce-en-paraguay-la-ley-48682013/>.

Escolar Carlos David. Historia del Internet en El Salvador. (El Salvador, 2017). 1. <https://medium.com/@carl.d/historia-del-internet-en-el-salvador-53fc94ba508c>.

Comité Jurídico Interamericano. *La protección internacional de los consumidores CJI/RES.221* de España, 2016. http://www.oas.org/es/sla/ddi/boletines_informativos_CJI_Resolucion_Proteccion_Consumidor_es_Oct-2016.html.

Convención de las Naciones Unidas. *sobre la utilización de las contrataciones electrónicas* (Austria, Centro internacional de Viena 2006).https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/06-57455_Book.pdf.

Defensoría del Consumidor. *El comercio electrónico en El Salvador. Los Mercados digitales conectados con los derechos de los consumidores*.

<https://www.defensoria.gob.sv/defensoria-del-consumidor-conferencia-comercio-electronico-nuevas-directrices-de-naciones-unidas-para-la-proteccion-del-consumidor/>.

Defensoría del consumidor. *Se incorpora a la red mundial Econsumer para la protección y defensa de los consumidores en el comercio electrónico global*, (El Salvador, 2019), 5. <https://www.defensoria.gob.sv/defensoria-del-consumidor>.

Directiva UE “Relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE” (Parlamento Europeo y Consejo ,2013). https://eur-lex.europa.eu/legal_content/ES/TXT/?qid=1567018140827&uri=CELEX:32013L0011

Documentos Bóveda. *La Libertad de contratación principio de la exclusividad de la jurisdicción, la cual es importante para saber hasta que limite territorial se aplica la ley de cada país. (El Salvador, 2016)*, <http://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/E/1/20102019/2012/03/9AE76.HTML>.

Federaciontradedcommssion. *Las leyes federales del comercio electrónico*, (El Salvador, 2017). <https://www.ftc.gov/enforcement/statutes>

Hernández Guadalupe. *El Salvador: proceso para implementar la firma electrónica*,(ElSalvador,2019).<https://www.elsalvador.com/eldiariodehoy/el-pais-inicia-el-proceso-para-implementar-la-firmaelectronica/637556/2019/>

ICPEN - International ConsumerProtection and Enforcement Network publicaba en su sitio web el observatorio de internet. <http://www.e-observatorio.es/icpen.aspx>

Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico ILCE. *Los eCommerce DAY que son una iniciativa del Instituto Latinoamericano de Comercio electrónico y son los eventos más importantes sobre comercio electrónico y negocios por internet de América Latina*, (ECommerce LATAN, Colombia, 2010),2.<https://colombia.ecommercelatam.com/intituto-latinoamericano-de-comercio-electronico-ilce/>

La Prensa Gráfica. *Acerca del autor*. (El Salvador, 2019). http://blogs.laprensagrafica.com/litoibarra/?page_id=2

Ley 1480 de 2011, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. (El Salvador, 2012) art. 50. <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co103es.pdf>.

Ley Modelo de la CNUDMI. *Comercio electrónico con la guía para la incorporación al Derecho interno 1996* (Estados Unidos: Naciones Unidas, 1999),art1.https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/0589453_S_Ebook.pdf

Ley N° 4017 De validez jurídica de la firma electrónica, la firma digital, los mensajes de datos y el expediente electrónico. (Congreso de la Nación Paraguaya,2010),art.1.<http://www.bacn.gov.py/leyesparaguayas/3550/ley-n-4017-de-validez-juridica-de-la-firma-electronica-la-firma-digital-los-mensajes-de-datos-y-el-expediente-electronico>.

Listasal. *Historia del Internet en El Salvador Parte 1*, (El Salvador, 2009) 1. <http://blog.listasal.info/2009/04/historia-del-internet-en-el-salvador.html>

Ministerio de Asunto Exteriores, Unión Europea y Cooperación. *El cumplimiento de 30 años desde la firma del Tratado de Adhesión de*

España a las entonces Comunidades Europea. (España, 2017).
<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/UnionEuropea/Paginas/EspUE.aspx>

Ministerio de Asunto Exteriores, Unión Europea y Cooperación. *La contratación electrónica*, (España, 2018), 2. <http://www.lssi.gob.es/laley/Paginas/preguntasfrecuentes.aspx?Faq=Contrataci%C3%B3n%20electr%C3%B3nica>.

Ministerio de asuntos exteriores, Unión Europea y Cooperación, Oficina de las naciones unidas y los organismos internacionales. <http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/OficinadelasNacionesUnidas/es/quees2/Paginas/Otros%20Organismos%20y%20Fondos/UNCTAD.aspx>.

Ministerio de Economía y Empresa. *La aplicación de la Ley LSSI de España*, (Gobierno de España 2018), 2. <http://www.lssi.gob.es/laley/aspectos-basicos/Paginas/ambito-aplicacion-lssi.aspx>

OCDE. Directrices de la OCDE para la Protección de los Consumidores de Prácticas Comerciales Transfronterizas Fraudulentas y Engañosas, (Comisión federal del comercio, Paris 2003), artículo 43, <https://www.oecd.org/internet/consumer/proteccion-al-consumidor-en-el-comercio-electronico.pdf>

Oficina de seguridad del internauta *Los sellos de confianza y en que nos ayudan.*(España,2018).<https://www.osi.es/es/actualidad/blog/2018/04/05/sellos-de-confianza-que-son-en-que-nos-ayudan>

ONU. Directrices de las Naciones Unidas para la protección de los consumidores (Asamblea General de las Naciones Unidas, Estados

Unidos, 2015), 2. https://unctad.org/es/Publications-Library/ditccplpmisc-2016d1_es.pdf

Organización Mundial del Comercio. *La visión general de su institución, ya que es la única que ayuda a realizar negociaciones entre los países.* (España, 2015), 2. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), publicaba en su sitio web las mejores políticas para una vida mejor. <https://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>

Red Internacional de Protección al Consumidor. *Aplicación de la Ley ICPEN* (El Salvador, 2018). <https://www.econsumer.gov/es/PrivacyPolicy#crnt>

Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada publicaba. *El padre de internet en El Salvador* (El Salvador, 2018) 1. <https://www.renata.edu.co/visionariosrenata-rafael-lito-ibarra-el-padre-de-la-internet-en-el-salvador/>

Reglamento (UE)” Sobre Resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) nº 524/2013, nº 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE, (Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013). <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/?qid=1567018897749&uri=CELEX:32014R0910>.

Salazar, Ricardo. *Reformas a la Ley de Protección del Consumidor* (El Salvador, Ponencia, Defensoría del Consumidor, agosto 2018). <https://www.defensoria.gob.sv/defensoria-del-consumidor-promueve-difusion-y-conocimiento-de-reformas-a-la-ley-de-proteccion-al-consumidor>

Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (Washington, Distrito de Columbia 2004). art 14.1
http://www.sice.oas.org/TPD/USA_CAFTA/USA_CAFTA_s.ASP

Tratado de Libre Comercio único entre México y Centroamérica (República de México, 2012). https://www.centrex.gob.sv/scx_html/TLC%20Mexico-Centroamerica.html

Tratado General de Integración Económica Centroamericana (Ciudad de Managua, capital de la República de Nicaragua, 1960).
http://www.transparenciafiscal.gob.sv/downloads/pdf/DC4794_8_tratado_General_de_Integracion_Economica_Centroamericana.pdf.

Sibrián Walter. “eCommerce Day 2018: una cita para hablar de comercio electrónico en El Salvador” (La prensa gráfica, 2018), sección de economía.
<https://www.laprensagrafica.com/economia/e-Commerce-Day-2018-una-cita-para-hablar-de-comercio-electronico-en-El-Salvador--201810064325-0052.html>

ANEXOS

ANEXO 1

Requerimientos:

"Solicito me proporcionen los datos de los reclamos presentados por los usuarios de comercio electrónico. Me interesa información correspondiente al periodo 2014-2018 de todas las denuncias que tengan relacionadas a usuarios de comercio electrónico en el país."

Respuesta:

El sistema interno no posee una categoría de clasificación de denuncias bajo el rubro de comercio electrónico. No obstante, se brindan los datos de casos relacionados, tomando en consideración lo siguiente:

- Atenciones en las que el consumidor manifiesta haber adquirido el producto o servicio a través de internet, correo electrónico, páginas web, o aplicaciones.
- Atenciones en las que el consumidor manifiesta haber realizado pagos en línea.
- Atenciones en las que el consumidor acordó los términos de la compra a través de redes sociales o sitios web.
- Atenciones relacionadas a la adquisición de servicio pay per view haciendo uso de la caja receptora de cable.

De enero de 2014 a diciembre de 2018

Tipo	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Denuncia	26	21	13	45	36	141

Fuente: Unidad de Análisis en Consumo y Mercados.

ANEXO 2

ENTREVISTA

Objetivo: Conocer la relación del Ministerio de Economía con la Defensoría del Consumidor, asimismo sobre los avances realizados del tema de comercio electrónico, ya que el MINEC fue quien elaboro el anteproyecto de Ley de Comercio electrónico, el cual no ha sido aprobado hasta la fecha y conocer su opinión sobre el cumplimiento de Directrices de las Naciones Unidas de protección al consumidor en El Salvador.

Licdos. Mario Salazar y Camilo Trigueros.
Técnicos en Materia de Comercio electrónico del Ministerio de Economía

1. ¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE EL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR EN RELACIÓN A LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR?

Nos mencionaron que antes había una relación directa pero ahora ya no, la Defensoría del Consumidor es una institución autónoma, que nació en el Ministerio de Economía, antes lo que existía era un Centro de Protección al Consumidor, que daba protección a los derechos del Consumidor como un área más del Ministerio de Economía, después llega la Defensoría del Consumidor y se desvinculo para que no exista conflicto de intereses; el Ministerio de Economía solo promueve la economía para inversión mediante establecimientos de micro empresas, zonas francas, etc. El Ministerio de Economía por mandato de ley es el ente controlador de la ley de hidrocarburos que beneficia al consumidor, pero sin embargo no lo hacemos directamente por el consumidor sino solo porque la ley lo dice. Estas Instituciones son independientes.

2. ¿CUÁLES SON LAS INCIDENCIAS QUE TIENE EL MINISTERIO DE ECONOMÍA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

Referente a esta pregunta, nos explicaron que el Ministerio promovió una ley de comercio electrónico en 2010, otros temas como la firma electrónica y una ley de datos ese era el plan para estos campos muy importantes. El ministerio de economía tiene una responsabilidad relacionada a las formas de hacer negocios las cuales son material y en movimiento de capitales, siendo que la tendencia mundial va encaminado a conocer la realidad entonces nos adecuamos y se presentaron estos tres proyectos, pero hasta el 2015 termino convenciendo a los diputados y aprobaron el de firma electrónica que debe ir en compañía de los otros para que dé seguridad jurídica a los consumidores.

La UNTAD sugiere se tenga regulación especial en materia de comercio electrónico, firma electrónica y ley de datos, ante una nueva ola de comercio electrónico. En El salvador si se llega a dar un conflicto en esta materia será que están capacitados los tribunales para poder resolver este problema, el inversionista no ira a un país donde hay incertidumbre jurídica, no se sabe cuáles son las reglas, entonces se impulsó una ley de comercio electrónico.

La Defensoría hizo un pliego de reformas para proteger derechos de los consumidores para no esperar que la Asamblea apruebe la Ley de comercio electrónico ya que existe desigualdad frente a los derechos de los consumidores. La ONU tiene directrices por ello la defensoría se basa en ellas y se tomaron y las hicieron partes de la Ley de Protección al Consumidor.

3. ¿A SU PUNTO DE VISTA EL SALVADOR HA RETOMADO LAS DIRECTRICES DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE NACIONES UNIDAS?

Desde su punto de vista, El salvador ha cumplido varias directrices lo transfronterizo sin embargo no lo ha retomado, la Defensoría tiene un procedimiento de cooperación con otras entidades del mundo se puede comunicar con la Defensoría de México para resolver sin embargo no es de buenos oficios no están obligados, pero podrían optar por medio de las RAC que son medios alternos de conflicto.

Es así que las plataformas empiezan a tener valor porque buscan tener un centro de solución de conflictos de esta índole, la página o el intermediario son un filtro que buscan dar certeza jurídica a través de estos medios alternos de conflicto online y así se tutelan los derechos de los consumidores, pero lo correcto sería que hubiera institucionalidad, o una red de consumidores que puedan gestionar estos problemas.

4. SE HA INCLUIDO EN EL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO HAN ABORDADO LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LO TRANSFRONTERIZO

No, por la territorialidad y la realidad, solo tenemos competencia a nivel nacional. Lo que se utiliza a nivel internacional son los medios alternos de conflictos eso podría exigirse al menos al proveedor extranjero, alguien monitoreando a todos los proveedores nadie se ha preocupado por eso. La Unión Europea establece Medios alternos de conflicto.

5. ¿CUÁL ES LA FINALIDAD DEL ANTEPROYECTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO QUE ESTÁN ELABORANDO?

La Ley busca dar Seguridad Jurídica, para que los inversionistas vengan al país y sepan las reglas a las que se someterán. En relación a sus problemas de investigación bien podríamos incluir un artículo que diga aplica al comercio transfronterizo, pero los problemas es el procedimiento como se haría, sin embargo, no es imposible que en un futuro se trate este problema a nivel internacional con una red de Defensorías que gestionen estos problemas.