

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIA SOCIALES
V SEMINARIO DE GRADUACION PLAN 1993**



**"EFECTOS JURÍDICOS GENERALES POR LA FALTA DE
NORMATIVA LEGAL EXPRESA QUE REGULA LAS
COMPRVENTAS MERCANTILES POR MEDIOS ELECTRÓNICOS. "**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS**

**PRESENTADO POR:
ERICK ROBERTO FLORES CÁRCAMO
INGRID JANNETTE HERNANDEZ ROSA
WENDY ROXANA PALMA ALVARENGA**

**ASESOR DE CONTENIDO
LIC. WILMER HUMBERTO MARIN SANCHEZ**

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, FEBRERO DE 2003

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTORA
DRA. MARIA ISABEL RODRIGUEZ

VICE-RECTOR ACADEMICO
ING. JOSE FRANCISCO MARROQUÍN

VICE-RECTORA ADMINISTRATIVO
LIC. MARÍA HORTENSIA DUEÑAS DE GARCÍA

SECRETARIA GENERAL
LICDA. LIDIA MARGARITA MUÑOZ

FISCAL GENERAL
LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

DECANO
LIC. FRANCISCO ALBERTO GRANADOS HERNÁNDEZ

VICE-DECANO
LIC. EDGARDO HERRERA MEDRANO

SECRETARIO
LIC. JORGE ALONSO BELTRÁN

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN JURÍDICA
LIC. WILMER HUMBERTO MARIN SANCHEZ

DIRECTOR DE SEMINARIO
LIC. WILMER HUMBERTO MARIN SANCHEZ

AGRADECIMIENTOS

A LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR: Por ser el lugar donde se nos dio la oportunidad de adquirir el conocimiento que en estos momentos estamos culminando, y por habernos formado académicamente, para poder ser unos excelentes profesionales.

A NUESTRO ASESOR LICENCIADO WILMER HUMBERTO MARÍN SÁNCHEZ: Por habernos guiado durante la realización de nuestro trabajo de graduación permitiéndonos con ello ampliar nuestros criterios.

A TODOS LOS CATEDRÁTICOS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR: Por ayudarnos en la adquisición y mejora de nuestro conocimiento.

A TODAS LAS PERSONAS E INSTITUCIONES: que nos brindaron su colaboración para ser posible la elaboración del presente documento

Erick, Ingrid y Wendy.

DEDICATORIA

A DIOS TODOPODEROSO: Por ser la luz y el camino que guía mis pasos hasta mis días finales.

A MI PADRE: “JOSÉ RIGOBERTO FLORES” Por su apoyo, sacrificio y cariño constante le dedico en especial a él esta tesis, **“Gracias Papá”**

A MI MADRE: “REINA ISABEL CARCAMO” Por ayudarme siempre a través de la distancia, y por su amor infinito.

A MI NOVIA: “BLANQUITA” Por quererme mucho, por ayudarme mas, y por comprenderme siempre.

A MIS HERMANOS: Por su apoyo y cariño.

A MIS COMPAÑERAS DE TESIS: Por todos los sacrificios hechos que ahora fructifican y que han servido también para consolidar nuestra amistad.

A MIS AMIGOS: Porque es una dicha tener muchos amigos pero es mejor tener buenos amigos.

ERICK ROBERTO FLORES CÁRCAMO.

DEDICATORIA

A DIOS TODO PODEROSO: Por haber estado cuando más lo necesitaba, por permitirme la culminación de mi carrera y el apoyo en los momentos difíciles.
¡INFINITAS GRACIAS!

A MIS PADRES: Les dedico este trabajo con mucho amor, producto de sus sacrificios y esfuerzos, por estar siempre conmigo brindándome su ayuda tanto económico como moral, porque sin ellos no hubiese alcanzado la culminación de mi carrera. GRACIAS.

A MIS HERMANOS: Por su ayuda, comprensión e interés en todo momento; así como el sincero deseo de mi superación, tanto en lo personal como en lo académico.

A MIS SOBRINOS: Por darme con sus sonrisas la alegría y fuerzas en los momentos difíciles.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS: Con mucho cariño por su apoyo y comprensión, por que juntos compartimos muchos momentos de alegrías y tristezas

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS: Por su apoyo e interés, por las personas que estuvieron pendientes de mi les doy las gracias.

GRACIAS POR TODO, QUE DIOS LOS BENDIGA

INGRID HERNÁNDEZ ROSA

DEDICATORIA

A DIOS TODOPODEROSO: Por haberme dado la vida, perseverancia, confianza y fortaleza para enfrentar y vencer los obstáculos que se me han presentado para alcanzar una meta más en mi vida, y por permitirme haber crecido en el mejor hogar que pude haber esperado, donde me brindaron todo el amor y apoyo, fomentándome el anhelo de superación que culmina con este logro.

A MIS PADRES: Manuel y María Antonia, quienes son el motivo de mi vida y superación, por todo su amor, comprensión y apoyo incondicional compartiendo conmigo mis alegrías y tristezas en todos los momentos de mi vida, haciendo posible la culminación de mi carrera.

A MIS HERMANOS: Maricela, por tus consejos, apoyo y ánimos para seguir adelante con mis estudios, **Ulises, Cristela, Edwin y Zurix,** por todo el amor y cariño que siempre me brindaron.

A MIS SOBRINOS: Jairo, Rodrigo, José Manuel, Andrea y Camila por alegrar mi vida con su presencia.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS: por su colaboración y apoyo en la realización de este trabajo.

A MIS AMIGOS: a todos y cada uno, dentro y fuera de la universidad, quienes de alguna forma colaboraron conmigo incentivándome a salir adelante con su apoyo, consejos y ánimo contribuyendo a culminar este esfuerzo.

WENDY ROXANA PALMA ALVARENGA

INDICE

Introducción	i
CAPITULO I	
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO	
1. Génesis	1
1.1. Historia	1
1.1.1. Origen de la Moneda	2
1.2. Evolución Histórica del Comercio	7
1.2.1. La ruta de la Seda	7
1.2.2. Las Cruzadas.....	7
1.2.3. El Comercio Judío	8
1.2.4. El Resurgimiento del Comercio	8
1.3. Origen de la Compraventa Mercantil	18
1.3.1. El Salvador	21
1.3.2. Compraventa Mercantil	21
1.4. Concepto de Compraventa y sus Orígenes	23
1.4.1. Teoría del Acto de Comercio	24
1.4.2. Concepto de la Compraventa Mercantil	27
1.5. Elementos y Requisitos de la Compraventa Mercantil.....	28
1.5.1. Elementos Personales	29
1.5.2. Elementos Reales	36
1.6. Características.....	44
1.7. Clases	45
1.7.1. Compraventas mercantiles por el fin	45
1.7.2. Compraventas mercantiles por el sujeto	46

1.7.3. Compraventas mercantiles por el objeto	47
1.8. Disposiciones legales de carácter primario y secundario que regulan este tipo de contrato.	48
1.8.1. Constitución.....	49
1.8.2. Código Civil.....	49
1.8.3. Código de Comercio	53
1.9. Comentarios	54

Capítulo II

ORIGEN Y DESARROLLO DEL INTERNET

2.1. Antecedentes Históricos	55
2.2. La Ancha Red Mundial (Web)	63
2.2.1. Origen	64
2.2.2. Funciones del Internet	67
2.3. Usos de Internet a Nivel Mundial	76

Capítulo III

EL COMERCIO ELECTRÓNICO

3.1. Antecedentes del Comercio Electrónico	80
3.2. Concepto de Comercio Electrónico	80
3.3. Principios Jurídicos Aplicables en Materia de Contratación electrónica	85
3.3.1. Generalidades	85
3.3.2. Principio de Libertad de Expresión	87
3.3.3. Principio de Libertad de Comercio	88
3.3.4. Principio de No Discriminación del Medio Digital	88
3.3.5. Principio Protectorio	89
3.3.6. Principio de Protección de la Privacidad	89

3.3.7. Principio de Libertad de Información y autodeterminación	89
3.3.8. Principio del Soporte Virtual	90
3.4. El Comercio Electrónico en El Salvador	90
3.4.1. Antecedentes Históricos	90
3.4.1.1. Proyecto RedHUCyT de la OEA	91
3.4.1.2. Los primeros sitios Web.....	92
3.4.2. Importancia del Comercio Electrónico en El Salvador	95
3.4.2.1. La Nueva E-Economía	96
3.4.3. Utilización del Comercio Electrónico en El Salvador	98
3.4.3.1. Anteproyecto de Ley del Comercio Electrónico	99

CAPITULO IV.

DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL REALIZADA POR MEDIO VIRTUAL O POR MEDIO ELECTRÓNICO

4.1. Noción del Contrato Electrónico	101
4.2. Compraventa Mercantil	101
4.3. Compraventa por medio Virtual	102
4.4. Formación del Consentimiento	103
4.4.1. La Oferta Electrónica	103
4.4.2. La Aceptación Electrónica	105
4.5. Tiempo de perfeccionamiento de los Contratos Electrónicos	107
4.5.1. El Lugar de Celebración del Contrato Electrónico	109
4.6. Marco Jurídico que regula el Comercio Electrónico en El Salvador	109
4.6.1. Comentarios	109
4.6.2. Ley de Simplificación Aduanera	110
4.6.3. Ley del Mercado de Valores	117
4.6.4. Ley de Anotaciones Electrónicas de Valores en Cuenta	118

4.6.5. Análisis sobre la Ley Modelo sobre el Comercio Electrónico de las Naciones Unidas	120
---	-----

CAPITULO V

EFFECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRONICO

5.1. Consecuencias Jurídicas	154
5.1.1. Generalidades.....	154
5.1.2 Consecuencias jurídicas y/o efectos jurídicos del comercio Electrónico	155
5.1.3. Consecuencias Jcas. Y/O Efectos de Derecho en la Compraventa en Línea.	157
5.1.4. Incumplimiento de las Obligaciones	162
5.1.5. Modo de Reclamo	165
5.1.6. Acción Judicial	165
5.1.7. Tribunal Competente	165
5.1.8. Medios de Prueba.....	166
5.1.9. Cumplimiento de Sentencia	167

CAPITULO VI

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS 168

Conclusiones y Recomendaciones	181
Bibliografía	184

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

En el presente documento constituye el informe final de la investigación sobre el tema “Efectos jurídicos generales por la falta de regulación legal de la compraventa mercantil a través de Internet en El Salvador” y se presenta a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales en Calidad de Tesis de Graduación como requisito académico para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas.

El propósito de la Investigación es formular un estudio sobre los Efectos Jurídicos que se producen por la inexistencia de leyes sobre esta materia. Es de vital importancia ya que hoy en día en nuestro medio se está incrementando el uso medios electrónicos para realizar compraventas mercantiles.

En el cumplimiento de los objetivos tasados este documento presenta un conjunto de contenido que guarda un orden lógico de los resultados obtenidos en el proceso de investigación y que brevemente se describen a continuación.

En el capítulo I, se hace un estudio de la Evolución Histórica del Comercio en General, desde sus orígenes hasta la actualidad, terminando con un comentario sobre las diferentes disposiciones que tratan sobre el comercio.

En el capítulo II, “El Origen y Desarrollo del Internet” se presentan los antecedentes, origen y evolución del Internet, seguido por sus funciones y el incremento que ha tenido este a nivel mundial.

En el capítulo II, llamado “El comercio Electrónico”, se exponen sus antecedentes, sus conceptos y principios, además el desenvolvimiento que éste ha tenido en nuestro país.

El capítulo IV, habla sobre las compraventas mercantiles realizadas por medio virtual, se hace un estudio sobre los contratos que se realizan por este medio en especial a lo que es el contrato de compraventa mercantil por Internet, cómo se perfecciona haciendo finalmente un comentario sobre las leyes que se apoyan de los medios informáticos en nuestro país.

El capítulo V, aquí se analizan las consecuencias jurídicas del Comercio Electrónico continuando en el Capítulo VI con los resultados de la investigación de campo. Y para finalizar hacemos las conclusiones y recomendaciones

CAPITULO I

EVOLUCION HISTÓRICA DEL COMERCIO

1. GENESIS DEL COMERCIO

1.1. HISTORIA

Las funciones del dinero como medio de cambio y medida del valor facilitan el intercambio de bienes y servicios y la especialización de la producción. La consecuencia de la inexistencia del dinero, sería que el comercio se reduciría al trueque o intercambio directo de un bien por otro; éste era el método utilizado por nuestros antepasados, de hecho, el trueque se sigue empleando en algunos lugares. El renacimiento del mismo comenzó a mediados de los años noventa en América Latina, una región permanentemente en crisis económica. Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, México, El Salvador, Perú, Uruguay... prácticamente todos los países tienen hoy redes de ciudadanos que, hartos del desempleo y las crisis de sus países, optaron por tomar el mercado, o al menos parte de él, entre sus manos. Recientemente el trueque se ha extendido a países con economías estables, como Canadá, Japón, España, Holanda, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Bélgica, o Finlandia.¹

Hacia el año 3000 a.C. los babilonios usaban pequeñas tablillas de arcilla para recopilar datos sobre la producción agrícola y sobre los géneros vendidos o cambiados mediante trueque. En una economía de trueque, una persona que tiene algo con lo que comerciar ha de encontrar a otra persona que quiera el producto que éste ofrece y que tenga algo aceptable para ofrecerle a cambio. En una economía monetaria, el propietario de un bien puede venderlo a cambio de dinero, que se acepta como pago, y así evita gastar el tiempo y el esfuerzo que requeriría encontrar a alguien que le ofreciese un intercambio aceptable.²

¹ www.puntog.com.mx/2000/1000/REA1000

² Acosta, Jorge. Historia del Comercio Mundial. www.monografias.com. pág 10.

El economista británico Adam Smith decía en su libro: **LA RIQUEZA DE LAS NACIONES** (1776) que "la propensión al trueque y al intercambio de una cosa por otra" es una característica intrínseca a la naturaleza humana.³ Smith también señalaba que el aumento de la actividad comercial es un elemento esencial del proceso de modernización. En la sociedad moderna, la producción se organiza de forma que se puedan aprovechar las ventajas derivadas de la especialización y de la división del trabajo. Sin el comercio, la producción no podría estar organizada de esta forma.⁴

1.1.1. ORIGEN DE LA MONEDA

La acuñación de moneda (del latín *moneta* era un calificativo de la diosa romana Juno, que significaba "que avisa de algo"). La diosa Juno recibió este epíteto porque en una ocasión avisó a los romanos de que iba a haber un terremoto. Al lado de su templo en Roma se construyó la Casa de la Moneda, que era el principal punto de fabricación de monedas de todo el Imperio Romano. Por ello, las monedas que allí se fabricaban fueron llamadas familiarmente *moneta* y esta designación se convirtió en el nombre de estas preciadas piezas de metal. De este modo, el nombre de una diosa romana se extendió por el mundo como nombre de una pieza de metal con valor monetario y así pervive aún en nuestros días.⁵

Antes de la aparición de las monedas, el comercio se llevaba a cabo mediante el intercambio de bienes (trueque) o utilizando lingotes de oro y plata. Este sistema resultaba poco práctico porque era necesario pesar y valorar la calidad del metal,

³ Charles Gide- Charles Rist. Historia de las Doctrinas Económicas. Ed. Depalma Tomo I. Buenos Aires. 1949 Pág. 117

⁴ Barnes, Harry Elmer. Historia de la Economía del Mundo Occidental. Edit. Hispano Americana. México. Pag. 483

⁵ www.parlo.com/es/teachers/lessonplans/mispa_4.asp

estableciendo en cada intercambio el valor de los lingotes, por lo que se dificultaba el crecimiento del comercio. La invención del sistema de acuñación de monedas, cuyo valor era siempre el mismo, resolvió los inconvenientes anteriores.

Historia de la acuñación. Se cree que las primeras monedas acuñadas con carácter oficial aparecieron durante el siglo VI a.C. en la zona de Lidia (en Asia Menor) y en China. A partir de entonces empezaron a surgir monedas en Grecia y en otras ciudades - estado. Sin embargo, con el aparecimiento del Imperio romano se empezó a acuñar una única moneda, homogeneizando los tamaños, pesos y valores de todas las monedas existentes, y prohibiendo la acuñación de éstas por parte de individuos particulares, pues era monopolio del Estado. China conservó su sistema de acuñación homogénea centralizada durante su época imperial, pero con la desintegración del imperio empezaron a surgir distintas monedas en los diferentes principados.

Con la caída —en el siglo IX— del imperio de Carlomagno, el emperador católico, desapareció el sistema de acuñación centralizado en Europa. Durante la Edad Media se acuñaban distintas monedas en los cientos de pequeños feudos, de forma tal que los distintos señores feudales, reyes y nobles, emitían cada uno una moneda distinta sin tener en cuenta ni el interés general ni lo que acuñaban los demás.

La aparición del papel moneda en la China de la dinastía Tang en el siglo IX marcó un hito en la historia monetaria. Al principio, el papel moneda lo emitían bancos privados hasta que, en el siglo XI, bajo la dinastía Song, se convirtió en un monopolio estatal. No obstante, durante mucho tiempo, en Europa el papel moneda lo emitía cada banco, respaldando sus emisiones con sus reservas de oro y plata. No fue hasta mucho más tarde, con la aparición de los bancos centrales,

cuando el papel moneda empezó a emitirse con el respaldo del gobierno central de cada país.⁶

La aparición de los Estados centralizados modernos posibilitó la homogeneización de la acuñación de monedas en grandes áreas. Sin embargo, existían numerosas excepciones. Por ejemplo, durante el siglo XVI España y Portugal crearon casas de la moneda independientes en Sudamérica y América Central para acuñar el oro y la plata que importaban de sus colonias del Nuevo Mundo. En Japón, durante la época Tokugawa (1600), cada daimio podía emitir sus propias unidades monetarias. Sólo se ha conseguido uniformar la acuñación de monedas en la actualidad.

Acuñación actual

En nuestro país a finales del siglo XIX se introdujo un cambio muy novedoso en el sistema monetario salvadoreño; aparecen los primeros billetes de banco. Esto debió haber sido impactante para la población salvadoreña de aquél entonces la cual estaba acostumbrada a las monedas de oro y plata, que de por sí poseían un valor.

El nombre de billetes de banco se debía a que la emisión estaba a cargo de bancos particulares autorizados por el Gobierno⁷. Los primeros billetes en El Salvador fueron emitidos por el Banco Internacional, fundado en 1880. Le fue otorgado el derecho exclusivo de emitir billetes que debían ser recibidos en oficinas públicas. Posteriormente se establecieron otros dos bancos de emisión: el Banco Occidental y el Banco Agrícola Comercial de esa época. A finales del siglo antepasado (XIX), hay que mencionar dos hechos muy importantes: el primero, fue la

⁶ www.monedani.terra.com/moneda/noticias/mnd2585.htm

⁷ www.asob.org.sv/HISTORIAMONEDA

inauguración de la Casa de la Moneda, el 28 de agosto de 1892 durante la Presidencia del General Carlos Ezeta. El segundo hecho importante ocurrió el 1 de octubre de 1892, cuando, como un homenaje a Cristóbal Colón en el IV Centenario del descubrimiento de América, el Poder Legislativo reformó la Ley Monetaria de 1883, cambiándole nombre a nuestra unidad monetaria, de Peso a Colón.

Los distintos gobiernos intentaron fomentar el uso de los billetes, pero siempre hubo resistencia y la plata y las monedas metálicas siguieron siendo el principal medio de pago en el país. El resto del mundo ya se había cambiado al papel moneda y cada vez la circulación de la moneda metálica era más limitada.

Partiendo de lo anterior, se advertía la necesidad de modernizar el sistema de pagos en El Salvador, para poder competir en el nuevo concierto de naciones, que recién despertaban de la pesadilla de la Primera Guerra Mundial. Así, en 1919 en nuestro país se decretó la Segunda Ley Monetaria, la cual, exponía: "serán retiradas las monedas desgastadas por el manejo diario. Las piezas recortadas o perforadas no serán de curso legal". "Queda prohibido usar fichas, vales, etc., en sustitución de la moneda."⁸ Esta contravención será penada por la Ley y quien los aceptare no tendrá acción civil para su pago". Y finalizaba diciendo: "el Ministerio de Hacienda tendrá el control de la circulación monetaria". Gracias al alza producida en los precios del café, El Salvador, vivió un auge económico en la década de los años 20. Pero la fiesta no duraría mucho. La Depresión mundial, la caída internacional de los precios del café y la falta de control en el sistema monetario salvadoreño, traería como consecuencia la mayor crisis económica de El Salvador.

El Salvador, no contaba para ese entonces con una institución que técnicamente

⁸ www.asob.org.sv/HISTORIAMONEDA

se dedicara a velar por la estabilidad monetaria, ni por las actividades financieras. Esto creó un gravísimo problema; llegó un momento que el dinero circulante era escaso. La crisis económica fue el detonante de todos los problemas sociales y políticos que culminaron en los trágicos sucesos de 1932. No fue sino hasta el 19 de junio de 1934 que, a iniciativa del Poder Ejecutivo, la Asamblea Legislativa, emitió la Ley de Creación del Banco Central de Reserva de El Salvador.⁹

La institución financiera de que se hace merito,¹⁰ tuvo como principal función, velar por la estabilidad monetaria de El Salvador. Es así como el 31 de agosto de 1934, el BCR pondría en circulación la Primera Familia de Billetes, en la historia de El Salvador, en las denominaciones de: uno, dos, cinco, diez, veinticinco y cien colones, a las cuales posteriormente agregó el de cincuenta colones en 1979. Desde 1934, año en que se emitieron los primeros billetes, estos fueron modificándose por separado, cambiando un poco su diseño, o desapareciendo unas denominaciones y apareciendo otras nuevas, pero nunca volvió a emitirse una Familia completa de billetes¹¹

Otros países no cuentan con una Casa de la Moneda propia, pero contratan el servicio en exclusiva con otra de otro país. Esto puede deberse a razones técnicas (que no se tenga la tecnología suficiente) o por razones políticas, cuando la demanda de dinero nacional no justifica una oferta independiente que resultaría enormemente cara, o porque la moneda nacional no tenga credibilidad, como ha ocurrido en algunos países de América Latina que utilizan el dólar estadounidense como sistema de valor de equivalencia, aunque imprimen moneda nacional en sus propias Casas de la Moneda o bancos centrales.

Los bancos centrales suelen encargarse de retirar de la circulación el dinero

⁹ Idem

¹⁰ www.bcr.gob.sv/bcr003

¹¹ Idem

antiguo y de poner en circulación nuevas monedas y billetes, destruyendo los antiguos y refundiendo las monedas viejas.

1.2. EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO

1.2.1. LA RUTA DE LA SEDA

Uno de los primeros y más destacados ejemplos de comercio a larga distancia es el de la Ruta de la Seda entre China y la Roma imperial, que surgió alrededor del año 100 a.C. cuando la dinastía Han logró que gran parte de Asia central fuera una zona segura para el tránsito de caravanas permitiendo que productos de gran valía siguieran dicho tránsito, llegando hasta la India y Arabia, Destacó de igual modo el comercio a nivel marítimo, tanto en el golfo Pérsico, como en el océano Índico y en el océano Pacífico norte. Los bienes que se enviaban a tan larga distancia solían ser bienes de lujo que se comercializaban mediante intermediarios, ya que rara vez permanecían durante todo el trayecto en las manos del mismo comerciante. La inestabilidad política que invadió toda la zona por la que transcurría la ruta a partir del siglo V d.C. interrumpió este comercio, que reaparecería durante los periodos de paz.¹²

1.2.2. LAS CRUZADAS

La importancia de las cruzadas a nivel comercial las encontramos principalmente en la disputa que existía por la posesión de Siria, con su privilegiada situación entre dos regiones tan valiosas. Las rutas pasaban por allí de Mesopotamia a Egipto. Y lo más grave era que las rutas más importantes y vías de comunicación mundiales pasaban por Ierushalaim

Además, la Tierra Santa (Ierushalaim) tenía tierra muy fértil, cosa que ellos necesitaban, ya que las tierras donde ellos yacían perdiendo su fertilidad. Francia

¹² Acosta, Jorge. Historia del Comercio Mundial. www.monografias.com.

e Inglaterra también estaban interesados en despojar a quien pudiesen para así tener más feudos, para tener más ganancias.

1.2.3. EL COMERCIO JUDIO

Durante los siglos XI al XVI, el comercio estuvo regido por los judíos quienes se caracterizaron por ejercer comercio diverso y variado, el cual se producía entre plazas, existiendo entre los productos de exportación, vestimentas, productos de alimentación y hasta artículos de lujo.

1.2.4. RESURGIMIENTO DEL COMERCIO.

Tras la primera cruzada, al caer el dominio de parte musulmán, el comercio , nuevamente quedó abierto el Mar Mediterráneo. Al instante, se reestableció la comunicación entre los pueblos, cambiando al autoabastecimiento del feudo por el COMERCIO, en consecuencia, nació una nueva clase social, los Burgueses, que eran los más grandes mercaderes, pero estuvieron envueltos en interminables conflictos entre la iglesia y los nobles, dueños de los latifundios. El problema con la iglesia era que ésta decía que no se podía ascender de clase social, pero esto era el objetivo de los burgueses. Ahora con éste gran cambio en el comercio y en la gente que lo practicaba, el sistema del feudo se veía como inservible, ya que no cumplía con los requerimientos de la nueva economía, además, ya era necesario algunos tipos de procedimientos más rápidos, eficientes y competentes. Nació así, la organización municipal. Un grupo de burgueses, artesanos, etc. formaba un gremio o una cofradía, que era un monopolio.¹³

La apertura Comercial Europea

Entre los siglos XII y XIV, después de las Cruzadas, la cristiandad vivió grandes cambios: renacieron las ciudades y el comercio creció, Europa tomó contacto con

¹³ Op. Cit. Pág. 8

las tierras próximas de Asia y descubrió sus productos y riqueza, las especias que por ahí llegaban, los perfumes, los tejidos de seda, el papel o las alfombras. Frente a la pobreza europea, Asia tenía mucho que ofrecer, y algunas ciudades comerciales de Italia, como Venecia, Génova, Florencia o Pisa, empezaron a prosperar y a aumentar sus flotas.

Se produjo el apareamiento de las especias para condimentar los alimentos y volver comestibles los que estuvieran mal consumidos presentado entre estas: la pimienta, jengibre, menta, cardamomo, nuez moscada, salvia, perejil, comino, azafrán, clavo o anís. También se utilizaban para fermentar algunas bebidas caseras, incluso para usos medicinales.

La Edad Moderna

El desarrollo de veleros y de transportes eficientes durante los siglos XV y XVI ayudaron a una rápida expansión del comercio. A medida que descendía el coste de transportar grandes cargamentos a larga distancia, el grano empezó a importarse a gran escala desde el Báltico hasta los Países Bajos y otros países de Europa. Las nuevas rutas oceánicas entre Europa y el Este permitieron importar desde Asia, con menores costos, un mayor volumen de mercancías del que se podía transportar por tierra. El descubrimiento de América creó un comercio de nuevos bienes como tabaco y madera.

La explotación española vino con el tránsito Europeo hacia las costas americanas utilizo como medio la conquista y la colonización para imponer no solo sus costumbres, sino, también su moneda, así tenemos por ejemplo la explotación española de las grandes minas mexicanas y peruanas de oro y plata, la cual transformó por completo el comercio. Por fin, Europa poseía un bien —los metales preciosos— que tenían una gran demanda en el lejano Oriente. A cambio de los bienes asiáticos, Europa ofrecía monedas de plata acuñadas en México,

España, Italia y Holanda. El comercio de bienes de primera necesidad creció a una velocidad asombrosa.

La moderna teoría del Comercio Internacional

La teoría clásica del comercio desarrollada por Smith, Ricardo y Mill se ocupaba sobre todo de analizar las ganancias derivadas del libre comercio. Sin embargo, la teoría moderna del comercio acepta la veracidad de la teoría de la ventaja comparativa y se centra en analizar los patrones de comercio de cada país y los orígenes de dicha ventaja.

Los teóricos clásicos suponían que las diferencias en las ventajas comparativas se debían a la diferente productividad de los recursos, lo que reflejaba una desigual distribución entre países de tecnología y calificación de mano de obra. Algunos economistas del siglo XX explican de una forma más precisa las distintas ventajas en la producción, destacando que la diversidad de precios de los bienes finales refleja la desigualdad de precios de los recursos productivos, y esta diversidad se debe a la escasez relativa de estos recursos en cada país. Los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que requieren materias primas y recursos de los que el país dispone en abundancia, e importan bienes que requieren recursos que el país no posee. Esto último resume la ley de la oferta y la demanda dependiendo de la existencia de materia prima del país productor.

Los efectos de la Industrialización

Ya en 1750 el comercio de bienes de primera necesidad era mucho más importante que el comercio de especias. En los años siguientes, el comercio sufrió una nueva transformación, esta vez debido a la Revolución Industrial.

En vista que la primera Revolución Industrial se produjo en Europa, ésta se

convirtió en el centro de una red comercial global durante todo el siglo XIX. Las economías europeas dependían de los mercados extranjeros para conseguir las materias primas que necesitaban, y vender en ellos los bienes manufacturados que producían. Por lo tanto, el crecimiento de la producción industrial fue seguido de una rápida expansión del comercio. Entre 1750 y 1914, el comercio mundial se multiplicó por cinco. Solamente en el siglo XIX, el número de toneladas transportadas vía marítima, a escala mundial, pasó de 4 millones a 30 millones de toneladas. Los comerciantes europeos controlaban la mayor parte de este comercio.

El crecimiento de la industria afectó al comercio de muchas formas. Al principio, el aumento de la producción estimuló el comercio de materias primas. La mecanización de la producción textil europea provocó un enorme aumento de las exportaciones americanas de algodón en bruto. A partir de 1850, también aumentó el comercio de grano, carne y lana. Europa se convirtió en un importador permanente de trigo de Estados Unidos, Australia, Argentina y la India, pagando estas importaciones con sus productos industriales.

Otro aspecto relevante del crecimiento industrial fue la revolución en el transporte terrestre. El desarrollo de la máquina de vapor y la construcción de líneas férreas favoreció el comercio entre la costa y el interior de todos los continentes. Los trenes y ferrocarriles tuvieron una importancia esencial en Estados Unidos, el Este asiático y Latinoamérica.

La crisis del 29

En el año de 1929 en Los Estados Unidos de Norteamérica se produjo en la denominada bolsa de valores de Wall Street una crisis de gran envergadura, que fue llamada como "jueves negro" llegando a afectar a una gran cantidad de países europeos a nivel bursátil y financiero. Esta crisis sólo era la expresión de una

situación económica muy grave pues desde 1928 las compras habían disminuido y los mercados se hallaban saturados. Los bancos restringieron el crédito, y se exigió a los industriales y los agricultores que pagaran sus deudas. Se multiplicaron las quiebras: en Estados Unidos, hubo más de 28.000 quiebras comerciales e industriales en 1931 y 5.000 bancarias en tres años. La producción industrial del mundo se redujo en un 38 % entre 1929 y 1932, y el volumen del comercio internacional descendió en un tercio.

A efectos de detener la crisis mundial provocada en los EEUU, el entonces presidente Franklin Delano Roosevelt, puso en práctica una nueva política económica; el New Deal: el Estado llevó a cabo una política inflacionista para aliviar las deudas; devaluó el dólar en un 59 % para favorecer las exportaciones, millones de parados fueron empleados en un vasto plan de obras públicas y en la ordenación de vastas regiones; se fundaron instituciones de crédito agrícola que otorgaban préstamos a bajo interés, y se oficializó la ayuda a los parados.

Estas medidas permitieron una recuperación de la actividad económica, pero resultaron insuficientes. Hubo que esperar hasta 1939 para que la recuperación fuera evidente.

El New Deal, a pesar de su éxito a medias, había enterrado al capitalismo liberal: el Estado había pasado a ser árbitro y organizaba la economía. Pero no todos los Estados afectados por la crisis optaron por reorganizar el capitalismo. Por causa de estas políticas Roosevelt fue reelegido tres veces: 1936, 1940 y 1944.

El final del siglo XX

La reducción de las barreras comerciales y la continuada expansión del comercio son dos logros importantes del periodo posterior a la II Guerra Mundial. Las reducciones de los aranceles comerciales fueron logradas gracias al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) y a la Organización Mundial del

Comercio (OMC), así como mediante la creación de uniones aduaneras. Durante la década de 1950, las exportaciones de los países de Norteamérica y Europa occidental aumentaron rápidamente, mientras que las exportaciones de los países menos desarrollados decayeron. Por el contrario, a partir de 1965 las exportaciones de los países en vías de desarrollo crecieron más rápidamente, en parte debido al aumento del valor de las exportaciones de los países productores de petróleo. La participación de Japón y de la Comunidad Económica Europea sobre el comercio mundial aumentó, decayendo la de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y la de Europa del Este. En el plano mundial, el valor del comercio (exportaciones e importaciones) creció drásticamente. No obstante, durante las décadas de 1970 y 1980, reaparecieron las presiones para eliminar las barreras al comercio exterior. Muchos países establecieron cuotas a la importación y negociaron restricciones voluntarias a sus exportaciones — fenómeno conocido como ‘nuevo proteccionismo’— pero no está claro si esto representa una seria amenaza al comercio entre países, y su efecto está disminuyendo desde 1990, al finalizar las conversaciones de la Ronda Uruguay del GATT, crearse la OMC y firmarse nuevos acuerdos bilaterales sobre libre comercio entre varios países.

El GATT y la OMC Commonwealth, Benelux

Aunque se creó para reemplazar al GATT, la OMC incorpora todas las medidas del tratado original y las posteriores reformas, revisadas y mejoradas, denominándose GATT 1994. La OMC amplía el mandato del GATT a nuevas áreas, como el comercio de servicios y de la propiedad intelectual, y proporciona un marco legal a nivel internacional para reforzar las medidas del GATT.¹⁴

¹⁴ www.elperiodico.es/online/sigloxx/cas/edicion/tex017

Uniones aduaneras y áreas de libre comercio para fomentar el comercio entre países que defienden los mismos intereses políticos y económicos, o que mantienen relaciones de vecindad, se crean áreas de libre comercio en las que se reducen los aranceles (llegando a eliminarse) entre los países miembros. Uno de los primeros ejemplos de asociación de países fue la Commonwealth, creada en 1931 y que permitía reducir los aranceles entre los países firmantes. Los estados no comunistas favorecieron el desarrollo de programas para promocionar el comercio y promover la recuperación de las economías devastadas por la II Guerra Mundial.

En la unión aduanera del Benelux, creada en 1948 e integrada por Bélgica, los Países Bajos y Luxemburgo, se eliminaron por completo los aranceles y se creó un único arancel externo común para los bienes provenientes de otros países. En 1951, Francia, la República Federal de Alemania y los países miembros del Benelux crearon la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA) En 1957 estos países, más Italia, formaron la Comunidad Económica Europea (CEE, actual Unión Europea), que pretendía reducir las barreras comerciales entre los países miembros. La respuesta de numerosos economistas predice el crecimiento de tres grandes bloques comerciales: la Unión Europea, el integrado por los países miembros del Tratado de Libre Comercio Norteamericano (TLC) y el formado por los países asiáticos. El comercio dentro de cada bloque crecerá debido a la reducción y eliminación de restricciones a los intercambios de productos, pero se necesitarán muchas y duras negociaciones para poder reducir las barreras entre los tres bloques.

Comercio Mundial

Durante el siglo XX el comercio ha crecido hasta el punto de que es el aspecto más importante a nivel mundial. Se cree que la creciente interdependencia entre

países continuara en el futuro, aunque debido a la tendencia a crear bloques económicos regionales, ciertos países serán más dependientes que otros.

Mercados Cambiarios

Los Mercados Cambiarios han presentado desde su desarrollo una serie de variantes de las cuales las más importantes son las que se dirán:

El Convenio de Bretton Woods, establecido en 1944, tenía como objetivo instalar una estabilidad monetaria internacional al evitar la fuga de dinero entre naciones, y restringir la especulación en las monedas del mundo. Antes del Convenio, el patrón cambio oro que prevaleció entre 1876 y la Primera Guerra Mundial dominaba el sistema económico internacional. Antes de la 1era guerra mundial el renacimiento del patrón oro tuvo hegemonía a tal grado que las monedas ganaban una nueva fase de estabilidad dado que estaban respaldadas por el precio del oro. Este patrón por si solo abolía la antiquísima práctica utilizada por reyes y gobernantes de rebajar arbitrariamente el valor del dinero y provocar inflación. Pero dicho patrón no estaba exento de presentar fallas. A medida que una economía se fortalecía, ésta importaba demasiado del exterior hasta agotar sus reservas de oro requeridas para respaldar su dinero. Como resultado, la masa monetaria se reducía, las tasas de interés se elevaban y la actividad económica disminuía al punto de llegar a la recesión. A la larga, los precios de las mercaderías habían llegado a su punto más bajo, siendo atractivos para otras naciones, que se precipitaban a comprar en forma desmedida, lo que inyectaba a la economía con oro hasta que ésta aumentara su masa monetaria, bajara las tasas de interés y se volviera a crear riqueza en la economía. Estos patrones auge-caída prevalecieron durante el período del patrón oro hasta que el inicio de la Primera Guerra Mundial interrumpió los flujos de comercio y el libre movimiento del oro. Durante el periodo de la segunda guerra mundial y posterior a este, el comercio

demonstró un desaceleramiento a consecuencia del desgaste de las economías por el gasto armamenticio; los únicos países que salieron beneficiados económica y políticamente fueron Los Estados Unidos de Norteamérica y La Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas, (URSS, para ese entonces), mientras que el resto de Europa y Japón tuvieron un colapso en su economía.

En Alemania, a pesar de los grandes destrozos sufridos por las dos Alemanias durante la II Guerra Mundial, las dos Alemanias (tanto la Democrática como la Federal) surgieron como potentes economías en la década de 1960. Alemania Occidental se convirtió en una potencia económica mundial en las dos décadas posteriores, mientras que Alemania Oriental fue una de las economías más avanzadas entre los países componentes del Pacto de Varsovia. La reunificación ha supuesto un golpe muy duro para la economía de ambas zonas. La Alemania Occidental ha tenido que soportar los costes de la financiación de las mejoras en la infraestructura, el medio ambiente y la industria de la parte oriental, mientras que muchas empresas del Este han quebrado debido a la fuerte competencia de las de Alemania Occidental. Aún así, Alemania sigue siendo una potencia en la economía mundial.¹⁵

Mientras que en Japón, la rehabilitación de su economía, fue más difícil que la reorganización del gobierno. La escasez de alimentos se había suplido con importaciones de productos de los aliados, en particular de Estados Unidos, y los severos bombardeos durante la guerra casi anularon la capacidad industrial de Japón. A principios de 1949, la ayuda dada a Japón costó a Estados Unidos más de 1 millón de dólares por día.

Luego de las Guerras, se celebró el Convenio de Bretton Woods que ya se expuso anteriormente, en el cual los países participantes acordaron intentar y mantener el

¹⁵ www.redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/efemerides/agosto/interna/euro39

valor de sus monedas con un margen estrecho en comparación con el dólar, y una tasa de oro correspondiente, según fuera necesaria. Se les prohibió a los países suscriptores de dicho convenio devaluar sus monedas en beneficio de su comercio y sólo se les permitió hacerlo en el caso de devaluaciones de menos del 10%. En la década del 50, el volumen del Comercio en constante expansión produjo movimientos masivos de capital generados por la construcción posterior a la guerra. Eso desestabilizó los tipos de cambio como se los había establecido en Bretton Woods. El Convenio fue finalmente abandonado en 1971, y el dólar estadounidense ya no sería convertible en oro.

Para el año 1973, las monedas de las naciones industrializadas más importantes comenzaron a flotar con más libertad, controladas principalmente por las fuerzas de la oferta y la demanda que actuaban en el mercado cambiario. Los precios se fijaban diariamente a un tipo de cambio libre, con un aumento de los volúmenes, la velocidad y la volatilidad de los mismos durante la década del 70, dando lugar a los nuevos instrumentos financieros, la desregulación del mercado y la liberalización del comercio.

Euro. Es el nombre dado en la cumbre del Consejo Europeo celebrada en diciembre de 1995 en Madrid (España) a la moneda única que circularía, una vez completado el proceso de Unión Económica y Monetaria (UEM), en el seno de la Unión Europea (UE)

Los días 1, 2 y 3 de mayo de 1998, en Bruselas, el Consejo Europeo señaló los once países (Alemania, Austria, Bélgica, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos y Portugal) que habían alcanzado los criterios de convergencia económica exigidos por el Tratado de Maastricht y en los cuales el euro arrancararía el 1 de enero de 1999. Reino Unido, Suecia y Dinamarca

decidieron por voluntad propia no formar parte de este primer grupo, mientras que Grecia quedó excluida de forma momentánea por no cumplir los requisitos de Maastricht.

Desde el 1 de enero de 1999 hasta el 1 de enero del 2002 el euro se empleo como moneda financiera y, así, los ciudadanos europeos de los once países citados pueden abrir cuentas bancarias en esta moneda y pagar en esta unidad con cheques y tarjetas de crédito. Asimismo, las emisiones de deuda pública de los países de la UEM se emiten en euros. La introducción del euro el 1 de enero de 1999 implicó la fijación irrevocable de los tipos de cambio entre las monedas de los países participantes, como consecuencia de la paridad fija que quedó establecida entre éstas y la moneda única (por ejemplo, 1 euro siempre valdrá 166,386 pesetas) El 4 de enero de 1999, el euro cotizó por vez primera en el mercado de cambios de divisas.

A partir del 1 de julio del 2002, el euro, tanto en forma de billetes como de monedas se erigió en la única moneda de curso legal en el seno de la UEM, perdiendo todo su valor las respectivas monedas nacionales.

1.3. ORIGEN DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL

Para hablar del origen de la compraventa mercantil, nos tenemos que remontar a los orígenes de la compraventa civil, la cual surgió en el Derecho Romano a través de las siguientes instituciones:

La Mancipatio: es una venta ficticia (imaginaria venditio), en la cual el enajenante y el adquirente se reunían delante de cinco testigos y un libripens o porta balanza, todos debían ser púberos y disfrutar del comercio. Era necesario que la cosa de la cual se trata de transferir la propiedad estuviera presente, a menos que fuere un inmueble, en cuyo caso esta condición, que era incómoda e

imposible de cumplir no era exigida. El adquirente, entonces, coge con la mano la cosa objeto de la mancipación y declara ser propietario según el derecho civil, por haberla comprado con ayuda del cobre y la balanza. Finalmente golpeaba en la balanza con una pieza pequeña de cobre, que entrega al enajenante para simular el precio. En caso necesario esta traslación podía ser probada por los testigos que asistieron al acto.

In jure Cessio: este modo de adquirir el dominio exigía la presencia del magister, y sus formalidades eran el cedente y el adquirente comparecían in jure, es decir, delante del tribunal del pretor en Roma, y del presidente de las provincias. La cosa debe estar presente, siendo un inmueble era necesario transportarle a estos lugares, pero es probable que en la época clásica no fuese exigida esta condición, contentándose con llevar un fragmento que representara el inmueble. El adquirente, poniendo entonces la mano sobre la cosa, afirma ser el propietario según el derecho civil, y el magister pregunta después al cedente si opone alguna pretensión contraria, si este consiente en la enajenación y no protesta de dicha afirmación, el magistrado la sanciona, (addicit), y declara propietario al adquirente. La in jure cessio tenía por objeto transferir inmediatamente al adquirente la propiedad de la cosa.¹⁶

En el Derecho Romano, la compraventa no fue traslativa de dominio, se definía como un contrato por el cual el vendedor, se obligaba a entregar una cosa y a garantizar su posesión pacífica y útil, y el comprador a pagar un precio¹⁷. Es decir que por la compraventa el primero vendedor solo tenía la obligación de entregar la cosa y garantizar una posesión pacífica y útil al segundo comprador, respondiendo de las perturbaciones de terceros respecto de esa posesión y de los

¹⁶ Petit, Eugene. Tratado Elemental de Derecho Romano. Editorial Porrúa, México 1989. Pág. 314

¹⁷ Idem. Pág. 314

vicios ocultos que la cosa presentase. La no transmisión de la propiedad era consecuencia del principio de su intransmisibilidad por el solo consentimiento.

Por otra parte, la compraventa podía recaer sobre la cosa ajena, en el sentido de que, si el vendedor garantizaba la posesión pacífica y útil de lo no propio, el contrato era válido, y el comprador no podía reclamar entre tanto no se le privara de la cosa, aún cuando tuviera conocimiento cierto de que era ajena, lo cual significó que la obligación de aquél no consistía en transferir el dominio.

Posteriormente en el Derecho Francés, la propiedad, se transmite por el sólo efecto de la convención. El Art. 1583 del Código Civil, refiriéndose a la compraventa, expresa que la propiedad se adquiere de derecho por el vendedor respecto al comprador, desde que haya acuerdo sobre la cosa y el precio, aunque la cosa no haya sido todavía entregada ni el precio pagado. Por tal razón se dice que en el Derecho Francés, la venta es traslativa de dominio.¹⁸

En el Derecho Alemán, la compraventa es apenas fuente de derechos o relaciones de derechos personales entre los contratantes, de modo que el comprador no se hace dueño de la cosa vendida, por la sola circunstancia de ver que se perfeccione el contrato. Pero la ley dispone expresamente que el vendedor está obligado, a transferir el dominio de la cosa vendida al comprador, obligación que, desde luego, incumple el vendedor que, sin ser dueño de la cosa vendida, hace entrega de ella al comprador.¹⁹

En el Derecho Italiano, que por otro lado observa cierta similitud con el Derecho Francés, ya que por el mero contrato el comprador adquiere el dominio sin necesidad de un acto traditivo posterior del vendedor. Pero por expresa disposición de la ley, la compraventa de cosa ajena, en lugar de quedar afectada

¹⁸ Ibid Pág. 10

¹⁹ Ibid. Pág. 11

de nulidad, como ocurre en el Derecho Francés, se convierte en compraventa creadora de obligaciones, o sea que el sistema mismo se transforma de compraventa-modo en compraventa-título.

1.3.1. EL SALVADOR

El Código Civil Salvadoreño tiene su inspiración en su homólogo Chileno y es similar al Colombiano, de ahí que, los tres institutos son idénticos en la materia de compraventa, en la cual debe existir, como algo primordial la intención de transferir la propiedad por parte del vendedor, y la de adquirirla, por parte del comprador; igual cosa sucedía en el derecho romano, pero no se consideraba indispensable la efectividad de esa intención, bastaba que el comprador disfrutara de la cosa vendida en forma útil y pacífica.²⁰

El contrato de compraventa pues, por sí solo, es traslativo de dominio, ya que produce obligaciones, en virtud de las cuales el comprador tiene derecho a exigir que el vendedor, le haga la tradición y la entrega material de la cosa vendida, En esto se sigue la corriente romana; pero se adopta el sistema alemán, el vendedor además de efectuar la entrega material de la cosa vendida, tiene que realizar la entrega jurídica de la misma mediante la tradición, la cual debe reunir los requisitos de fondo y cumplir las formalidades que la ley establece. Arts. 1597 al 1686 del Código Civil.

1.3.2. LA COMPRAVENTA MERCANTIL

La compraventa mercantil es el contrato que mayor importancia ha tenido dentro del campo del Derecho Mercantil, ya que al igual que su homóloga civil ha sido concebida en distintas formas a través del tiempo. En el campo mercantil su nacimiento se produce al inventarse la moneda ya que a partir de aquel momento,

²⁰ Idem. Pag. 18

los cambios de objetos que los hombres efectuaban entre si, dejaron de ser permutas para convertirse en compraventa, pues la propiedad de un bien era transferida a cambio del pago de un precio en dinero.

Originalmente, fueron suficientes las normas del derecho civil para regular todos los aspectos de la compraventa, pero al irse multiplicando el número de operaciones con el crecimiento del comercio, fueron apareciendo dificultades que no podían ser resueltas por las normas civiles, principalmente por carecer de la celeridad que tales operaciones requerían. Por ello se buscaron soluciones de carácter práctico las cuales se generalizaron entre quienes más necesitaban de ella, es decir, los comerciantes, naciendo así la costumbre mercantil. Esta última ha sido concebida como una fuente de Derecho que siempre ha existido, siendo asentada a través de una norma jurídica fluyendo hacia el Derecho Mercantil.

La Costumbre es una Fuente Formal del Derecho; entenderemos como fuente formal a los procesos de creación de las normas jurídicas, ahora bien, la idea de procesos implica la de una sucesión de momentos, es decir, cada fuente formal esta constituida por diversas etapas que suceden en cierto orden y deben realizar determinados momentos.

Entre las fuentes formales del derecho tenemos: La Legislación, La Costumbre, y La Jurisprudencia. Para García Maynez, La Costumbre es: “Un uso implantado en la colectividad y considerado por esta jurídicamente obligatoria; es el Derecho nacido consuetudinariamente, el *JUS MORIBUS CONSTITUTUM*”.²¹

El Derecho Consuetudinario esta constituido por dos caracteres que son: Primero, el conjunto de reglas sociales derivadas de un uso más o menos largo. Segundo, tales reglas se convierte en derecho positivo cuando los individuos que la

²¹ García Maynez, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho, 35ª Edición, Ed. Porrúa. Argentina. 1984, pág. 61

practican lo reconocen como obligatorio, cual si se tratase de una ley.

Sin embargo a la compraventa mercantil no puede fijársele la fecha exacta de su nacimiento, pues su origen se pierde en la historia, solo se podría asegurar que alcanzó individualidad y concreción en el Código de Comercio Francés de 1807²² El derecho mercantil nació para regular las actividades de los comerciantes, y ha sido con el transcurso del tiempo, al crecer el comercio, que ha llegado a tener injerencia en casi todos los órdenes de la actividad humana, ampliando su radio de acción, y siendo aplicable ya no solo a los comerciantes sino a toda persona, que en determinado momento, en una u otra forma participe en una actividad mercantil. Situación que se explicará más adelante.

1.4. CONCEPTO DE COMPRAVENTA Y SUS ORÍGENES

El fuero juzgo denominó al contrato de compraventa: “vendición”. El fuero viejo, real, las partidas, el ordenamiento de Alcalá y la novísima recopilación le llamaron “ventas y compras”. En opinión de algunos autores, este es el nombre más correcto, ya que lógicamente, puede distinguirse en él dos fases:

La primera, se producía el hecho de que el vendedor deja de ser propietario, que es la venta, y la segunda en la que el comprador pasa a ser propietario, que es la compra. Nuestra legislación al igual que la de otros países, utiliza el término compraventa siguiendo a los romanos, que le llamaron a este contrato “emptio venditio”; el derecho mercantil, retomó el vocablo compraventa, y le agregó el calificativo de mercantil, formándose así el nombre del contrato que nos ocupa.²³

Considerando que parte importante del estudio de la compraventa mercantil

²² Blanco Constant, Francisco. Derecho Mercantil. T. III. Instituto Editorial Reus España. 1950 Pag. 43

²³ Malagarriga, Carlos Derecho Comercial. Contratos y papeles de Comercio. T. II. Primera parte. Tipográfica Editora Buenos Aires 1951. pag. 68

depende de la concepción del acto de comercio es pertinente hacer referencia de ello aunque sea de forma somera, así como las teorías que han tratado de dar una explicación satisfactoria del mismo.

1.4.1. TEORÍAS DEL ACTO DE COMERCIO

Es necesario primero definir las teorías del acto de comercio, y determinar en cuál de las mismas se enmarca nuestra ley, para dar un concepto acertado de la compraventa mercantil:

El Derecho Mercantil surgió para suplir las deficiencias del Derecho Civil al ser aplicado al tráfico comercial para regular las actividades de los comerciantes, por ello fue considerado como un derecho de clase. Visto así el Derecho Mercantil, la concepción del acto de comercio, fue muy simple, pues se dijo que era el ejecutado por el comerciante.

Lo anterior no tardó mucho en descubrir la inexactitud de tal concepción por tal motivo se desplazó la atención del sujeto al objeto, naciendo las teorías de intermediación como la del lucro y el provecho.

Según la primera teoría que se expone, el acto de comercio es el acto de intermediación entre el productor y el consumidor; y al comerciante como intermediario entre el productor y el consumidor. Es indudable que muchos actos de comercio son de intermediación; también lo es que, en su etapa histórica de formación, todo el comercio lo fue; pero hoy precisamente por el crecimiento constante de su esfera de aplicación, hay muchos actos de mercantilidad indudable que no son actos de intermediación. La emisión de títulos valores no lo es con mucha frecuencia ; el que paga con un cheque una deuda y el que documenta con una letra de cambio una obligación , no son por regla general intermediarios ; tampoco el endoso de estos títulos suele ser un acto de ese tipo , Los contratos típicos de bolsa , que son operaciones de alta especulación , no

encajan en esta teoría; ni los servicios bancarios u operaciones neutras de bancos; sin embargo nadie duda en calificar tales operaciones como mercantiles.²⁴

La segunda teoría, consideraba mercantil al acto en el que se obtuviera lucro y civil al que solamente reportara provecho. Para quienes el provecho es un precio que corresponde al valor intrínseco del objeto que se enajena o al trabajo empleado en el servicio que se presta; como cuando el productor vende su cosecha y obtiene por ella su precio exacto. En cambio el lucro resulta de las circunstancias, independientemente del valor propio de la cosa o servicio; como cuando se logran plusvalías debido a la especulación, o se vende con un sobreprecio determinadas mercancías, traídas de otras partes, aprovechando su rareza en el lugar de consumo. No cabe duda que el móvil de lucro ha sido el gran incentivo del comercio; pero ni todas las operaciones lucrativas son mercantiles, ni es imposible encontrar las operaciones no lucrativas dentro de la esfera del comercio, aunque no sea la regla general. Muchas operaciones civiles son lucrativas y no por eso serán declaradas actos de comercio y caso contrario muchos entes oficiales y semi oficiales, como algunas instituciones autónomas y las sociedades de economía mixta, hacen actos de comercio, no con un fin de lucro sino con un fin de servicio público; el ente no es mercantil, pero sus operaciones si lo son.

Empero las teorías anteriores no tuvieron completo éxito pues dejaron por fuera multitud de operaciones de indiscutible mercantilidad. Para obviar este problema se creó el sistema enumerativo. Este sistema consiste simplemente en hacer una lista de actos que la ley manda se deban considerar como mercantiles, sin seguir ningún patrón para hacer tal enumeración. Cuando se da un patrón fijo o Números

²⁴ Lara Velado, Roberto. Introducción al Estudio del Derecho Mercantil. 2ª Edición, Editorial Universitaria de El Salvador. 1972, San Salvador. Pág. 14

Clausus de lo que sería el acto de comercio y fuera de este, sería considerado como civil. Sin embargo poco o nada tiene este sistema de científico, sus vicios se revelaron y ha sido en busca de esa concepción que una vez por todas, explicó y se estableció que es un acto de comercio, que se ha llegado a las teorías del acto en masa, realizado por empresas, también llamado teoría moderna.²⁵

Para la teoría del acto en masa realizado por empresa, son actos de comercio, los hechos en serie, en forma masiva, frecuente por una empresa dedicada a efectuarlos. Considerando como empresa “un conjunto coordinado de trabajo personal, de elementos materiales y de valores incorpóreos o bienes intangibles, para ofrecer al público, como propósito de lucro y de manera sistemática bienes y servicios” (Véase Art. 553 Com.). Además, considera como actos de comercio los de mercantilidad pura siendo estos efectuados sobre cosas típicamente mercantiles.

De ahí que es difícil encontrar conceptos en los cuales se manifiesten de manera pura la teoría subjetiva o la teoría objetiva, lo que si se encuentra son conceptos en los que existe la predominación de una de las dos.

El comentarista argentino Joaquín Raúl Seoane dice: “la compraventa se considera mercantil cuando se realiza sobre cosas muebles, para revenderla por mayor o menor, bien sea en la misma forma que se compraron o en otra diferente, o para alquilar su uso, comprendiéndose la moneda metálica, títulos de fondos públicos, acciones de compañías y papeles de créditos comerciales”.²⁶

El profesor Italiano Tullio Ascarelli dice: “El motivo de la comercialidad reside en las circunstancias tiene lugar para revender, y que la venta esta precedida de la compra con la intención de vender: esto es, compra y venta deben estar

²⁵ Ibid. Pág. 15

²⁶ Miranda, Adolfo Oscar. De la Compraventa. Pág. 10

económicamente conectadas por esa intención de intermediación que constituye la razón de su comercialidad”.

Como se mencionó anteriormente a fin de iniciar una ilustración legislativa el Código de Comercio Español en su artículo 325 dice: “Será mercantil la compraventa de cosas muebles para revenderlas, bien en la misma forma que se compraron o bien en otra diferente con ánimo de lucrarse en la reventa”.

Por su parte el Jurista Mexicano Joaquín Rodríguez y Rodríguez dice: es compraventa mercantil la compraventa de muebles o inmuebles reelaborados o no hecha con propósito de lucro; la que recaer sobre cosas mercantiles, y la que se efectúa por un comerciante o entre comerciantes.²⁷

1.4.2. CONCEPTO DE COMPRAVENTA MERCANTIL

Hechas las ilustraciones en el acápite anterior, en nuestra legislación secundaria particularmente el Código de Comercio en su artículo 1013 establece: “Son compraventas mercantiles I. Las que se realizan dentro del giro de explotación normal de una empresa mercantil.”

Es decir, se entenderán por tales las que se refieren a aquellas mercaderías cuya fabricación o venta constituyen el giro ordinario de los negocios de la empresa vendedora, o sea las realizadas en masa por la empresa mercantil, y

Las cosas típicamente mercantiles aunque no se realicen en masa ni por empresa; tales como las ventas de la empresa mercantil, de alguno de sus establecimientos o de alguno de sus elementos intangibles que puedan subsistir separadamente, como por ejemplo: los distintivos comerciales, patentes u otros similares; y la de los títulos valores.

²⁷ Idem. Pág. 10

“II. La de cosas mercantiles”; No son mercantiles las ventas hechas por agricultores o ganaderos, de los frutos o productos de sus cosechas o ganados, o de las especies que se les den en pago, cuando no tengan almacén o tienda para su expendio, ni las que hicieren los artesanos en sus talleres de los objetos fabricados en ellas.

En este segundo apartado nos da las excepciones de las cosas mercantiles como lo es las ventas hechas por los agricultores y ganaderos de los productos que obtengan de dicha actividad siempre y cuando no tengan establecimientos permanentes para su expendio, ya que la actividad agrícola no puede masificarse; ni las ventas de los artesanos en sus talleres de los objetos fabricados en ella, porque la falta de masificación es lo que caracteriza la actividad artesanal, la cual al masificarse se convierte de artesanal en industrial. Pero las compras que realizan las distintas personas para su consumo, sí serán mercantiles si el vendedor ha masificado el acto, en cambio la venta que realice cualquier persona de los objetos adquiridos para su consumo no será mercantil ya que no ofrece caracteres de masificación.²⁸

1.5. ELEMENTOS Y REQUISITOS DE VALIDEZ DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL

La compraventa mercantil como todo contrato se encuentra compuesto de una serie de elementos y requisitos sin los cuales la realización del contrato sería inválida, la inclusión de dicho elementos y requisitos es lo que hace posible en derecho la realización de una compraventa considerada válida para la legislación. Los elementos y requisitos propios de la compraventa mercantil son:

²⁸ Op Cit. Pág. 29

1.5.1. ELEMENTOS PERSONALES

1º Capacidad

De todos es conocido que el contrato de compraventa mercantil puede ser celebrado por dos comerciantes; por un comerciante y un no comerciante; o bien, por dos no comerciantes. El hecho de que intervenga o no un comerciante, tendrá importancia en las legislaciones que siguen la teoría subjetiva, pues de ello dependerá la calificación de mercantil o de civil que se haga a la compraventa. Para el resto de las legislaciones, carecerá de importancia ya que no se atiende a la cualidad de los contratantes sino a circunstancias distintas para hacer la calificación dicha. Pero ya sea una u otra la forma de operar, siempre será indispensable tomar en cuenta las siguientes reglas: **a) Capacidad Genérica.** Se le llama así, a la que necesita tener cualquier persona para poder celebrar válidamente un contrato, incluso el de compraventa mercantil, por que la mayoría de legislaciones no exigen una capacidad distinta de la exigida por el Derecho Civil, para ser parte de este contrato.

Siendo la capacidad en general, una parte de los atributos de las personas, esta se encuentra regulada en la legislación común de la cual se auxilia, operando el Derecho Civil como cuerpo normativo supletorio del Derecho Mercantil, lógico es que las disposiciones civiles acerca de la capacidad de las personas deberán aplicarse en estos contratos.²⁹

Cuando uno de los contratantes es una persona jurídica, ésta debe reunir los requisitos legales para tener existencia y será capaz de celebrar cualquier contrato de compraventa mercantil siempre que con ello no contraríe sus estatutos.

No obstante lo antes expuesto, no se debe confundir la incapacidad con la prohibición para ejercer el comercio, pues existen determinadas circunstancias en

²⁹ Avilés-Pou. José María. Derecho Mercantil. Edit. J. Ma. Bosch. 3ª Edición España 1959 Pag. 52

las que, personas que son perfectamente capaces para celebrar contratos, están inhibidas por disposición de la ley para celebrar un contrato determinado (Véase Art. 11 Com.). Las circunstancias a que nos referimos son aquellas que dan a esa persona la oportunidad de celebrar el contrato prevaliéndose de su oficio o cargo, impidiendo así que pueda celebrarse en forma más justa o ventajosa para la otra parte. Ejemplos de tales prohibiciones son: la del tutor o curador de comprar bienes del pupilo; la de los jueces, abogados, etc., de comprar las cosas en cuyo litigio han intervenido, etc.

b) Capacidad Específica. Es la capacidad que se exige al comerciante en las legislaciones subjetivistas. Para determinarla, será indispensable consultar los requisitos que exija la legislación mercantil para establecer que una persona puede ser considerada comerciante y como tal, puede válidamente celebrar los contratos en que pretenda comparecer.

c) Calidad de comerciante.- La calidad que determina a una persona comerciante, es una cuestión de hecho, pues es la resultante del ejercicio efectivo del comercio. No se necesita título ni requisito formal alguno para serlo. Se es comerciante porque se ejerce el comercio y así es reconocido por el público. Pero la ley interviene en beneficio de terceros y del propio comerciante exigiendo ciertos requisitos que pueden garantizar el buen manejo y resultado de las operaciones mercantiles, no sólo para evitar que esos terceros salgan perjudicados en sus intereses de carácter económico por contratar con él; sino también para evitar que por su falta de discernimiento y experiencia, que es falta de capacidad, pueda ser víctima de engaños o hacer malos negocios que lo lleven a una mengua de su patrimonio en beneficio de otros. Es decir, cualquier persona puede ser comerciante si se dedica habitualmente a realizar en nombre propio actos de comercio; pero para que los actos efectuados como comerciante puedan

considerarse válidos, es necesario que reúna los requisitos mínimos exigidos por la ley.³⁰

El Código de Comercio hace depender la calidad de comerciante de otra situación: la titularidad de una empresa mercantil. En cuanto a las sociedades (Art. 2 com.), la razón para declararlas comerciantes, ha sido otra: terminar con el caos que hasta la fecha de creación del Código imperaba, y permitía el Código Civil en lo relativo a las sociedades civiles. De ahí, ha derivado una situación con la que había que acabar, pues la coexistencia de sociedades civiles y mercantiles, sujetas a distintos estatutos y con características no muy bien definidas fue siempre fuente de dificultades, los cuales iban desde la forma en que debían constituirse, pasando por las facultades de que podían gozar ellas y sus socios, las obligaciones a que debían sujetarse y la manera en que el Estado las vigilaría, hasta llegar a la extinción de las mismas. Por ello, se optó por lo más lógico y práctico: declarar comerciantes a todas las sociedades.

Pero, al contrario de lo que ocurre con el comerciante individual, la existencia del comerciante social, está condicionada a un requisito formal: la inscripción de su escritura constitutiva en el Registro de Comercio. Con el cumplimiento de esta última formalidad, nace la personalidad de la sociedad y con ella su calidad de comerciante.

d) Referencia a Disposiciones Legales.- La legislación mercantil existente en El Salvador a partir de 1904 no exige la cualidad de comerciante para calificar como mercantil la compraventa, reconociendo en virtud de ello la existencia del acto aislado de comercio. Nuestra afirmación queda plenamente confirmada en el Art. 5 que dispone: "No es comerciante el que ejecuta accidentalmente un acto de

³⁰ Garo, Francisco José. Derecho Comercial. T. I y II Compraventas Terrestres. Edit. R. Depalma Argentina. 1956. Pág. 110

comercio; pero queda sujeto a las leyes mercantiles en cuanto a los efectos del acto".

Es decir que una persona no comerciante puede efectuar una compraventa mercantil de forma aislada. Por eso los efectos de la compraventa efectuada en tales condiciones, serán reguladas por el Código de Comercio en sus aspectos formales; pero en cuanto a la capacidad, que no es un efecto sino un presupuesto, en dicha contratación, siempre seguirá siendo regulada por la ley civil. Aceptando las afirmaciones anteriores, en tales casos serán aplicables las disposiciones de los artículos: 1599 C. Que a la letra dice: "Son hábiles para el contrato de venta todas las personas que la ley no declara inhábiles para celebrarlo o para celebrar todo contrato".

Así también, el Art. 1317 C. al respecto establece: "Toda persona es legalmente capaz, excepto aquellas que la ley declara incapaces".

Y por ultimo el Art. 1318 afirma que: "Son absolutamente incapaces los dementes, los impúberes y los sordomudos que no puedan darse a entender por escrito.

Sus actos no producen ni aún obligaciones naturales, y no admiten caución.

Son también incapaces los menores adultos que no han obtenido habilitación de edad y las personas jurídicas; pero la incapacidad de los primeros no es absoluta, pues sus actos pueden tener valor en los casos determinados por la ley. En cuanto a las segundas, se consideran absolutamente incapaces en el sentido de que sus actos no tendrán valor alguno si fueren ejecutados en contravención a las reglas adoptadas para el gobierno de las mismas.

Además de estas incapacidades hay otras particulares que consisten en la prohibición que la ley ha impuesto a ciertas personas para ejecutar ciertos actos, como por ejemplo las establecidas en el código Civil comprendidas en los

artículos 1601, 1602, 1603 y 1604”

Estas mismas disposiciones serán consultadas para determinar la capacidad del sujeto y/o contratante no comerciante que celebre de compraventa mercantil, según lo dispone el Art. 16 Com. Al decir que: "Los que verifican accidentalmente algún acto de comercio, no son comerciantes. Sin embargo, quedan sujetos en cuanto a tales operaciones, a las leyes mercantiles”.

Tampoco lo son los miembros de las sociedades, por esta sola circunstancia La capacidad del otro contratante será determinada por el Art. 7 que dice: “Son capaces para ejercer el comercio:

I.- Las personas naturales que, según el Código Civil son capaces para obligarse.”

2° Consentimiento.

Otro de los elementos personales de los contratos en general es el consentimiento. que a la vez está conformado por dos sub elementos, la oferta y la aceptación. Para su estudio es necesario expresar que el consentimiento como elemento del contrato consiste en el acuerdo de voluntades de los contratantes acerca de un objeto lícito tendiente a producir efectos prácticos y jurídicos.

Se ha sostenido con anterioridad que el contrato en estudio es un contrato consensual, de ahí la importancia que tiene este elemento en su formación.

Como en todo contrato, los contratantes buscan resultados. En éste, buscan la transferencia del dominio por una parte y la obtención del precio por la otra. Los contratantes deben convenir principalmente sobre estos dos puntos, ya que sobre otros, pueden no decir nada, en cuyo caso le serán aplicables las disposiciones del Código de Comercio, la costumbre o la ley civil, según lo dispone el Art. 1 del primer cuerpo normativo citado. El consentimiento debe ser manifestado por las

partes de tal modo que quede clara su intención; pero puede también deducirse de hechos ciertos que permitan conocerlo en forma indubitable.³¹ Al estudiar las distintas formas de compraventa mercantil veremos como se forma el consentimiento en cada una de ellas.

Tal como se expuso anteriormente, el consentimiento esta conformado por dos elementos: La oferta y La aceptación, para una mejor comprensión, se detallara a continuación cada uno de ellos:

a) La Oferta.-

Uno de los elementos del consentimiento es la oferta. Esta puede provenir ya del vendedor, ya del comprador. Pero el oferente, cualquiera que sea, debe hacer aquella de forma seria y completa. Es decir, teniendo de forma real y material la disposición de llevar a cabo el acto jurídico propuesto, de vincularse con el aceptante e informar a éste lo suficientemente como para que sepa por lo menos, la naturaleza y el precio de la cosa ofrecida.³²

En tanto, la oferta no ha sido aceptada no existe vínculo alguno entre el oferente y el posible aceptante. Por tanto, puede el oferente retirar su oferta sin posibilidad. Al respecto hay que observar lo siguiente: El Código de Comercio en el Art. 969 impone y/o señala la prohibición de revocar la oferta cuando se ha obligado el oferente a mantenerla durante cierto tiempo. En el entendido de que no haya agotado la existencia de la mercadería ofrecida antes de finalizar el plazo, ya que al formularse por parte de un comerciante una oferta, la hace sobre la mercadería con que cuenta o puede contar y no sobre cantidades ilimitadas. De aquí que, es de lógica suposición que en el derecho mercantil, se considera que las existencias

³¹ Tartufari. De la Venta. Bolaffio-Rocco-Vivante. Derecho Comercial. Edit. Ediar S.A. España 1948. Pág. 158

³² Garriguez, Joaquín. Curso de D° Mercantil. T.II Impresora Silverio Aguirre, Torre Madrid Pág. 12

de los productos sean limitadas. En consecuencia, no debe responsabilizarse a un comerciante que no pueda cumplir con lo ofrecido porque ya agotó sus existencias. En realidad lo que ha sucedido es que éste ya cumplió su oferta con otros aceptantes.

Hay que considerar también la posibilidad de que el oferente se vea en la necesidad de modificar o revocar la oferta, por situaciones imprevistas como por ejemplo: haberse modificado sustancialmente los precios a los que él adquiere las mercaderías. No está en el espíritu de la ley el obligar al comerciante a trabajar con pérdida y por ello el Art. 965 C. Com. deja a la apreciación judicial determinar si existe o no justo motivo para negarse a contratar.

b) La Aceptación.

El otro elemento del consentimiento es la aceptación, la cual, debe coincidir con la oferta en todos sus términos. Sólo así habrá acuerdo de voluntades y se formará el contrato. Sobre este punto puede decirse que existe casi unanimidad de opiniones tanto de autores como de legisladores en cuanto a que esta debe coincidir con la oferta en todos sus términos. Si la aceptación contiene modificaciones a la oferta, no puede formarse el consentimiento porque el oferente tendrá que decidir si acepta esas modificaciones; luego, de oferente se convertirá en aceptante y la primera aceptación, con sus modificaciones, vendrá a ser una oferta.

La aceptación tiene que ser hecha en tiempo. Sólo así puede exigir el aceptante la celebración del contrato o la indemnización de perjuicios. Para una mejor ilustración es necesario aclarar lo siguiente: la oferta no implica un consentimiento dado por anticipado. Es únicamente, la obligación que unilateralmente se impone al oferente de contratar con quien acepte aquella.

Consecuencia de ello es que si la oferta fuera el consentimiento del oferente, con sólo la aceptación de esta, el contrato estaría perfecto, el aceptante sería dueño de la cosa teniendo entonces un derecho real sobre ella. En cambio, siendo la oferta solamente un compromiso de contratar, el aceptante sólo puede exigir al oferente que cumpla con su obligación: una obligación de hacer, personal, o que le indemnice los perjuicios, pero no puede perseguir la cosa.

La aceptación puede ser expresa o tácita. Expresa, cuando se manifiesta ya sea por escrito, ya verbalmente. Tácita, cuando debe deducirse de hechos tales como la entrega de la cosa vendida, el uso que de ella haga el aceptante, la retención por cierto lapso de tiempo, etc.

No debemos confundir la aceptación tácita con la interpretación del silencio del aceptante porque el silencio del aceptante no puede ser considerado como una aceptación tácita, mas sino como una negativa de aceptar el contrato salvo excepciones, por ejemplo : 1) cuando así se hubiere estipulado de común acuerdo por las partes , 2) en el caso del mandato mercantil en el cual se encuentra consagrada la aceptación expresa en la norma Art. 1885 C.Civ , 3) cuando entre dos personas se celebre frecuentemente un contrato, 4) cuando el contrato ha tenido su origen en cualquier forma en insinuaciones que ha hecho el destinatario. Siendo la compraventa un contrato bilateral, necesario es que el oferente reciba noticia de la aceptación o la conozca claramente y esto sólo puede suceder si aquella se ha vertido expresamente o deducido de hechos positivos como los señalados con anterioridad.

1.5.2. ELEMENTOS REALES

1. La Cosa.

Se ha establecido que el objeto del contrato de compraventa es la creación de obligaciones para el vendedor y el comprador. Es sabido, además, que estas

obligaciones tienen, a su vez, como objeto hacer que el vendedor transfiera la cosa y el comprador pague el precio. De manera que ha de concluirse, que la transferencia es objeto directo de la obligación e indirecto del contrato. Así también, no debemos de olvidar que en sentido lato, se habla de la cosa y del precio como objetos del contrato.

Requisitos Indispensables de la Cosa. El Art. 1332 C. Inc. 1º establece los requisitos que debe reunir la cosa para que pueda ser objeto de una declaración de voluntad, cuando señala que: "No sólo las cosas que existen pueden ser objeto de una declaración de voluntad, sino las que se espera que existan; pero es menester que las unas y las otras sean comerciables, y que estén determinadas, a lo menos en cuanto a su género", de lo anterior podemos concluir que la cosa debe reunir los siguientes requisitos: a) Existir o esperarse que exista; b) Estar determinada o ser determinable; c) Estar en el comercio.

a) La Cosa debe existir o esperarse que exista.

El Art. 1618 C. nos dice que si al momento de celebrarse el contrato la cosa se supone existente y no existe, sea porque nunca ha existido, sea porque ha dejado de existir, el contrato no produce efecto alguno. Pero si la cosa sólo ha perecido parcialmente, puede el comprador desistir del contrato o exigir que le sea rebajado proporcionalmente el precio. Si la cosa no existe, pero se espera que exista, hay que distinguir entre la llamada venta de cosa futura y venta de la esperanza.

En la venta de cosa futura, según el Art. 1617 C. el contrato está sujeto a la condición suspensiva de que la cosa llegue a existir. De modo que si la condición suspensiva no se cumple, el comprador no estará obligado al pago del precio.

Para determinar si lo vendido es cosa futura o la esperanza, habrá que aplicar las reglas civiles de interpretación de los contratos, que aparecen diseminados en los

Arts. del 1431 al 1437 C.³³

Aún más, puede ser que la cosa exista pero que no pertenezca al vendedor y además éste último no esté autorizado por el propietario para venderla, ni lo haga a nombre del dueño como agente oficioso. El caso que antecede es el referido a de la venta de cosa ajena, resuelto por nuestro Código Civil en el sentido de concederle validez al contrato. La razón de ello la da claramente el legislador en los considerandos de la reforma del día 4 de Diciembre de 1969, D.O. No. 574 Tomo 225, 15 de Diciembre de 1969, al reconocer que siendo la compraventa un título y no un modo de adquirir el dominio, puede celebrarse válidamente la compraventa para que produzca sus efectos entre las partes contratantes. Será problema del vendedor el encontrar la forma de cumplir con su obligación

Al respecto, el Código de Comercio reconoce también como válida la venta de cosa ajena al decir en el Art. 1018 que: "El que de buena fe comprare en establecimiento abierto al público, cosas cuya venta constituya parte del giro normal de aquél, no podrá ser privado de ellas, aunque el vendedor no fuese su dueño y hubiera procedido dolosamente al venderlas".

b) La Cosa debe ser Determinada o Determinable.

La cosa, además de existir o esperarse que exista, debe ser además determinada o determinable. Se dice que es determinada cuando ha sido especificada de tal forma que pueda considerarse como única en el mundo. Al respecto el Art. 1332 C. exige que la cosa esté determinada a lo menos en cuanto a su género. Pero este género deberá entenderse que es limitado, ya que carecería de seriedad decir por ejemplo: que se vende animales, medicinas, máquinas. etc.

³³ Malagarriga, Carlos. Derecho Comercial. Contratos y papeles de Comercio. T. II. Primera parte. Tipográfica Editora Argentina 1951.

En estos casos como dice Borja Soriano citando a Baudry Lacantiniere³⁴: "Si el vínculo de la obligación es de tal manera elástico que el deudor pueda librarse ejecutando una prestación irrisoria, es decir, una prestación nada onerosa para él y sin utilidad para el acreedor, la obligación será nula. Así lo sería en dos casos:

1° Si el objeto de la obligación no estuviese determinado sino en cuanto a su género, por ejemplo, si el deudor se ha obligado a entregar un animal, sin decir de qué especie; porque el deudor podría sin salirse de los términos del contrato, entregar al acreedor un animal de ningún valor y aún un animal nocivo:

2° Si la cosa objeto de la obligación fuese de aquellas que no pueden ser útiles sino a condición de ser prestadas en cierta cantidad, y el contrato no contuviese base alguna para determinar la cantidad a entregar por ejemplo: si el deudor ha prometido trigo o vino, sin decir qué tanto: porque podría entonces, quedando siempre en los términos del contrato, librarse entregando algunos granos de trigo o algunas gotas de vino, es decir, ejecutando una prestación irrisoria".

El género tiene que ser limitado para evitar lo anterior; y además, el contrato deberá contener los suficientes datos para determinar la cosa que se transfiera. Pero la determinación, en caso de discusión, será cuestión que deberá hacer el juez teniendo en cuenta circunstancias específicas de cada caso, como: la profesión de las partes, la finalidad perseguida con dicha adquisición, el precio pagado. Etc.³⁵

c) La cosa debe estar en el comercio.

Por regla general, todas las cosas pueden ser objeto de una compraventa. Las excepciones las dicta la ley atendiendo determinadas circunstancias. Para el caso el Art. 1614 C. dice: "Pueden venderse todas las cosas corporales o incorporeales,

³⁴ Borja Soriano, Manuel. Teoría General de las Obligaciones, Editorial Porrúa, México 1953 T.I Pág. 165

³⁵ Garo, Francisco J. Derecho Comercial. T. II y II Compraventas Terrestres. Editorial R. Depalma Argentina. 1956. Pág. 156.

cuya enajenación no esté prohibida por la ley".

Las cosas corporales pueden ser muebles e inmuebles, según lo dispone el Art. 560 C., y las incorpóreas o derechos, pueden ser reales y personales, según se refiere a ello el Art. 567 C. a esta clasificación habrá que agregarle las cosas mercantiles: a) Las empresas de carácter lucrativo y sus elementos esenciales. b) Los distintivos mercantiles y las patentes. C) Los títulosvalores, los cuales están contenidos en el Art. 5 del Com.

Nuestra ley sanciona con nulidad absoluta por ilicitud del objeto la enajenación de las cosas que no están en el comercio, tal como lo prescriben los Art. 1316 y 1335 C.

Para declarar la ilicitud de los bienes que no se encuentran en el comercio, primero debemos clasificar éstos en comerciables e in comerciables; entendiendo dicho término en su sentido jurídico: de ahí que se establece que un objeto es ilícito cuando no se pueden realizar actos jurídicos con ellos.

El hecho de considerar a una cosa fuera del comercio, puede obedecer a distintas circunstancias, entre éstas pueden invocarse: 1. El que las cosas sean bienes nacionales de uso público: calles, parques, ríos, playas, mar adyacente, etc. 2. De los Derechos y privilegios que no pueden transferirse a otras personas. 3. Cosas embargadas mientras no preceda autorización judicial, conforme al Art. 1335 C.

Los efectos que trae consigo lo anterior, lo establecen los Arts. 1551 y 1552 C. que señalan que en caso de existir un objeto ilícito, el acto o contrato es nulo de nulidad absoluta, es decir, es inexistente.

Compraventa de inmuebles

El Código de Comercio considera mercantil la compraventa de inmuebles, tal como lo establece en su Art. 1037: "Son mercantiles las compraventas de inmuebles efectuadas por empresa lotificadora. Las empresas de lotificación de

inmuebles urbanos solamente podrán funcionar cuando hayan dotado a los lotes de todos los servicios que exigen los reglamentos respectivos, según el lugar donde se encuentre situada la lotificación. Las empresas que contravengan lo dispuesto en este artículo, serán intervenidas por a oficina que ejerza la vigilancia del Estado, sin perjuicio de que el Ministerio Público deduzca las responsabilidades a que hubiere lugar."

En la época presente, los inmuebles se venden con mucha frecuencia , la demanda de vivienda, principalmente en las zonas urbanas, ha propiciado el apareamiento de las empresas lotificadoras. Las que fueron fincas y haciendas que pertenecieron por largos años a las mismas familias, de generación en generación, se convierten en colonias y centros urbanos o se erigen en ellas edificios de fábricas y comercios, todo a un ritmo acelerado.

La legislación que ha de aplicarse, en este estado de cosas, no puede menos que evolucionar. Y lo ha hecho: declarando, en el artículo antes transcrito, la posibilidad de que los inmuebles puedan ser objeto de compraventas mercantiles. Esta disposición legal, termina con algo que tradicionalmente en las legislaciones antiguas como la nuestra, consideraban que la compraventa mercantil únicamente podría recaer sobre bienes muebles.

Compraventa de Empresa.

La compraventa mercantil puede tener como objeto una empresa. Dentro de la clasificación civil, dada su naturaleza, no podemos ubicarla, pues la empresa no es una cosa mueble ni inmueble, tampoco es un derecho real ni personal. La empresa según la teoría más aceptable del derecho mercantil (parimonia-uniaria), es considerada como un bien mueble que posee dentro de su patrimonio bienes muebles, pero por razones prácticas nuestra legislación ha considerado conveniente asimilarla a los muebles. A pesar de ello, su enajenación debe

hacerse en forma solemne. Las formalidades que se exigen dependen de la naturaleza de su titular. Si se trata de una sociedad, deberán seguirse los procedimientos establecidos para la fusión y transformación de sociedades. Si, de un comerciante individual se trata, la enajenación se hará en escritura pública la cual deberá ser inscrita en el Registro de Comercio. Así lo dispone el Art. 558 Com. véase además, el 411 y sgtes. Com. reformado.

2°El Precio

Siendo la compraventa un contrato bilateral, necesariamente crea obligaciones, tanto para el vendedor como para el comprador. Para éste, la principal de ellas es el pago del precio como contraprestación a la entrega de la cosa. Podemos decir entonces que el precio “es el valor de la cosa que se vende, expresado en términos de dinero”. Puede considerarse también, “como la prestación pecuniaria a que está obligado el comprador como inmediata consecuencia del contrato”.³⁶

La compraventa nació a la vida del derecho con la invención de la moneda, dejando de ser permuta desde el momento en que se hizo el cambio de cosas por dinero; pero, para que pueda considerarse como elemento de la compraventa, debe reunir las características siguientes:

- a) **El precio debe consistir en dinero.** Al hacer la valuación de la cosa, ésta debe hacerse en términos monetarios y sobre ello ha de recaer el consentimiento. Es decir, la oferta debe contener el valor de la cosa, expresado en unidades monetarias y la aceptación debe recaer sobre lo mismo.
- b) **El precio debe ser cierto.** esto es, determinado o determinable de conformidad al Art. 1612 C. es decir, que el precio es determinado cuando su monto ha sido establecido al momento de la contratación.

³⁶ Op. Cit. Miranda, Adolfo Oscar. Pág. 78

Es determinable, cuando no se ha fijado su monto sino que por el contrario, se han establecido criterios conforme a los cuales se determinará éste con posterioridad; o bien, cuando dicha determinación se haya dejado a terceros. Lo anterior, está regulado en los Arts. 1612 y 1613 C.

Al respecto, el Art. 1613 C. deja a los contratantes la facultad de nombrar a un tercero para que fije el precio y hemos de recordar que por tercero puede comprenderse a una persona natural o jurídica. Aunque la ley no lo dice expresamente, no hay nada que se oponga a ello. De igual modo, podrán establecer la mayoría de votos que se requerirá para que se tenga por válida la resolución de esas personas en el caso que dicha decisión se hubiere dejado a varias personas. El tercero o terceros deberán ser identificados en contrato y si éstos no determinaren el precio, las partes podrán nombrar a otros.

En caso de no lograrse la determinación, sea porque los terceros no la hicieren o porque no pueda convenirse en el nombramiento de otros, la ley dispone que no habrá venta, pues faltaría el elemento precio y esa determinación no podría hacerla el juez pues la ley no le ha conferido esta facultad.

3° De Las Formalidades y/o solemnidades.

Por regla general, ya fuera expuesto, la compraventa es un contrato consensual. Puede requerir de ciertas solemnidades para su perfeccionamiento. Como por ejemplo en el caso de lo establecido en el Art. 1605 en su inciso 2° “La venta de los bienes raíces, servidumbres y la de una sucesión hereditaria, no se reputa perfecta ante la ley, mientras no se ha otorgado en escritura pública” Entre las cosas que sólo pueden venderse en forma solemne tenemos; a) Los inmuebles, que necesitan de escritura pública; Art. 1065 Ord. 2° C. b) La empresa, precisa de los procedimientos de fusión y transformación de sociedades, si su titular es un

ente social; si se trata de un comerciante individual se necesitará escritura pública; Art. 21 Com. Relacionado con el 24 Com. y 411 Com. rom. I reformado c) Los títulosvalores a la orden y los nominativos necesitan del endoso y posterior registro. Art. 623 y sptes. Com. Lo mismo los contratos de venta a plazo de bienes muebles debidamente registrados conforme al Art. 1040 Com.

El registro en los libros de las empresas o entidades emisoras de títulos nominativos es considerada una solemnidad, puesto que, para que se inscriba al nuevo propietario de los títulos valores, se le exige que presente la documentación que compruebe la venta y el registro posterior del título nominativo. .

1.6. CARACTERISTICAS

Hablar de las características es referirse al signo distintivo que hace de la compraventa un contrato especial, o en otras palabras lo que lo hace diferente al resto de los contratos.

Entre las características de la compraventa tenemos: 1. **un contrato consensual**, se reputa perfecto porque los intervinientes se ponen de acuerdo en la cosa y el precio, excepcionalmente puede ser solemne (Compraventa de Inmuebles) 2. **Es principal**, porque subsiste por sí sólo. 3 **Es bilateral**, porque contraen obligaciones recíprocamente, vendedor y comprador; obligaciones del vendedor: entregar la cosa vendida y responder del saneamiento por evicción; obligaciones de comprador: pagar el precio y recibir la cosa comprada. 4. **Es oneroso**, porque las partes se gravan recíprocamente una en beneficio de otra. 5. Por regla general **es conmutativo**, porque hay equivalencia entre las prestaciones hechas entre el comprador y vendedor, pero en ocasiones puede tener carácter aleatorio, como sucede en ciertos casos en la compraventa de cosa futura 6. **Es de ejecución**

instantánea, porque la obligación se cumple de una sola vez, es decir, nace y extingue al mismo tiempo aunque en algunos casos puede ser de ejecución simultánea o escalonada.

Además de las características anteriores la compraventa puede ser: a) voluntaria, cuando los intervinientes consienten voluntariamente en la celebración del contrato. b) Necesaria, cuando es consecuencia de una expropiación por causa de utilidad pública, interés social o ejecución forzosa, c) Privada, cuando se hace sin publicidad y en forma particular, d) Pública, la que se realiza con publicidad, llamando compradores, o sea en pública subasta, e) Civil, la que está regida por los Artículos 1597 C.C. f) Mercantil, regulada por el código de comercio Art. 1013 y sgtes. g) Pura y simple o sujeta a modalidades, las cuales pueden ser generales a todo contrato y especiales de la compraventa.

1.7. CLASES.

Forzoso es aclarar que no existen compraventas absolutamente mercantiles; semejante afirmación sólo es demostrable con una prueba negativa: a diferencia de lo que ocurre con ciertos actos o contratos que, por disposición legal son mercantiles con independencia de los sujetos, el propósito y el objeto sobre el que recaen (títulos de crédito, fideicomiso, contrato de sociedad mercantil), no existe precepto alguno que permita catalogar de mercantiles ciertas compraventas, per se, en todas ellas el rasgo de mercantilidad es dado por uno, al menos de sus elementos.

1.7.1. COMPRAVENTAS MERCANTILES POR EL FIN

La compraventa mercantil especulativa es aquella que se realiza en ocasión y como parte de una actividad comercial, en otras palabras es aquella que forma parte de una serie de operaciones similares realizadas por el mismo sujeto, que

con ello asume el carácter de comerciante, de la cual se procura un provecho o ganancia, fuera del tráfico mercantil. Por ejemplo, el sujeto que espera que los precios estén bajos en el mercado para comprar y vende cuando los precios estén altos y que hace de esta compraventa un acto repetitivo.

El lucro pretendido en el contrato de compraventa; dependerá de la actividad comercial a que se dedique el sujeto: compra para revender la misma cosa con ganancias; adquisición de varias materias primas o componentes (llamados también insumos) para armarlos en un todo que se venderá en un precio total, superior al de costo sumado de los componentes; compra para dar en uso, arrendamiento, arrendamiento financiero (leasing), etc. En condiciones tales que el provecho obtenido de la segunda operación sea superior al precio de compra; y como tales, otras posibles operaciones que denotarán especialidad comercial del sujeto.

Traficar – Diccionario Académico – “es comerciar, negociar con el dinero y las mercaderías, trocando, comprando o vendiendo, o con otros semejantes tratos” en donde es forzoso concluir que ante esto la compraventa tiene carácter mercantil, no por el ánimo de lucro que mueve a su autor, y por su carácter masivo, sino por un motivo diferente, cual es el de comprar para revender, dar en arrendamiento o permutar los bienes adquiridos; puesto que como arriba se apunta, no se infiere carácter alguno lucrativo en la intención, ni comercial de la operación, naturaleza mercantil que debe tener toda compraventa aún ocasional, que se celebre con el propósito de enajenar el mismo bien o de reprimir su uso o explotación por un tercero.

1.7.2. COMPRAVENTAS MERCANTILES POR EL SUJETO

En esta clasificación, la mercantilidad tiene una impronta subjetiva: el carácter de

comercial de uno o de ambos sujetos de la relación; y, aunque los textos legales no lo aclaren, siempre que la compraventa constituya una operación propia de su actividad comercial se tendrá por tal; en cambio, esta no será mercantil, la venta que de su automóvil efectúe un comerciante de pinturas a otro comerciante de pintura, siempre que cuando el vehículo no se hubiera destinado a la distribución de su mercadería, y el adquirente propusiere darle uso similar; en cambio, ninguna duda cabe sobre la mercantilidad de la venta que del mismo automóvil efectúe el titular de una agencia o lote de automóviles, al de una empresa alquiladora de los mismos.

La ley tiene por mercantiles las compraventas que efectúen las empresas, ora como meras intermediarias (abastecimientos y suministros), ora como productoras, ora como distribuidoras, editoras o impresoras de libros y publicaciones tipográficas, pero también como rematadoras.

Muchas veces se ha censurado con justicia la forma impropia en que están redactadas los textos legales respectivos, los cuales erróneamente atribuyen a las empresas el carácter de actos; empero, no es difícil colegir que dicho carácter le es atribuido, no a las empresas mismas, sino a las operaciones que constituyen su actividad primordial.

1.7.3. COMPRAVENTAS MERCANTILES POR EL OBJETO.

Otra clasificación de compraventa mercantil, la encontramos en razón del objeto, en la cual ciertos bienes, considerados por ellos como cosas mercantiles, son aquí los que transmite tal carácter a las compraventas que con ellos se realicen; en los cuales, por lo mismo poco o nada contará el propósito de tráfico o de especulación comercial, ni la calidad de comerciantes o no de los sujetos.

En tal caso, serán cosas mercantiles en nuestro derecho:

- Las partes sociales, las acciones y las obligaciones emitidas por las sociedades mercantiles.
- El dinero, cuando es objeto de remesas entre plazas diferentes
- Los títulos de crédito
- Los buques
- Las empresas comerciales; y
- Las patentes, las marcas y demás manifestaciones de la propiedad industrial.

La anterior relación amerita algunas apostillas.

- a) Los buques son cosas mercantiles, sólo, en cuanto figuren instrumentos de comercio marítimo.
- b) Por analogía, se estiman también como cosas mercantiles las aeronaves y los vehículos terrestres destinados igualmente al cumplimiento de contratos de transporte de personas o de mercaderías, pero no existe ningún apoyo legal expreso para sostenerlo.
- c) Las patentes, las marcas y demás manifestaciones de la propiedad industrial, son cosas mercantiles por naturaleza
- d) Y en razón al controvertido carácter jurídico de los derechos sobre marcas y patentes, los contratos sobre transmisión de los mismos no suelen llamarse compraventas, sino de cesión o de licencia por cuanto en ellos se estipula la transferencia de derechos, aunque en realidad sean verdaderas y propias compraventas.

1.8. DISPOSICIONES LEGALES DE CARÁCTER PRIMARIO Y SECUNDARIO QUE RECONOCEN ESTE TIPO DE CONTRATO.

En nuestro país el contrato de compraventa mercantil, al ser el más utilizado no podría dejar de ser regulado; además de ser uno de los que tienen un marco

normativo más completo en comparación con otras figuras contractuales.

A continuación citamos las disposiciones legales que en nuestro país la regulan

1.8.1. CONSTITUCIÓN.

A nivel constitucional, la compraventa se encuentra regulada en el Artículo 23, 102, 103, 115, Cn.

El Art. 23 de la constitución reconoce la libertad de contratar conforme a las leyes como una garantía, y toda persona que tenga la libre administración de sus bienes tiene derecho a decidir la forma de terminar sus asuntos comerciales por transacción o arbitramento.

En el Art. 102 se garantiza la libertad económica en lo que no se oponga al interés social, o en otras palabras la única limitante que tiene el comercio son principios de justicia social, es decir fomentar la igualdad real de todos y proteger a las personas económicamente débiles, frente a los económicamente poderosos.

El Art. 103 reconoce la propiedad privada, intelectual o artística, lo que significa que la persona titular de los mismos puede realizar cualquier tipo de contratación con ella.

En el Art. 115 establece como patrimonio de los salvadoreños, el comercio, la industria y la prestación de servicios en pequeño. Es un medio de proteger al comerciante salvadoreño con respecto a los de otros países al considerar al comercio como patrimonio: “en el sentido de que es algo propio de los salvadoreños”.

1.8.2. Código Civil.

A nivel secundario en el Código Civil Art. 55, establece la facultad de contratar, en lo que se refiere a la igualdad de derechos civiles para extranjeros y salvadoreños, y en el Art. 1597 del citado cuerpo normativo en el cual se

establece de manera expresa, hasta el artículo 1686 todo lo pertinente a la compraventa en materia civil de la cual se deriva la compraventa mercantil. Siendo la misma aplicable en lo que fuere pertinente.

La Compraventa en General.

El título XXIII del Código Civil, nos habla de la Compraventa dándonos una definición de lo que es este contrato y nos dice que es un contrato, es decir, un acuerdo de voluntades en que una de las partes (llamada vendedor), se obliga a dar una cosa y la otra (llamada comprador) pagar en dinero (a lo que se le denomina precio).

La Cosa

La cosa es el objeto de la obligación del vendedor y es uno de los elementos esenciales de la compraventa, por esto debe reunir ciertos requisitos:

1. Se puede vender la cosa, cuya enajenación no este prohibida por la ley. Art. 1614 C.C.
2. La cosa vendida debe existir, es decir debe de ser real. Art. 1618 C.C. La venta de cosa futura es perfectamente valida, ya que la cosa no existe, pero se espera que exista. Art. 1617 C.C.
3. La cosa debe ser determinada, debe ser especifica, individualizada, es decir, debe ser una cosa en singular. Art. 1615 C.C.
4. La cosa comprada no debe de ser cosa propia Art. 1619 C.C., ya que carecería de causa para el comprador.

El Precio

El precio es el otro elemento esencial de la compraventa y es el objeto de obligación del comprador. Y sus requisitos son:

1. El Art. 1597 C.C. nos dice que debe de ser en dinero. Se exige que el

precio se estipule en dinero, aunque no es forzoso que se pague en dinero, basta que se pacte en dinero.

2. debe de ser un precio real.
3. El precio debe de ser fijado de común acuerdo por los contratantes Art. 1612 C.C. o fijado por un tercero u otra persona que las partes convengan.

La Forma y Requisitos del Contrato de Compraventa.

La compra venta se reputa perfecta desde que se ha convenido en el objeto y en el precio, ya que esta es consensual, pero requiere en algunos casos que se sigan ciertas solemnidades para que surta plenos efectos de derecho entre los contratantes, y su posterior registro para que se aplique frente a terceras personas como lo son las siguientes: se debe de otorgar en escritura pública la venta de bienes raíces, servidumbres, sucesión hereditaria y la venta por medio de mandatarios.

La Capacidad en el Contrato de Compraventa.

La capacidad legal de las personas se encuentra regulada en el Art. 1316 Inc. 2º C.C. “La capacidad legal de una persona consiste en poder obligarse por sí misma, y sin el ministerio o la autorización de otra”.

En al Art. 1599C.C. nos habla de la capacidad en el contrato de compraventa y nos dice que son hábiles todas las personas que la ley no declara inhábiles. Y la ley declara inhábiles a las siguientes personas:

1. Es nulo el contrato de compraventa entre padre o madre y el hijo bajo autoridad parental. Art. 1600 C.C.
2. Es nula la venta de un bien raíz por el administrador de un establecimiento publico. Art. 1601 C.C.

3. Es prohibido a los empleados públicos, comprar los bienes públicos o privados que se vendan bajo su ministerio Art. 1602 C.C. y también a los Jueces, abogados, procuradores o Secretarios los bienes en cuyo litigio han intervenido.
4. No es lícito a los tutores y curadores comprar parte de los bienes de sus pupilos, sino, con arreglo a las leyes. Art. 1603 C.C.
5. Los mandatarios y los síndicos. Art. 1604 C.C. relacionado con el Art. 1904 C.C.

Es el caso en la compraventa que existen dos sujetos, vendedor y comprador y que entre ambos opera la bilateralidad, en otras palabras se generan derechos y obligaciones los cuales son recíprocos en el sentido que las obligaciones de uno, acarrearán el derecho de otro.

Las obligaciones del vendedor son dos, la primera, relativa a entregar la cosa, que no es más que el acto material derivado de la realización de un contrato mediante el cual se le entrega el bien contratado, a su nuevo propietario (1629 C.C.); pero hay casos como en los inmuebles, en que la entrega no se realizará de la misma manera, por la naturaleza de estos bienes, y lo imposible que resultaría el movimiento de éstos; y una segunda, relativa al saneamiento de la cosa. El saneamiento procede, cuando el vendedor no proporciona al comprador, la posesión pacífica y tranquila de la cosa comprada; existen dos maneras de turbar esa posesión, 1º Un tercero extraño reclama derechos sobre la cosa, 2º Vicios o defectos de la cosa que hagan que no sirva para el fin que se compró. En el primer caso, procede el saneamiento de evicción, “Cuando el comprador es privado de todo o parte de la cosa comprada por sentencia judicial”; mientras que el saneamiento por vicios redhibitorios procede en el segundo caso, cuando al comprador se le desproporciona, la posesión útil de la cosa vendida, el nombre de

redhibitorios procede del derecho romano, la existencia de estos vicios acarrea la redhibición de la cosa, es decir, la nulidad de la venta y la vuelta del bien al acreedor.

1.8.3. Código de Comercio.

En el Código de Comercio en el Título III Capítulo I. Denominado Compraventa, se regula todo lo referente a la compraventa mercantil, a partir del Art. 1013 en donde se clasifica las compraventas mercantiles y éstas son: I. Las que se realizan dentro del giro de explotación normal de una empresa mercantil. II. Las de cosas mercantiles.

Los Artículos que siguen hacen referencia al precio, la obligación del vendedor de entregar con la cosa los documentos necesarios para asegurar el goce de la misma según su destino, el término para denunciar el defecto de funcionamiento que pueda tener la cosa que se haya vendido y por la cual el vendedor haya garantizado por tiempo determinado el funcionamiento de la misma.

Se hace también una enumeración de casos particulares de compraventa, y entre ellas tenemos: La compraventa de cosas que se acostumbra gustar, la compraventa a prueba, la compraventa sobre muestras o calidades, la compraventa sobre documentos, La compraventa “libre a bordo”, La compraventa a plazos de títulosvalores.

El capítulo II denominado: Venta a plazos de bienes muebles, la define como aquélla en que se conviene que el dominio no será adquirido por el comprador, mientras no haya pagado la totalidad o parte del precio, o cumplido alguna condición. Además, que para gozar de los beneficios que otorga a los contratantes el citado Capítulo, es necesario que se inscriba el contrato en el Registro de Comercio, y que el valor del mismo contrato sea superior a un mil colones.

1.9. COMENTARIOS

Podríamos decir que el Comercio es el intercambio de bienes y servicios y todo lo referente a este proceso. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas. El comercio también permite a un Estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía, además, el comercio, aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

El contrato de Compraventa no es persé traslativo de dominio en nuestra legislación, ya que sólo produce obligaciones en virtud de las cuales el comprador tiene derecho a exigir que el vendedor, le haga la tradición y entrega material de la cosa.

El contrato de compraventa es sin duda el más frecuente e importante de los negocios jurídicos bilaterales; lo cual implica que el contrato de compraventa, tanto en su función jurídica como económica, desempeñe un relevante papel que merece un análisis especial.

El concepto de la compraventa mercantil se forma de la compraventa civil más los requisitos que exija la teoría que se adopte para calificarla como acto de comercio.

CAPITULO II

ORIGEN Y DESARROLLO DEL INTERNET

2.1. Antecedentes Históricos

El origen del Internet se produjo por el apareamiento del ARPANET del departamento de defensa de los Estados Unidos en 1969 siendo sustituido posteriormente en 1986 por la NSFNET, posteriormente en 1991 el congreso norteamericano expandió la utilización y velocidad del Internet, dándole apertura hacia el mundo comercial. En este mismo año (1991) en que en Suiza se creó el www para establecer vínculos entre documentos de Internet, los programas que se utilizaron para su acceso (Exploradores o navegadores) tenían por finalidad “apunte y hacer clic”, siendo utilizado por primera vez en 1993 en la Universidad de Illinois.

Internet surgió de la necesidad de poner a disposición de los contratistas de la Oficina para las Tecnologías de Procesado de la Información (IPTO) más y más recursos informáticos. El objetivo de la IPTO era buscar mejores maneras de usar los ordenadores, yendo más allá de su uso inicial como grandes máquinas calculadoras, y cada uno de los principales investigadores que trabajaban para esta, parecía querer tener su propio ordenador, lo que no sólo provocaba una duplicidad de esfuerzos dentro de la comunidad de investigadores, sino que además resultaba muy oneroso. Los ordenadores en aquella época eran cualquier cosa; pero no pequeños y baratos. Robert Taylor, nombrado director de la IPTO en 1966, concibió como idea basada en las idem propuestas por J. C. R. Licklider en un artículo llamado "Man-Computer Symbiosis": ¿Porqué no conectar todos esos ordenadores? Proponiendo con ello construir una serie de enlaces electrónicos entre diferentes máquinas, los investigadores que estuvieran

haciendo un trabajo similar en diferentes lugares del país podrían compartir recursos y resultados más fácilmente.³⁷

Para la minimización y optimización de recursos en cuanto a la adquisición de ordenadores distribuidos por todo el país, la ARPA (Agencia para Proyectos de Investigación Avanzados, agencia de la que dependía la IPTO de Roberts) concentró sus recursos en un par de lugares instalando ordenadores de gran potencia, creando un vínculo en el cual todo el mundo pudiera acceder a ellos.

La primera descripción documentada acerca de las interacciones sociales que podrían ser propiciadas a través del networking (trabajo en red) está contenida en una serie de memorándums escritos por J.C.R. Licklider, del Massachusetts Institute of Technology, en Agosto de 1962, en los cuales Licklider discute sobre su concepto de Galactic Network (Red Galáctica), concibiendo una red interconectada globalmente a través de la cual cada persona pudiera acceder desde cualquier lugar a datos y programas mediante una computadora. En esencia, el concepto del Señor J.C.R. Licklider era similar a la Internet actual. Es así que se considera al expresado Licklider como el principal responsable del programa de investigación en ordenadores de la DARPA desde Octubre de 1962.

En Julio de 1961 Leonard Kleinrock publicó desde el MIT el primer documento sobre la teoría de conmutación de paquetes en defecto de circuitos, lo cual resultó ser un gran avance en el camino hacia el trabajo informático en red y en beneficio de las comunicaciones. Otro paso fundamental fue hacer dialogar a los ordenadores entre sí. Lo que sucedió en el año de 1965, cuando se hizo la interconexión entre Massachusetts y California, mediante el empleo de una línea telefónica de baja velocidad creando así la primera (aunque reducida) red de

³⁷ www.interware.com.mx/tecnologia/tecnologia/iwetecnologia_historia_internet04.html

ordenadores de área amplia jamás construida. El resultado del experimento fue la constatación de que los ordenadores de tiempo compartido podían trabajar juntos correctamente, ejecutando programas y recuperando datos a discreción en la máquina remota, pero que el sistema telefónico de conmutación de circuitos era totalmente inadecuado para esta labor.

A finales de 1966 se desarrolló el concepto de red de ordenadores y rápidamente confeccionó su plan para ARPANET, siendo publicado en el año 1967. En la conferencia en la que fue presentado dicha proyección se expuso un trabajo sobre el concepto de red de paquetes a cargo de Donald Davies y Roger Scantlebury del NPL. El grupo RAND había escrito un documento sobre redes de conmutación de paquetes para comunicación vocal segura en el ámbito militar, en 1964. Ocurrió que los trabajos del MIT (1961-67), RAND (1962-65) y NPL (1964-67) habían discurrido en paralelo sin que los investigadores hubieran conocido el trabajo de los demás. La palabra packet (paquete) fue adoptada a partir del trabajo del NPL y la velocidad de la línea propuesta para ser usada en el diseño de ARPANET fue aumentada desde 2,4 Kbps hasta 50 Kbps.³⁸

En Agosto de 1968, se produjo el refinanciamiento de la estructura global y las especificaciones de ARPANET, DARPA lanzó un RFQ (Request for Quote, o Pedido de Cotización) para el desarrollo de uno de sus componentes clave: los conmutadores de paquetes llamados interface message processors (IMPs, procesadores de mensajes de interfaz) por sus siglas.

A causa del temprano desarrollo de la teoría de conmutación de paquetes de Kleinrock y su énfasis en el análisis, diseño y medición, su Network

³⁸ www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html

Measurement Center (Centro de Medidas de Red) en la UCLA, fue seleccionado para ser el primer nodo de ARPANET.

En la década de los 70's, se produjo la interconexión entre ordenadores lo que permitió completar un protocolo host a host funcionalmente completo, así como permitió adicionar un software de red. En Diciembre de 1970, el Network Working Group (NWG) liderado por S.Crocker acabó el protocolo host a host inicial para ARPANET, llamado Network Control Protocol (NCP, protocolo de control de red). Cuando en los nodos de ARPANET se completó la implementación del NCP durante el periodo 1971-72, los usuarios de la red pudieron finalmente comenzar a desarrollar aplicaciones.

Fue en el año de 1972, cuando se produjo la primera demostración pública de la nueva tecnología de red. Introduciéndose en ese mismo año, la aplicación del correo electrónico.

Meses antes en Marzo, Ray Tomlinson, de BBN, escribió el software básico de envío-recepción de mensajes de correo electrónico, impulsado por la necesidad que tenían los desarrolladores de ARPANET de un mecanismo sencillo de coordinación. En Julio, Roberts expandió su valor añadido escribiendo el primer programa de utilidad de correo electrónico para relacionar, leer selectivamente, almacenar, reenviar y responder a mensajes. Desde entonces, la aplicación de correo electrónico se convirtió en la mayor de la red durante más de una década. Fue precursora del tipo de actividad que observamos hoy día en la World Wide Web, es decir, del enorme crecimiento de todas las formas de tráfico persona a persona.³⁹

³⁹ www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html

La ARPANET original evolucionó hacia el Internet; basándose en la idea de la existencia de múltiples redes independientes, de diseño casi arbitrario, empezando por ARPANET como la red pionera de conmutación de paquetes, pero que pronto incluiría redes de paquetes por satélite, redes de paquetes por radio y otros tipos de red. Internet como ahora la conocemos encierra una idea técnica clave, la de arquitectura abierta de trabajo en red. Bajo este enfoque, la elección de cualquier tecnología de red individual no respondería a una arquitectura específica de red sino que podría ser seleccionada libremente por un proveedor e interactuar con las otras redes a través del metanivel de la arquitectura de Internetworking (trabajo entre redes). Hasta ese momento, había un sólo método para "federar" redes. Era el tradicional método de conmutación de circuitos, por el cual las redes se interconectaban a nivel de circuito pasándose bits individuales síncronamente a lo largo de una porción de circuito que unía un par de sedes finales.

Cabe ilustrar a guisa de recordatorio que en el año de 1961 la conmutación de paquetes era el método de conmutación más eficiente. Juntamente con este sistema, las interconexiones de propósito especial entre redes constituían otra posibilidad. Y aunque había otros métodos limitados de interconexión de redes distintas, éstos requerían que una de ellas fuera usada como componente de la otra en lugar de actuar simplemente como un extremo de la comunicación para ofrecer servicio end-to-end (extremo a extremo).⁴⁰

En una red de arquitectura abierta, las redes individuales pueden ser diseñadas y desarrolladas separadamente y cada una puede tener su propia y única interfaz, que puede ofrecer a los usuarios y/u otros proveedores, incluyendo otros proveedores de Internet. Cada red puede ser diseñada de acuerdo con su entorno

⁴⁰ www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html

específico y los requerimientos de los usuarios de aquella red. No existen generalmente restricciones en los tipos de red que pueden ser incorporadas ni tampoco en su ámbito geográfico, aunque ciertas consideraciones pragmáticas determinan qué posibilidades tienen sentido. La idea de arquitectura de red abierta fue introducida primeramente en el año de 1972. Este trabajo, fue originalmente parte de un programa de paquetería por radio, que más tarde se convirtió por derecho propio en un programa separado. A dicho programa se le llamó Interneting. La clave para realizar el trabajo del sistema de paquetería por radio fue un protocolo extremo a extremo seguro que pudiera mantener la comunicación efectiva frente a los cortes e interferencias de radio y que pudiera manejar las pérdidas intermitentes como las causadas por el paso a través de un túnel o el bloqueo a nivel local.⁴¹

Para que la red se pudiera extender era necesario establecer un lenguaje común que estableciera las reglas de juego para que las computadoras técnicamente diferentes (con distinto hardware y software), se pudieran sumar al proyecto sin problemas de compatibilidad. La idea de un lenguaje capaz de ser entendido y hablado por diferentes computadoras se vio plasmado en un protocolo llamado NCP (Network Communications Protocol).

Paralelamente al desarrollo de ARPANET se fueron creando otras redes como la BITNET, USENET y FidoNET. A diferencia de ARPANET, que tenía como finalidad sobrevivir a la Guerra Fría, estas redes eran experimentos cuyo objetivo era probar tecnología para la transmisión de mensajes. Pero cada una de ellas tenía su propio lenguaje o protocolo; por lo tanto, no podía establecer comunicación con las otras.⁴²

⁴¹ Idem.

⁴² Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 3

Con el tiempo, el protocolo NCP utilizado por ARPANET fue evolucionando hasta llegar al TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol). Este último es el protocolo estándar utilizado hasta el momento y permite que una PC con Windows ubicada en Usuahia, Argentina, se pueda comunicar con una iMac en Caracas (Venezuela) y con una Silicon Graphics en Guadalajara (México).

El surgimiento de este protocolo llevó a las redes independientes a sumarse a ARPANET. El proyecto original pasó entonces a ser el "backbone" o columna vertebral de un conjunto de redes en distintos lugares y el concepto de Internet tal como lo conocemos hoy, había nacido. En 1973, ARPANET traspasó las fronteras cuando se realizó el primer enlace entre las redes de Estados Unidos y otras similares en Inglaterra y Noruega.

A partir de ese año la que hasta entonces era una red exclusivamente militar se volvió más constructiva cuando se integraron entre si, centros de investigación y universidades de diversos lugares. Estas instituciones podían dar a conocer sus descubrimientos en forma rápida y sencilla. En 1990 ARPANET fue reemplazada por, una red auspiciada por la Fundación Nacional de Ciencias de Estados Unidos (NSF), llamada NFSNET. La gente de la NSF estableció las bases técnicas para que esa red, hasta entonces privilegio de investigadores y militares, tuviera los días contados.⁴³

Huelga decir, que Internet tiene su origen en un proyecto militar estadounidense para crear una red que uniera los centros de investigación dedicados a labores de defensa en la década de los 60 en los Estados Unidos y que pudiera seguir funcionando a pesar de que alguno de sus componentes fuera destruido por un

⁴³ Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 3

hipotético ataque nuclear, los creadores de ARPANET, la red precursora de la Internet que hoy en día conocemos, no tenían nada parecido en mente.⁴⁴

Sin embargo, cabe ahondar sobre el probable origen acerca del proyecto de Arpanet, que como se dijo surgió como un proyecto militar para proteger la seguridad nacional, siendo dicho origen basado en hechos concretos: El primero es que ARPANET fue creada y puesta en marcha por una Agencia del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, aunque en aquella época, la ARPA fiel todavía al concepto original que llevó al presidente Eisenhower a ordenar su creación, se dedicaba a financiar investigaciones académicas de cualquier tipo con el objetivo de asegurarse de que los Estados Unidos no se quedarán atrás en el desarrollo tecnológico, independientemente de la posible aplicación militar de lo que se investigaba. El segundo factor fue que sus diseñadores, empleados de la empresa Bolt Beranek and Newman, incorporaron en el diseño las ideas de Paul Baran, un ingeniero eléctrico que había estudiado a fondo la posibilidad de supervivencia de los sistemas de comunicaciones bajo un ataque nuclear, motivado en gran medida por la gran tensión existente entre los Estados Unidos y la Unión Soviética en los 60.

En los años 80's se produce el apareamiento de:

1. Microprocesador, el cual permite la introducción de más transistores en un solo chip, y aumenta la capacidad y velocidad de transmisión de datos a la computadora.
2. El reconocimiento de voz, ya que la computadora podía reconocer mediante programas la voz humana.

⁴⁴ www.interware.com.mx/tecnologia/tecnologia/iwetecnologia_historia_internet04.html

3. Reconocimiento de formas gráficas, la computadora ya no sólo podía usarse para ver letras o números, la interfaz de trabajo ya permitía visualizar objetos, como dibujos.
4. Utilización de software para aplicaciones específicas, lo que contribuyó a la utilización de la computadora en muchos ámbitos de trabajo, como los de programación, procesadores de palabras, hojas de cálculo, etc.
5. Dentro de esta generación se encuentran la 8080, 8086, 8088, 80286, 80386, 486 y Pentium.⁴⁵, estas computadoras iban evolucionando y cada una contaba con alguna novedad, generalmente se diferenciaban en la velocidad del microprocesador o la capacidad de memoria, de ahí el aumento del número en cada una, el apareamiento de las Pentium, fue toda una novedad y a partir de entonces, la compañía que las creaba, se dedicó a perfeccionar los microprocesadores y ser prácticamente la mayor proveedora y casi la única, contando en esa época con Microprocesadores de 50 hasta 100 Mhz, en la actualidad ya se superaron los 2000 Mhz.

2.2. La Ancha Red Mundial (Web)

World Wide Web: o simplemente "la Web", es la herramienta más utilizada en Internet. Básicamente, permite visualizar en la pantalla del usuario "páginas" con información alojadas en computadoras remotas (llamadas genéricamente "sitios").⁴⁶

La WWW convierte el acceso a la Internet en algo sencillo para el público en general lo que da a ésta un crecimiento explosivo. Su utilización es simple, lo que permite el recorrido de aquella al ofrecer publicidad a través de la misma, sus herramientas crecieron a lo largo de los últimos tres años hasta ser las más

⁴⁵ Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 2

⁴⁶ Idem. Pág. 4

populares.

De igual modo, permite unir información que está en un extremo del planeta con otro en un lugar distante a través de algo que se denomina hipervínculo, generado por un simple tecleo en una máquina nos comunica con el otro sector del documento o con otro documento en otro servidor de información.

Una vez recibida la información (documento aperturado), el mismo se guarda en lo que es archivo del sistema, quedando dicho texto almacenado en un servidor de web al que pueden acceder otras computadoras conectadas a ese servidor, vía Internet o en la misma LAN (red de área local). Al archivo de texto se puede acceder utilizando exploradores Web que no hacen otra cosa que efectuar una transferencia de archivos e interpretación de las etiquetas y vínculos HTML, mostrándose el resultado en el monitor o pantalla del computador.

2.2.1 Origen

El World Wide Web data de Marzo de 1989. En ese mes, Tim Berners-Lee del Laboratorio Europeo de Física de Partículas en Génova, (CERN) propuso desarrollar un "sistema de hipertexto" con el propósito de permitir eficiencia y compartir información fácilmente entre equipos de investigadores de la comunidad de High Energy Physics separados geográficamente.⁴⁷

Los tres componentes importantes del sistema propuesto eran los siguientes:

1. Una interfase consistente
2. La habilidad de incorporar un extenso rango de tecnologías y diferentes tipos de documentos.

⁴⁷ www.infoapuntes.com.ar/Apuntes/historia%20www.htm

3. Un instrumento para leer los documentos en forma universal; esto es, cualquier persona en cualquier lugar y que esté conectada al network, podrá leer el mismo documento al mismo tiempo que otra persona, y podrá hacerlo de forma fácil.

Dicho sistema empezó en la primera línea del Browser (llamado WWW), y a finales de 1990, este browser y uno para el sistema de operación NeXTtep estaban bien encaminados.

Dos años después de la presentación de la propuesta original (1991), se observaron las primeras limitaciones del browser WWW line-mode, dos meses después, WWW estaba disponible ampliamente para el CERN, y el Web efectivamente estaba funcionando. Fue en Octubre de ese mismo año que se condujo la instalación de una entrada para buscadores WAIS (un desarrollo crucial para el futuro del Web, como una herramienta del browser), y poco tiempo después a finales de 1991, CERN anuncio el Web para la comunidad en general de High Energy Physics.

En Enero de 1993, ya existían alrededor de 50 servidores de Web a nivel mundial, y al mismo tiempo el browser Viola se encontraba disponible para sistemas X Window. Viola fue el más joven líder en el campo de la tecnología de browsers, ofreciendo los primeros vistazos a gráficos y un sistema de hipertexto basado en mouse, que fue uno de los propósitos originales del Web.

A principios de 1993, probando la importancia del Web, CERN introdujo a Mac, y al mismo tiempo la comunidad del Internet vio al browser Mosaic. Para el primer trimestre de 1993 el tráfico del WWW era del 0.1 por ciento del tráfico total de Internet. Seis meses después, el Web empezaba a demostrar su potencial

expandiéndose y alcanzando un uno por ciento de su potencial en la vía de Internet.⁴⁸

El mismo incremento en 10 puntos fue evidente en número para los servidores de Web, ya en el mes de Octubre del año en cita el incremento de aquellos era de 500. El proyecto Web a finales del año cit supra empezó a recibir premios de tipo Técnico, y artículos de Web y de Mosaic empezaron a aparecer en publicaciones de prestigiosos medios de comunicación. Por la integración de ambos se generaron las primeras herramientas multimedia, hecho que aconteció durante el año de 1994.

Durante este último año, se produjeron como hechos importantes, uno se trabajó en un acceso de “seguridad” para el Web, que sería empleado en trabajos de las grandes corporaciones que tomaron lugares en el Web, y para usuarios que querían proveerse de detalles, como por ejemplo información de sus tarjetas de crédito.

Dos, la licencia para desarrollo comercial de Mosaic se mantuvo en reserva y varios browsers menos conocidos como el Cello fueron obteniendo Junior popularidad. El desarrollo del Mosaic por la NCSA tuvo su turno cuando se puso en marcha el Andreesen y otros que conformaron la Corporación de Comunicaciones Mosaic (ahora conocido como Corporación de Comunicaciones Netscape), y la primera Conferencia Internacional de World Wide Web tuvo lugar en Génova.

En el transcurso de los últimos meses de 1994 y los primeros de 1995, el desarrollo de los browsers se transformó en una Colección de Organizaciones

⁴⁸ Op.Cit pág. 15

llamadas Consorcio World Wide Web. Bajo la conducción del fundador de Web, Tim Berners-Lee, el Consorcio operaba con los aportes de los socios, quienes pagan \$150,000, mientras que los miembros afiliados pagan el diez por ciento del monto para participar.⁴⁹

2.2.2 Funciones del Internet

Internet es una red extensa construida por una cantidad de redes menores de ámbito mundial conectadas entre sí. A través de la cual se puede acceder a servicios como transferencias de archivos, correo electrónico, noticias, investigaciones y juegos, entre otros.⁵⁰

Una de las características importantes de Internet es que se trata de un medio de comunicación interactivo. Esta red que conecta a muchos redes informáticas de todo el mundo, se utiliza como canal de comunicación para mensajes electrónicos, pero también contiene enormes cantidades de información muy útil, almacenada por personas, centros educativos y de investigación, así como organizaciones comerciales y cuya finalidad propia es para fines pedagógicos.

Hoy en día, el uso que más vigencia tiene del Internet es el correo electrónico, (o e-mail) ya que es uno de los sistemas de comunicación mas importante, tanto por su rapidéz como por su eficacia. Al estar todos los ordenadores conectados a la misma red, es posible contactar con cualquiera de ellos.

A cada ordenador se le asigna una dirección, única en la red, dirección que igualmente es suministrada también cuando nos damos de alta en una cuenta.

⁴⁹ Op.Cit pág. 15

⁵⁰ www.microasist.com.mx/noticias/internet/gspin2504.shtml

Existen programas para gestionar la recepción y envío de mensajes e incluso los principales navegadores incluyen este programa.

Existen dos propiedades de las páginas Web que la hacen únicas: que son interactivas y que pueden usar objetos multimedia. Este último término se utiliza para describir archivos de texto, sonido, animación y video que se combinan para presentar la información, por ejemplo, en una enciclopedia interactiva o juego.⁵¹

Cada página Web tiene asociado una dirección o URL, como ilustración, se cita la página principal de Microsoft la cual es <http://www.microsoft.com/>, un URL es la ruta a una página determinada dentro de Internet, y la cual, se utiliza de la misma forma que para localizar un archivo en una computadora, en este caso indica que es la página principal que esta situada en el servidor de Microsoft que esta conectado a la WWW.

El número de palabras en el URL no es determinado, ni fijo. Pueden ser dos, o más, pero usualmente se emplean sólo dos. La última palabra del nombre de dominio empleado en el medio informático representa en EE.UU. el tipo de organización que posee el ordenador al que nos referimos:

com Empresas (Compañías).

edu Instituciones de carácter Educativo, mayormente Universidades.

org Organizaciones no Gubernamentales.

gov Entidades del Gobierno.

mil Instalaciones Militares.

⁵¹ Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 4

En el resto de los países, que se unieron a Internet posteriormente, se ha establecido otro tipo de nomenclatura. La última palabra indica el país de origen del directorio, así por ejemplo:

.es España
.ar Argentina
.jp Japón
.ir Irlanda
.sv El Salvador
... ..

Por lo tanto, con sólo ver la última palabra del nombre de dominio, se puede identificar el lugar donde está localizado el ordenador al que nos referimos.

Para acceder a esta Red de alcance mundial basta con poseer una computadora de escritorio y contratar algún tipo de conexión a un proveedor local. El modo más utilizado para conectarse es la línea telefónica, pero también existen otras vías como el cablemódem, las líneas de suscripción digital (xDSL, en inglés) y hasta conexiones inalámbricas.

Hace 30 años cuando las computadoras tenían el tamaño de un refrigerador, la idea de una gran red de equipos interconectados a nivel mundial era digna de una novela de ciencia-ficción. El final de la historia es conocido: el tiempo ha transcurrido, las computadoras se flexibilizaron hasta el punto de caber en la palma de la mano y, al igual que lo sucedido con muchos de los inventos de Verne, la gran red también se transformó en realidad y se conoce como Internet.⁵²

⁵² Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 6

Pero más allá de los servicios que ofrece, Internet también es producto de una serie de acontecimientos históricos y de una evolución técnica permanente que vale la pena conocer.

Cada página de la web contiene información referida a textos, imágenes y enlaces. Lo cual, en su conjunto se llama hipertexto, puesto que no es sólo texto, sino que también contiene elementos multimedia como las imágenes y además cada página puede estar enlazada con otras muchas.

Para uso práctico desde nuestro ordenador es factible la exploración web cuando nos conectamos a Internet con la ayuda de un programa Navegador (o Browser, en inglés), como por ejemplo el Netscape o el Internet Explorer de Microsoft.

El aspecto que presenta la WWW con estos programas al ser mostrado o exhibido es como el de una revista. Cada página contiene texto e imágenes. Sólo existe una diferencia: lo normal en una revista es leerla página a página, una tras otra; en cambio las páginas Web se leen por asociación, a través de sus enlaces.

Los navegadores son los programas de ordenador que nos permiten visualizar la World Wide Web. No hay que confundir el navegador con el programa que establece la conexión telefónica, que en Windows 95 es el Acceso telefónico a Redes. El navegador funciona correctamente sólo si antes hemos establecido la conexión con Internet a través del módem.

Los dos navegadores más conocidos y usados en el Mundo son Netscape y Microsoft Internet Explorer. En ambos productos, cada cierto tiempo, medio año o un año, aparece una nueva versión con grandes mejoras respecto a la anterior.

Como una guía ilustrativa para mejor entender los usos del Internet, es necesario conceptualizar algunos aspectos de utilidad:

Correo electrónico: permite enviar mensajes extensos o archivos a individuos ubicados en distintos puntos del mundo mediante ordenadores de diferente denominación.

El correo electrónico fue una de las primeras aplicaciones creadas para Internet y de las que más se utilizan. Éste medio es rápido, eficiente y sencillo de administrar, llegando a ser el sistema más sofisticado de mensajería que hoy conocemos.

Por su sencillez permite escribir una carta o enviar un fax, durante los 365 días del año, las 24 horas del día, a no ser que caiga un servidor.

En este último caso, no se pierden los mensajes enviados a dicho destino sino que se retienen en el último punto hasta que puedan seguir su camino hasta el buzón del destinatario, éste es global como Internet.⁵³

Es económico, ya que actualmente resulta menos oneroso enviar un e-mail que una carta por vía aérea o hacer una llamada o fax, no requiere papel, es fácil de descartar y es ecológico, además permite incluir documentos, fotos, canciones y hasta videos.

Newsgroups: (Grupos de discusión o grupos de noticias). Esta herramienta permite enviar mensajes que indican el remitente pero no un destinatario concreto, se utiliza para que se comuniquen los integrantes de una comunidad reunidos en torno de intereses comunes.

Es un conjunto de mas de 5000 grupos de discusión sobre todos los temas imaginables.⁵⁴

Los Grupos de Noticias son el servicio más apropiado para entablar debate sobre temas técnicos. Se basa en el servicio de Correo Electrónico. Los mensajes que

⁵³ Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 5

⁵⁴ Idem.

enviamos a los Grupos de Noticias se hacen públicos y cualquier persona puede enviarnos una respuesta. Este servicio es de gran utilidad para resolver dudas difíciles, cuya respuesta es conocida por unas pocas personas.

Servicios de Telefonía: Son las últimas aplicaciones que han aparecido para Internet. A través de estos servicios se permite establecer una conexión con voz entre dos personas conectadas a Internet o a un teléfono particular sin tener que pagar el coste de una llamada internacional. Algunos de estos servicios incorporan no sólo voz, sino también imagen. A esto se le llama Videoconferencia.

Videoconferencia: Al teléfono vía Internet se le sumó la transmisión de video en directo que tanto a la conexión de voz simultánea permitió la creación de un nuevo concepto como es la "Videoconferencia".

Existe en el mercado un programa denominado CUSeeMee (Comunicándonos en Vivo). Por el momento las imágenes que transmite CuSeeMee son de resolución regular y se actualizan a intervalos regulares. La calidad del sonido, en cambio, es bastante superior a la del video pues el sonido es más fácil de enviar porque requiere menos recursos que el video.

Además, este sistema permite transmitir textos e imágenes fijas, al mismo tiempo en que se habla y se ve la imagen en movimiento. Con el empleo de la Videoconferencia y el CuSeeMe permite conectar ocho personas, cada uno frente al monitor de su PC en distintos puntos de la red.

Empero, el sistema que se cita aún necesita muchas mejoras en cuanto a la calidad y la velocidad de transmisión. El límite más difícil de franquear es el que impone la propia estructura actual de Internet, con su ancho de banda bastante

comprometido.⁵⁵

Mensajería instantánea: Estas representan ser herramientas que permiten al usuario enviar mensajes, chatear, ver la situación en línea (on – line) entre varios usuarios, identificando otras utilidades; estos servicios son relativamente nuevos sin embargo, su uso ya es popular, entre los que se destacan el ICQ y AOL Messenger.

Entre las principales ventajas que Internet nos ofrece se pueden citar como las principales.⁵⁶

Acceso Global: El ingreso a la red se produce a través de una llamada telefónica o una línea alquilada que está conectada directamente a Internet y el acceso a la información no posee un costo de comunicación extra para el que requiere de aquella, no importando donde se encuentre, que puede ser localmente o en otro país.

Acercamiento con los clientes: Mediante el empleo del Internet y el correo electrónico, se tiene llegada a personas e información dentro y fuera de las empresas que para realizarlo por medio de otras tecnologías en algunos casos se tornaría imposible (Ej. Gerentes de empresas, foros de discusión etc.).

Relaciones mediante hiperlinks: Con el solo click de un botón paso de un servidor de información a otro en forma transparente y gráfica.

Bajo Costo: El costo por el uso del Internet es relativamente bajo, ya que este se abona de una llamada local y el de un Proveedor de servicios de Internet, que

⁵⁵ Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 5

⁵⁶ Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 6

puede oscilar entre \$20 a \$50 mensuales en promedio, dependiendo del tipo de servicio que ofrezca (horas de navegación o tarifa plena).

Compatibilidades tecnológicas: El empleo de Internet es factible a través de sistemas operativos gráficos como Windows 98/NT o Mac, a sistemas operativos tipo Unix, DOS y otros en forma transparente, ya que la red se encarga de resolver esta compatibilidad.

Descarga de Ficheros

FTP: Significa en inglés "file transfer protocol" (protocolo de transferencia de archivos). Un protocolo es un conjunto de reglas y estándares que permiten a los equipos intercambiar información. Es una vía rápida para cargar y descargar archivos entre dos computadoras conectadas a Internet, como audio, imágenes o programas, y es un medio para acceder a archivos que están almacenados en máquinas remotas (sitios). Los archivos en las máquinas de FTP generalmente están almacenados en un conjunto de directorios en forma de árbol; cada directorio está relacionado con un tema diferente.

Tipos de programas

En Internet podemos encontrar una serie de programas que son gratuitos, los cuales podemos ingresar a nuestro ordenador para posteriormente usarlos. Entre estos tenemos, según sus leyes de distribución:⁵⁷

- **Freeware:** Programas gratuitos, que puedes copiar, instalar y ejecutar cuantas veces desees e incluso puedes distribuirlo libremente a otras personas.
- **Shareware:** Programas distribuidos por Internet, con el fin de darlos a conocer a muchos usuarios. Estos programas suelen ser versiones limitadas, o sea, que no son tan completas como las versiones comerciales

⁵⁷ Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 11

- **Demo:** Son versiones de demostración. Esto significa que son programas completamente funcionales, como los freeware, aunque la idea no es que el usuario saque partido a la versión de demostración, sino que compre la versión completa. Se pueden encontrar gran cantidad de demos de juegos o de importantes programas comerciales. La principal diferencia entre una demo y un programa shareware es que la primera la hace una importante empresa de software, mientras que la segunda la hace un particular aficionado a la programación, lo que no significa que sea de mala calidad.

Para su uso se selecciona el tipo de programa que se busca emplear. A continuación, se listan los programas disponibles en el servidor con las características que anteriormente hemos especificado. Tales características son el nombre del programa, su funcionalidad, el tamaño del fichero, la fecha de creación, y la versión.

Chat: En inglés, charla. Es una conversación en tiempo real a través de Internet entre distintos navegantes usuarios del sistema. Los canales de charla (IRC, Internet relay chat) facilitan este servicio, que permite enviar mensajes simultáneos a todos los que se encuentren conectados a un chat room, es decir una reunión virtual. Estos foros se han hecho tremendamente populares porque permiten hacer amistades por la red. Es una nueva forma de comunicación entre las personas de los distintos países a lo largo de todo el mundo. Se han derribado las fronteras del espacio y tiempo.

Las salas de chat se estructuran habitualmente según el tema que están tratando, el usuario solo tiene que pulsar el indicador en el tema de su interés para unirse a la conversación (p. Ej. Fútbol o Música). A las salas de chat se puede acceder

desde un programa cliente (p. Ej. MIRC) o desde alguna página web que tenga este servicio. En las salas de chat aparecen los sobrenombres ("nicks") de los usuarios que están conectados, permitiéndose enviar mensajes o mantener conversaciones privadas con solo pulsar el indicador sobre su nombre.⁵⁸

2.3. LOS USOS DE INTERNET A NIVEL MUNDIAL

Entre los usos que del Internet se han generado tenemos:

Educación

Sobre el particular, puede expresarse: “El formar alumnos capacitados para pensar mejor y más creativamente debería tener una especial importancia geopolítica para los gobernantes, sobre todo para los de los países del tercer mundo, ya que estos no pueden competir con los países desarrollados en tecnología ni en recursos económicos, pero si pueden lograr producir profesionales, científicos, empresarios, y ciudadanos en general, más creativos. Este aspecto, el de la creatividad humana, sigue siendo él más importante para el desarrollo económico, cultural y social de un país.”⁵⁹

Los recursos económicos que se destinan a la educación representan ser una excelente inversión que hace una sociedad, por ello deben destinarse a ella la mayor cantidad de fondos posibles, pero es responsabilidad de los gobernantes el que cada centavo produzca el máximo beneficio posible, para ello deben tomar "la decisión política" de establecer como objetivo educativo central capacitar a los alumnos para que puedan pensar mejor y más creativamente, y no para memorizar mejor, coherente con esta dirección deben fomentarse los métodos

⁵⁸ Op.Cit. Cabrera, Mauro - Cupaiuoli, Lautaro. Pág. 5

⁵⁹ Idem. Pág. 23

pedagógicos que son de utilidad para este objetivo y excluirse los que lo perjudican.

Finanzas

Para los usos internéticos el “Home banking”, es un servicio interactivo que permite al cliente de un banco, bajo las más estrictas condiciones de seguridad, realizar desde su computadora varias operaciones bancarias. Digitando un código personal, el usuario puede pagar servicios, impuestos y tarjetas de crédito, hacer consultas y transferencias de fondos y comprar o vender divisas. El sistema no es una novedad, pero si lo es que por el hecho que cada vez mas gente lo incorpora como rutina.

La banca electrónica vía Internet no solo se perfila como una modalidad cómoda y práctica, sino también segura ya que el usuario no tendrá que salir de su casa exponiéndose a que le roben su dinero, ni tampoco hacer largas colas en las sucursales de los Bancos.

Clasificados

Hace mas de un año que los clasificados avanzaron sobre la red. Hoy día se pueden buscar empleos, viviendas, automóviles, mascotas y ofertas de servicios sentado frente a la pantalla de un monitor, evitando esperas y colas tediosas. Los clasificados virtuales tienen la ventaja de que, en general, la búsqueda se puede personalizar y ordenar, con lo cual se agiliza el tramite y se ahorra tiempo.

En un país con una tasa de desocupación tan alta como el nuestro, la oferta y búsqueda de empleo a través de Internet tal vez sea una de las opciones más esperadas. Hay varios sitios donde buscar trabajo o publicar un currículum vitae. En lo que hace a ofertas locales, hay bolsas de empleo y también firmas dedicadas a la gestión de recursos humanos, como los Infocentros, que ya cuenta

con miles de currículums publicados en la web. En este sitio, el postulante publica su currículum en forma gratuita y puede actualizarlo e imprimirlo desde el sitio web.

Comercio Electrónico

La aparición de nuevas formas de acceder a Internet sin necesidad de la computadora producirá en breve tiempo que cientos de millones de personas se sumen a otros tantos iguales que ya utilizan Internet, constituyendo el más enorme mercado globalizado para el comercio que haya existido.

Viendo estas posibilidades, poderosas empresas están realizando en este campo inversiones a escala internacional que alcanzan cifras siderales. La economía de Internet esta creciendo a pasos agigantados.

Compras on-line

Mirar vidrieras, comparar precios y hacer compras sin salir de casa es tan apasionante para el consumidor como riesgoso para la billetera. Pero cuando la posibilidad es tan simple como un clic sobre la compra, ingresando el número de una tarjeta de crédito y esperar a que el correo traiga el artículo que se ha comprado desde la pantalla, la tentación es inmensa. A través de lo anterior se encuentra el Internet para seducir al cibernauta y generar una revolución que promete cambiar los hábitos de consumo del próximo siglo.

Esta facilidad de comprar por Internet de un país a otro beneficiará a muchas empresas y perjudicará a otras que perderán puestos de trabajo. Por ello, los países que tengan déficit en su comercio por Internet y que tengan muchos desocupados lo padecerán más.

Al respecto, es imperioso el reflexionar sobre cuales de los aspectos de Internet pueden beneficiar y cuales perjudicar el desarrollo de las personas, de las

empresas y de un país, pero lo que no podemos hacer es elegir si involucrarnos o no, porque Internet llegó para quedarse y se nos impone como una gran e inevitable revolución tecnológica, como en un momento lo fueron la invención de: la imprenta, la electricidad, el automóvil, el avión, el teléfono, la televisión, los antibióticos, las vacunas, la energía atómica y otros productos de esa envergadura, frutos de la creatividad humana.

Las modificaciones que Internet está comenzando a producir en el campo de los negocios genera una nueva dinámica comercial que es muy distinta a la que era antes el Internet, esta realidad significa una nueva forma de competir que tendrán que enfrentar las empresas y los países, esto originará empresas y países que ganarán y otros que perderán, no pudiendo estar entre los ganadores aquellas que no lo utilicen.

CAPITULO III EL COMERCIO ELECTRÓNICO

3.1. ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRONICO

Para poder entender lo que supone el comercio electrónico es necesario partir del concepto que sobre esta figura ha emitido la sociedad de la información, siendo ésta concebida por la Comisión Europea como **“El conjunto de cambios sociales y organizativos que se han producido en el ámbito de la información y las comunicaciones como resultado de la aplicación de las nuevas tecnologías al mismo”** ⁶⁰.

Una vez vista la concepción antes señalada, resulta más fácil comprender por qué se habla del comercio electrónico como fenómeno social, puesto que el mismo repercute en todos los ámbitos sociales.

De esta manera, el comercio electrónico se convierte en una cuestión que requiere de la correspondiente atención por parte del ordenamiento jurídico, de manera que se regulen los derechos y obligaciones que corresponden a cada uno de los sujetos que participan en las transacciones a las que da lugar el comercio electrónico.

3.2. CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

El Comercio Electrónico es un concepto generalista que engloba cualquier manifestación de transacción comercial o de negocios que se transmite electrónicamente usando las redes de telecomunicación y empleando como

⁶⁰ Cuestiones Mundiales publicación Electrónica del USIS, Vol. 2, No. 4, Octubre de 1997.

moneda de cambio el dinero electrónico producto del empleo de tarjetas de prepago.

Lo anteriormente expuesto incluye el intercambio de bienes, servicios e información todo de tipo electrónico. Incluye también las actividades de promoción y publicidad de productos y servicios, campañas de imagen de las empresas, marketing en general, facilitación de los contactos entre los agentes de comercio, soporte posventa, seguimiento e investigación de mercados, concursos electrónicos y soporte para compartir negocios entre otros.

Desde una perspectiva muy simplista, a consideración del grupo que investiga **“El Comercio Electrónico puede entenderse como la automatización mediante procesos electrónicos de los intercambios de información, así como de transacciones, conocimientos, bienes y servicios que en última instancia pueden conllevar o no la existencia de una contraprestación financiera, a través de un medio de pago”**.

De esta manera, para poder hacer más entendible el Comercio Electrónico es imperioso señalar la interactuación de cuatro agentes:

- a) Comercio, en el cual el vendedor u ofertante pone a disposición del espacio cibernauta el bien, servicio o información.
- b) Entidad Financiera, que ofrece un medio de pago a través del empleo del dinero electrónico que se contiene por medio del uso de las tarjetas de crédito o prepago.
- c) Operadora de Telecomunicaciones, que ofrece la red de comunicaciones, representado por el espectro virtual en el cual, los usuarios del Internet accesan.

d) Operador Logístico, que entrega el producto o mercancía posterior a la formación de la relación convencional.

En torno a los cuatro agentes señalados en el párrafo anterior emergen otras dos nuevas funciones que complementan y amplían el escenario de la nueva actividad empresarial, siendo estas:

1) Proveeduría de Servicio, que es a quien el cliente usuario o cibernauta percibe como proveedor del acceso legal telemático a la información, independientemente de a quien pertenezca la infraestructura de comunicaciones.

2) Intermediación o " Infomediario ", a través del cual se agregan contenidos de otros proveedores comercializándolos electrónicamente bajo un nombre e imagen determinado frente al cliente final.

De ahí que podríamos decir que el Comercio Electrónico se caracteriza por la existencia de tres capas complementarias que son interrelacionadas entre sí:

a) Capa Logística, o de intercambio físico de los productos, en base a la integración de las cadenas logísticas de aprovisionamiento y distribución.

b) Capa Transaccional, que posibilita el intercambio de información, a través de mensajes y documentos en formato electrónico.

c) Capa Financiera, o de medios de pago, asociada a los intercambios de información, bienes y servicios.

Estas tres capas, a su vez, se soportan en una infraestructura, que tal como se ha expuesto con el empleo del modelo eCo de CommerceNet se posibilita una interoperabilidad, independientemente del proveedor de las tecnologías facilitadoras, los servicios de administración y gestión, y los servicios propiamente dichos de Comercio.

Estas capas e infraestructuras interactúan empleando la Red Internetica ofrecida para el desarrollo de la actividad empresarial. Empero la naturaleza de la red empleada es cambiante, según la perspectiva con la que se aborde, entre los cambios que se pueden producir en el uso de la red tenemos:

- 1) Infraestructura de comunicaciones.
- 2) Medio donde promocionar el bien, producto y/o servicio que se ofrece y su localización.
- 3) Mercado en el cual se realizan las transacciones.

Así, tenemos que en una economía globalizada, el acceso e intercambio de la información a través de medios telemáticos con un soporte interactivo, en formato multimedia, e integrada con los sistemas de gestión internos de la empresa, independientemente de donde ésta se localice, dadas las nuevas alternativas proporcionadas por el transporte y la logística de distribución, se establece un nuevo modelo de estrategia empresarial, posibilitando externalizar funcionalmente buena parte de sus actividades de la cadena de valor, de acuerdo a sus ventajas competitivas que se derivan de la localización geográfica, la curva de experiencia, las economías de escala o alcance, y/o los acuerdos específicos para el aprovisionamiento o distribución con que cuente la empresa

Evidentemente, el Comercio Electrónico no debe ser visto que comprende solo a Internet, sino por el contrario Incluye una amplia gama de aplicaciones de banda estrecha (videotexto), difusión (telecompra) y entornos fuera de línea (venta por catálogo en CD-ROM), así como redes empresariales privadas (banca). Sin embargo, Internet, con sus robustos protocolos independientes de la red, está fusionando rápidamente las distintas formas de Comercio Electrónico. Las redes de empresa se convierten en intranets. Al tiempo que, está generando numerosas nuevas formas híbridas de Comercio Electrónico que, por ejemplo, combinan publicidad televisiva digital (infomercials) con mecanismos de respuesta a través de la Red (para pedido inmediato), catálogos en CD-ROM con conexiones Internet (para actualizaciones de contenido y precios) y "Websites" comerciales con extensiones locales en CD-ROM (para demostraciones multimedia que precisan mucha memoria).

La era del Comercio Electrónico a través de Internet ya está presente, y puede representar ventajas para el usuario. Una de ellas es la renovación de la infraestructura que da soporte a la Red; otra puede verse en que hay mayores anchos de banda, así como nuevo hardware en el lado de los servidores y la generalización de tecnologías como RDSI. La venta eficaz en Internet pasará por la edición de catálogos electrónicos llenos de recursos multimedia (única posibilidad para atraer un buen número de compradores reacios a abandonar hábitos más tradicionales).

Otra área que puede experimentar una notable mejoría, a través del uso del Internet puede ser el correo electrónico. Siempre y cuando se disponga de un estándar de seguridad para la transferencia de información.

Así, no cabe duda de que el Comercio Electrónico actuará como impulsor de otras tecnologías, aún incipientes, pero que serán de uso generalizado.

3.3. PRINCIPIOS JURIDICOS APLICABLES EN MATERIA DE CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.

3.3.1 GENERALIDADES:

El hecho de que el comercio electrónico en Internet vaya dirigido prioritariamente al consumo, y en especial, a la compra compulsiva, obliga a tener en cuenta ciertos aspectos jurídicos inherentes a cualquier transacción escrita, tanto en la fase de preparación de la oferta, como en la de aceptación.

Las razones que impulsan a un usuario a permanecer en un web no son únicamente la utilidad y el interés de sus contenidos, sino también el atractivo de su infografía y así como por el nivel de sorpresa que suscita cada sección. Ello conlleva un esfuerzo creativo que debe ser convenientemente protegido.

Por otra parte, debe cuidarse el contenido del contrato en línea, la adecuación de sus cláusulas a las especiales características de la contratación electrónica, y la forma en que se efectuará la transacción, con el fin de demostrar que el usuario ha prestado su consentimiento a las condiciones de la oferta que le fuera formulada.

Otro aspecto que debe ser tomado en cuenta es la concurrencia de oferta y aceptación, pago y entrega, situaciones que pueden producirse en tiempo real o de forma diferida. en el caso de la oferta y la aceptación y al pago estas se producen en tiempo real, pero en lo referido a la entrega esta se pueden realizar en distintos momentos tal es el caso de los downloads (descargas) en los cuales la

entrega se realiza en el mismo momento del pago, y caso contrario el de la compraventa de productos, en la cual la entrega se realiza después del pago; El software, por ejemplo, que constituye el producto más vendido a través de Internet, puede ser transferido mediante ambas modalidades. A través de una transacción en tiempo real, el usuario efectúa un "download" (descarga) del programa tras cumplimentar el formulario de pedido en un entorno seguro. En el caso de la transacción diferida, el usuario obtiene una licencia de uso limitado y, tras efectuar el pago, obtiene un password (contraseña) que hará que el programa sea plenamente operativo.

No obstante, y pese a las consideraciones anteriores pertinente es decir que no todas las transacciones podrán basarse exclusivamente en medios electrónicos: ya que hay algunas operaciones bancarias, que deban formalizarse en documento público, por lo que lo dispone la ley, exigiéndose por ello la firma original del usuario.

El supuesto fáctico por el que nacerá una operación de comercio electrónico deriva del acuerdo de transmisión de facturas vía electrónica entre un comprador y un vendedor, los cuales generalmente mantendrán relaciones duraderas y constantes de negocio. La relación que inicialmente da vida a la facturación electrónica suele ser, pues, un contrato de compraventa o un contrato de suministro, ya sea el caso de un bien mueble o de un download respectivamente, El comprador/suministrador y el vendedor/proveedor se denominan genéricamente, en una transacción usuario del sistema.

Lo importante para que nazca una relación de intercambio electrónica de datos será el contrato entre las partes para transmitir facturas por vía electrónica. El contrato generalmente se documentará por escrito, pero no en todos los casos.

El establecimiento de un acuerdo de este tipo puede encontrarse inserto en las condiciones generales que sean propuestos por de uno de los contratantes o en la oferta misma.

Una vez que exista un contrato entre los usuarios del sistema, el expedidor y el destinatario contratarán, a su vez, con un centro servidor, se deduce que el contrato que ha de instrumentar esa relación es un contrato de adhesión. Los contratos de adhesión son aquellos en los cuales el acuerdo de voluntades no se plasma de forma evidente sino que el comprador o para el caso el usuario del servicio tiene nada mas la opción de adherirse a lo prescrito por el vendedor.

3.3.2. PRINCIPIO DE LIBERTAD DE EXPRESION:

Según el diccionario jurídico de Cabanellas⁶¹, la libertad de expresión no es mas que: “La Facultad humana de dirigir el pensamiento o la conducta según los dictados de la propia razón y de la voluntad del individuo, sin determinismo superior ni sujeción a influencia del prójimo o del mundo exterior”. En el caso del comercio electrónico este principio opera en un nivel amplísimo, porque la contratación no se encuentra delimitada casi en ningún aspecto, así en la red se puede contratar con un sin fin de objetos y servicios procedentes de la aplicación de este principio, salvo las excepciones que han surgido a consecuencia de

⁶¹ Cabanellas, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental. 12ª Ed. Buenos Aires : Heliasta, 1997.

determinadas conductas, tales como; prostitución infantil, y cuestiones relativas al terrorismo”.

3.3.3. PRINCIPIO DE LIBERTAD DE COMERCIO:

Según el diccionario jurídico de Cabanellas⁶²; En economía política, la doctrina y el sistema que defiende la libertad de comercio, particularmente en la esfera internacional, donde la intervención de los Estados no debe dejarse sentir en las libres transacciones entre compradores y vendedores, o permutantes.

La prestación de estos servicios se realizará en libre competencia, sin que quepa establecer restricciones para los servicios de la sociedad de la información. La prestación de servicios de la sociedad de información no debe estar sujeta a autorización previa. Esta afirmación implica que las transacciones que se realicen mediante vía digital no tendrán limitaciones salvo las prohibiciones penales y civiles que se establecen en El Salvador con respecto a los objetos que no están en el comercio (el comercio de niños por ejemplo)

3.3.4. PRINCIPIO DE LA NO-DISCRIMINACIÓN DEL MEDIO DIGITAL

La aplicación de este principio tiene su derivación del principio de igualdad, el cual en su sentido estricto otorga los mismos derechos en las mismas situaciones a determinados sujetos de derecho ante la ley, en el caso del comercio electrónico, la no-discriminación se entiende en dos sentidos: 1) en que cualquier persona tiene la capacidad para acceder a Internet y también para comerciar electrónicamente lo haga sin ninguna barrera mas que las impuestas por el libre comercio; 2) que las contrataciones Vía medio digital en razón a la relevancia

⁶² Idem

adquirida con el devenir del tiempo, obtengan el lugar que se merecen en el comercio mundial, así como en el local en miras a su crecimiento.

3.3.5. PRINCIPIO PROTECTORIO:

Este principio establece la necesidad de que el comercio electrónico sea protegido por una normativa jurídica eficaz, contra los posibles inconvenientes que se generen de la utilización del medio Internet para comerciar, respetando así los derechos de los usuarios contra terceros y contra ellos mismos. En el caso de El Salvador la aplicación de este principio es inexistente, al carecer nuestra legislación de una normativa específica que proteja a usuarios del comercio electrónico.

3.3.6. PRINCIPIO DE PROTECCION DE PRIVACIDAD:

Este principio es una ramificación del principio protector en el sentido de que en el comercio electrónico los usuarios se ven en la necesidad para ser partícipes de este, de proporcionar datos personales los cuales necesitan ser protegidos, además de proporcionar también números de tarjetas de crédito o de cuentas bancarias, y de no establecerse la protección debida y necesaria podría ocasionar menoscabos en el patrimonio de los usuarios.

3.3.7. LIBERTAD DE INFORMACION Y AUTODETERMINACION

Estos principios establecen directrices para el comercio electrónico, determinando el derecho de los usuarios del medio, de poder informarse de la situación de lo que quieren contratar, en el sentido de saber las características del bien o servicio ha adquirir y así también de ser ellos (los usuarios), quienes establezcan bajo que condiciones desean contratar, siempre que no lesionen las normativas locales ya establecidas en materia de contratación electrónica o que

no renuncien a derechos que sus mismos ordenamientos jurídicos les han otorgado.

3.3.8. PRINCIPIO DEL SOPORTE VIRTUAL

Este principio, sino es el mas importante, uno de los que mayor relevancia tiene en la contratación electrónica, pues a través de este se plasma la idea de que toda la documentación de las transacciones se llevara a cabo mediante el llamado Soporte Virtual, en otras palabras este principio es de los pilares de las contrataciones por ordenador, también como consecuencia de este principio se deja de usar el papel como medio para documentar las transacciones comerciales, avanzando así a lo que se llama la contratación virtual.

3.4. COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR:

3.4.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS:

Es difícil determinar el momento en que en El Salvador surgió el comercio electrónico, para referencia se tiene el dato de que la primera conexión a Internet en Centroamérica fue hecha en Costa Rica en el año de 1993, el 26 de enero se logra interconectar una docena de nodos ubicados en la Unidad de Redes, Centro de Informática, Escuela de Geología y Escuela de Física de la Universidad de Costa Rica⁶³, posteriormente en septiembre de mil novecientos noventa y cuatro se gestionó ante el IANA(Intenet Assigned Numbers Authority) y el InterNic (Internet Network Information Center) respectivamente un conjunto de direcciones IP, equivalentes a una clase B, y la administración del dominio de Nivel Superior correspondiente a El Salvador, SV, ese mismo mes y año surgieron como los primeros exponentes de ello, el grupo SVNet constituido por la Universidad centroamericana por sus siglas (UCA), y el CONACYT (Consejo

⁶³ Internet en Costa Rica. www.nacionmediakit.com/hiscostarica.htm

Nacional de Ciencia y Tecnología), por intermedio de la Universidad de El Salvador, la Universidad Don Bosco, FUSADES y ANTEL con el fin de administrar dichos recursos.

En octubre de ese año se estableció un acuerdo por parte de las entidades anteriormente mencionadas con UUNet, en Virginia, E.U., para manejar el tráfico desde y hacia El Salvador, bajo el dominio SV siglas que representan en la red mundial a nuestro país. En diciembre del año tantas veces mencionado, se instaló y configuró exitosamente un Nodo UUCP (Unix to Unix Copy Program) de correo electrónico en el CONACYT, con este propósito, y los primeros mensajes con direcciones terminadas en SV, comenzaron a circular en Internet.

Anterior y en paralelo a esta iniciativa, era posible intercambiar servicios de mensajería a través de Internet por vías tales como la ofrecida por ANTEL, usando el protocolo X25, o a través de los servicios de otros nodos UUCP, como el llamado huracán. La provisión del servicio del correo electrónico a los salvadoreños que así lo desearan, con direcciones SV, inició en marzo de 1995. Esto era realizado por medio de una llamada telefónica a media noche a UUNet, en la que se intercambiaban los mensajes de y hacia nuestras direcciones SV y el resto del mundo.

3.4.1.1. PROYECTO RedHUCyT DE LA OEA

En paralelo, y desde la constitución de SV net se había venido trabajando en la formulación de un proyecto a presentar a la OEA (Organización de Estados Americanos), en el marco del proyecto RedHUCyT (Red hemisférica Universitaria de Ciencias y Tecnología). El objetivo principal de RedHUCyT es conectar a las instituciones de los Estados miembros a la Internet, integrando una

red interoperable para el intercambio de información científica y tecnológica. El proyecto provee equipo de alta tecnología, asistencia técnica, y auspicia seminarios y talleres técnicos en la región para preparar proyectos, mejorar capacidades técnicas, intercambiar conocimiento especializado y entrenar a los administradores de las redes en los países.

. Finalmente después de varias revisiones y ajustes, el proyecto salvadoreño fue presentado por SVNet a la OEA en septiembre de 1995. La carrera por el uso de la tecnología comenzaba, para ello se llevaron a cabo varios eventos relacionados, entre ellos dos worldnets, desde la sede de la embajada de los Estados Unidos en nuestro país (Julio y Octubre de 1995) con panelistas nacionales e Internacionales vía satélite, varios cursos y seminarios organizados por diversas instituciones, un panel técnico sobre criterios para la gestión y desarrollo de la red Internet en El Salvador, y otros. La capacitación técnica a los miembros de SV net, fue realizada por los mismos salvadoreños durante el mes de noviembre de 1995.

3.4.1.2. LOS PRIMEROS SITIOS WEB

Después del trabajo de conexión y pruebas realizadas en diciembre de 1995, ése mismo mes se firmó un convenio de mutua colaboración entre ANTEL y los demás miembros de SV net, situación que posibilitó la instalación de líneas dedicadas a esas instituciones. No fue sino en el mes de Enero de 1996 en que se dio un punto de presencia a Internet estable desde El Salvador, así como la recepción de los equipos que la OEA había financiado para iniciar la conectividad de Internet a nuestro país.

En febrero del año antes mencionado ANTEL completó la Instalación de los primeros enlaces dedicados a Internet en territorio salvadoreño siendo éstos

los establecidos en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas y el de la Universidad Don Bosco. El siguiente mes vieron la ciberluz los sitios web de estas dos Universidades, así como los de SV net y la página principal de El Salvador, (www.sv.) convirtiéndose así en los primeros sitios web de nuestro país que residían en un servidor ubicado físicamente acá

Existen varios esfuerzos en El Salvador por impulsar el Comercio Electrónico, uno de ellos es el impulsado por la dirección estratégica de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio e Industria, y de la Corporación de Exportadores, así como iniciativas más aisladas por parte de empresarios individuales. Asimismo pueden citarse el programa Centrex del Banco Central de Reserva por sus siglas BCR, por el cual se pretende facilitar por medios electrónicos la tramitación necesaria para las exportaciones, y el teledespacho del sistema de aduanas situación que ha revolucionado los procesos aduanales principalmente para los importadores. Regulado en la Ley de Simplificación Aduanera, Art. 1 Inc. 1, 1-A, 2, 4 Inc. 2°, 6, 7, 8-A, 8 Inc. 4, 8-D, 9, 10, 11, 13.

En cuanto al marco legal que recoge la institución del Comercio Electrónico, puede señalarse lo siguiente: la Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la prestación de Servicios (Ley del IVA) no prohíbe explícitamente la facturación electrónica, pero si requiere un respaldo en papel de las transacciones necesarias para otorgar el crédito fiscal, lo cual constituye una limitante en este momento. Es decir que aunque de forma incipiente se permite, no genera mucha confiabilidad, razón por la cual, debe extenderse la impresión de la operación. El Código de Comercio regula todas aquellas transacciones mercantiles que puedan ser probadas según lo establecido por el Artículo 999 del referido código, el Art 30 de la Ley de Procedimientos Mercantiles y el 253 del

Código Procesal Civil, por otro lado, carece de algunas de las garantías necesarias para asegurar, la confiabilidad de las transacciones electrónicas comerciales, sobre todo la falta de reconocimiento de aquellas transacciones que no tienen respaldo en papel. La Ley de Bancos contempla la posibilidad de reemplazar la firma autógrafa con otro medio confiable, y garantiza la confidencialidad de la información, opciones que constituyen un avance en esta materia. La ley de protección al consumidor, contribuye a la evolución de un ambiente más propicio para el comercio electrónico al fomentar la transparencia y la competencia, mediante una serie de mecanismos de protección al usuario, tales como la regulación de la oferta, el cumplimiento de los términos establecidos en los contratos, al momento de realizar una compraventa electrónica.

Basándose en buenas prácticas de otros países, es pertinente el examinar una serie de factores tecnológicos, estructurales, económicos, culturales y legales que influyen en el éxito o fracaso del comercio electrónico, lo que permite efectuar una comparación con las condiciones actuales en El Salvador. En lo **tecnológico**, limitaciones tales como la encriptación de datos, la conectividad nacional y la cualificación del recurso humano constituyen un obstáculo a la implementación de este objetivo; en lo referido a este aspecto la limitante más importante de solventar es la de la cualificación del recurso humano, en el sentido de que el desconocimiento del comercio electrónico en general y de la compraventa a través de Internet, es grande por lo cual no muchas empresas lo implementan actualmente, y además las que actualmente lo hacen no prestan el servicio en todos los lugares de la República, y el acceso a Internet también se encuentra limitado en ese aspecto. En cuanto a la **estructura** las telecomunicaciones aún no han alcanzado el nivel de desarrollo adecuado para la generalización del comercio electrónico. En muchos lugares de la periferia del El

Salvador, no se cuenta con la estructura material adecuada, para que la mayoría de gente pueda acceder a Internet, y mucho menos la de hacer uso del Comercio Electrónico. En lo **económico**, la competencia actual entre proveedores de servicios de conectividad representa una ventaja, mientras que la oferta de productos salvadoreños aún no se adapta adecuadamente a las posibilidades y requerimientos del mercado internacional, en lo que se refiere a la capacidad de compra del usuario salvadoreño, en Internet para operar se necesita una tarjeta de crédito, siendo una barrera para la gran mayoría de salvadoreños que no cuentan con la misma, y por ello no realizan compraventas en Internet. Otra limitación se encuentra en el campo **cultural**, la población salvadoreña, sobre todo en las zonas periféricas desconocen los usos y funciones de Internet, por ello aunque son una población que mediante las remesas familiares son económicamente solventes, y pudieran ser clientes potenciales para el medio, no lo usan, existe otra limitante sobre todo a nivel de Idioma, pero también en cuanto a las limitaciones existentes en la cultura empresarial salvadoreña, comparada con la que prevalece en el mundo del comercio electrónico. Finalmente se señala que aún no se persigue un liderazgo institucional a nivel público o privado para impulsar el comercio electrónico en el país.

3.4.2 IMPORTANCIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR.

No es difícil percibir el nuevo ambiente económico a nivel mundial. Tampoco es difícil constatar que la mayoría de países y empresas están realizando esfuerzos, unos más ordenados que otros, para aprovechar los actuales momentos en que aún

la economía global no es totalmente una e-Economía, y que lo están haciendo, en el más básico de los razonamientos, por un instinto de supervivencia.

Para El Salvador, esto significa que, aunque persistan problemas internos de índole variada, no es posible el lujo de esperar a que tales problemas sean resueltos para comenzar a reflexionar sobre estas exigencias mundiales.

Esta urgencia se justifica al menos por dos razones:

- a) El nuevo orden no retarda su desarrollo por persona alguna, hecho que no depende de nuestras decisiones. Empero, es dependencia nuestra el tipo de papel que pretende desarrollar en ése nuevo orden: ya sea como meros espectadores; o bien, como actores, lo que obviamente sería la mejor elección.
- b) La inducción de nuestro país en este nuevo orden mundial, sobre todo si alcanza ser de los primeros que ingresan como actores, puede ser un factor de capital importancia y relevancia en la solución de nuestros actuales problemas.

3.4.2.1. LA NUEVA E-ECONOMÍA

Aunque el panorama de la e-Economía puede ser definido más ampliamente, a partir de su desarrollo en tratados especializados, es pertinente puntualizarlo a través de cinco características:

1. Alcance: se incrementa extraordinariamente la cantidad de potenciales clientes y competidores.
2. Rico flujo de información: se abren oportunidades novedosas en la realización de negocios, la autodefinición de las empresas, y el rol del gobierno, entre otros.

3. No más intermediarios: los intermediarios podrían resultar eliminados si no agregan valor.
4. Los nuevos intermediarios: a pesar de lo anterior, también están surgiendo nuevas oportunidades de negocio, basadas en la información.
5. Bienes basados en información: servicios y bienes se apoyan más en la información, y esto abre puertas para que la mano de obra también se movilice en forma virtual

Algunas características propias de nuestro país hacen ver a este como campo propicio para fomentar el trabajo hacia esta e-Economía. Entre dichas características tenemos:

- Las empresas pequeñas, en general, tienen poca o ninguna inercia, tradición o conservadurismo. En El Salvador existe una gran cantidad de medianas, pequeñas y micro empresas que pueden moverse ágilmente.
- “La pantalla de un monitor tiene el mismo tamaño para una empresa gigante multinacional que para una mediana, o incluso micro empresa salvadoreña”.
- Ausencia de grandes recursos naturales explotables.
- Entorno privado y muy competitivo de empresas de tecnología mundial en el sector de las telecomunicaciones.
- El proyecto Infocentros, busca propiciar el acceso generalizado a las tecnologías de información y la generación y publicación sistemática de contenido relevante para el desarrollo.
- Facilitación de trámites aduanales, fiscales y administrativos.
- Marco legislativo apropiado en marcha.

- Gran potencial en los habitantes del extranjero, de origen salvadoreño, para realizar alianzas, co-inversiones, contratación de servicios y consumo directo de bienes y servicios producidos en el país.

3.4.3. UTILIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRONICO EN EL SALVADOR.

En este apartado, es relevante destacar algunos aspectos principales que se están llevando a cabo en El Salvador, y que tienen un claro impacto en el desarrollo de la estrategia planteada. Entre ellos, y a manera de ejemplo, se pueden mencionar el proyecto Infocentros, el Sistema Integrado de Comercio Exterior y el anteproyecto de Ley del Comercio Electrónico.

Infocentros es un proyecto conducido por la Asociación del Mismo nombre, una entidad privada sin fines de lucro, en la cual tiene dos grandes objetivos para El Salvador: a) Propiciar el acceso generalizado a las tecnologías de información e Internet de la mayor cantidad de población, para lo cual han establecido al menos 100 Infocentros en todo el país, cada uno dotado de 20 computadoras personales conectadas a Internet, y otras prestaciones adicionales; b) Potenciar la generación publicación y difusión en forma sistemática de contenido relevante para el desarrollo salvadoreño, para lo cual ha constituido grupos temáticos que proponen y desarrollan aplicaciones, bases de datos, trámites, transacciones, elementos de apoyo al comercio electrónico, etc.

El Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX) es un sistema transaccional, en tecnología INTERNET, con enlace entre los usuarios y el Centro de Trámites de Exportación del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Es un sistema en el cual el exportador, a través de esos medios electrónicos, enviará la información de sus operaciones y obtendrá la autorización correspondiente por la misma vía. El sistema contiene directorios públicos que proveen información general y directorios privados que permiten que los usuarios autorizados realicen transacciones y consultas de sus operaciones.

3.4.3.1. ANTEPROYECTO DE LEY DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

El anteproyecto está siendo elaborado por el Centro Nacional de Registros (CNR), Cámara de Comercio y DIESCO; y trata de facilitar y reconocer la validez jurídica del comercio electrónico (E-Commerce).⁶⁴

El director ejecutivo de esa institución, Félix Garrid Safie, aseguró que la normativa también fomentará el uso de la nueva tecnología.

"Una peculiaridad de la legislación es que no será de carácter obligatorio, ya que las empresas podrán adherirse a ella voluntariamente cuando ejerzan el E-Commerce", dijo.

Sin embargo, si las partes se ponen de acuerdo podrán seguir utilizando la vía tradicional de hacer negocios.

Libre contratación

Otra característica de la nueva norma legal es que garantizará el principio de libre contratación y añadirá aspectos vinculantes como la factura electrónica, el transporte de bienes y servicios, entre otros.

Garrid Safie también agregó que en caso de conflictos comerciales se creará un tribunal de arbitraje alternativo, separado de los tribunales comunes.

Asimismo se está viendo cómo se regula la firma electrónica, que será una especie de código alfa numérico —parecido al de las tarjetas de crédito— para

⁶⁴ <http://archive.laprensa.com.sv/20000831/economia/ecm4.asp>

tener la seguridad que quien digite el número de la tarjeta es el titular de la misma.

Para esto se ha pensado crear cuatro entidades certificadoras de firmas, de manera que haya seguridad en las operaciones comerciales y se eviten fraudes.

Garrid explicó que se ha tomado como modelo las leyes existentes de España, México, Colombia y Chile.

Finalmente se comentó que se incorporará un sitio Web para las licitaciones públicas.

CAPITULO IV

DE LA COMPRAVENTA MERCANTIL REALIZADA POR VÍA VIRTUAL O POR MEDIOS ELECTRÓNICOS

4.1. NOCIÓN DE CONTRATO ELECTRÓNICO.

Es el celebrado a distancia o sin que las partes estén simultáneamente presentes, enviado en origen y recibido en destino por medio de equipos electrónicos de tratamientos y almacenaje de datos y que son enteramente transmitidos, encaminados y recibidos por medio de cable, radio, medios ópticos o por otros medios electromagnéticos, entre sus usos mas comunes se encuentran los contratos electrónicos que tienen por objeto la prestación de un servicio; los que tienen por objeto la compraventa de un bien, ya sea mueble material o electrónico. Que se regularan entre otras, con arreglo a la legislación civil y mercantil.⁶⁵

4.2. COMPRAVENTA MERCANTIL.

Art. 1013 C.C. “Son compraventas mercantiles I. Las que se realizan dentro del giro de explotación normal de una empresa mercantil”.

Es decir, las que recaen sobre mercaderías cuya fabricación o venta constituyen el giro ordinario de los negocios de la empresa vendedora, o sea las realizadas de forma masificada por la empresa mercantil, o bien las que recaen sobre las cosas típicamente mercantiles aunque no se realicen en masa ni por empresa; tales como las ventas de la empresa mercantil, de alguno de sus establecimientos o de alguno de sus elementos intangibles que puedan subsistir separadamente, como por ejemplo: los distintivos comerciales, patentes u otros similares; y la de los títulos valores.

⁶⁵ www.mju.es/guia_celectronico_t.htm

“II. La de cosas mercantiles; No son mercantiles las ventas hechas por agricultores o ganaderos, de los frutos o productos de sus cosechas o ganados, o de las especies que se les den en pago, cuando no tengan almacén o tienda para su expendio, ni las que hicieren los artesanos en sus talleres de los objetos fabricados en ellas.”

no pueden considerarse mercantiles ni las ventas hechas por los agricultores y ganaderos de los productos que obtengan siempre que no tengan establecimiento permanente para su expendio, porque, la actividad agrícola no puede masificarse, ni las ventas de los artesanos en sus talleres de los objetos fabricados, porque la falta de masificación es lo que caracteriza precisamente la actividad artesanal, la cual al masificarse se convierte de artesanal en industrial. Pero las compras que realizan las distintas personas para su consumo si serán mercantiles si el vendedor a masificado el acto en cambio la venta que realicen cualquier persona del resto de los acopios adquiridos para su consumo no será mercantil, ya que no ofrece caracteres de masificación.

4.3. COMPRAVENTA MERCANTIL POR MEDIO VIRTUAL.

Este tipo de operación contractual puede definirse como: “aquella compraventa mercantil, en la cual la manifestación de voluntad de las partes se realiza mediante la utilización de medios electrónicos o al menos se requiere que la aceptación se realice usando estos medios, en la que un suministrador provee bienes a un cliente a cambio de un pago.”

En este contrato la voluntad de negociar aparece instrumentalizada por el computador, no hay obstáculo que impida admitirlo sobre la base del principio de la autonomía de la voluntad, siempre y cuando esta sea una voluntad consciente y libre, con relación al momento de perfeccionamiento del contrato se entiende

producido cuando llega al conocimiento del oferente y en lo referido al lugar de la celebración del contrato, se entiende el lugar donde se hizo la oferta.

4.4. FORMACIÓN DEL CONSENTIMIENTO

ALESSANDRI Y SOMARRIVA en su obra “LA FUENTE DE LAS OBLIGACIONES”, en particular, define el Consentimiento como “El acuerdo de voluntades de dos o más personas con un objeto lícito.” En el acto unilateral se denomina voluntad.⁶⁶

En la formación del consentimiento existen dos etapas, representadas cada una por la voluntad de los contratantes, los cuales son la oferta y la aceptación. La oferta es una declaración de voluntad emitida por una persona y dirigida a otra u otras, proponiendo la celebración de un determinado contrato y la aceptación es la declaración de voluntad que emite el destinatario de una oferta dando su conformidad a ella.

En la contratación electrónica, tanto la oferta y la aceptación pueden ser realizados por medios electrónicos para que se considere el contrato como tal o bajo dicha denominación electrónico.

No obstante lo anterior, por tratarse de una oferta y una aceptación no suscrita o materializada en papel, es pertinente hacer algunas consideraciones sobre aquellas desde el punto de vista electrónico.

4.4.1. LA OFERTA ELECTRÓNICA.

Es aquella declaración unilateral de voluntad, que una persona realiza a través de medios electrónicos, invitando a otra persona a la celebración de un contrato y

⁶⁶ Arturo Alessandri Rodríguez, y Manuel Somarriva Undurraga. Curso de Derecho Civil, Tomo IV, Las Fuentes de las Obligaciones en Particular. Ed. Nascimento. Santiago Chile. 1942. Pág. 21

que quedará perfecto con el asentimiento de esta⁶⁷. En lo referente a la oferta no hay inconveniente en establecer por qué medio se realiza, siempre y cuando sea permitido por la ley, es decir, que en el caso de los contratos electrónicos, no importa si la oferta se realiza a través de medios electrónicos o no, pero tratándose de la declaración contractual que debe darse en primer lugar para formar el consentimiento y así formar el contrato, se debe de tomar en cuenta que no toda declaración de voluntad implica una oferta. Para ello, debe cumplir con ciertos requisitos:

- A) **Debe de ser completa.** Esto denota que en ella han de coexistir todos los elementos del contrato propuesto, para que con la simple aceptación de destinatario se perfeccione el contrato.
- B) **Debe de haber intencionalidad.** La declaración de voluntad debe implicar una intención seria de parte del oferente para cumplir con lo ofrecido inicialmente.
- C) **Debe de ser conocida por el destinatario.** Implica el conocimiento del destinatario de la oferta hecha por el oferente Art. 966 C. Com.

Las ofertas electrónicas en cuanto a su forma de realización pueden ser en forma escrita o verbal, siendo por regla general la oferta hecha de forma escrita. Para ello, comprende un texto alfanumérico o en formato de bits. La oferta y la aceptación electrónica escrita están en directa relación con el problema del documento electrónico en cuanto a su admisión como documento escrito.

La oferta electrónica puede ser realizada:

⁶⁷ El Comercio Electrónico en El Salvador, Tesis UES, San Salvador, 2002 Pág. 26

- *Via e-Mail o Correo Electrónico*, esta se envían a ordenadores determinados por medio de cuentas de correo electrónico. Aunque en la mayoría de las ocasiones constituyen invitaciones a ofertar.
- *En Línea (on line)*, en redes de comunicaciones como Internet. Esta se encuentra de forma permanente en las redes y a las cuales se puede acceder al visitar sitios en la web.

4.4.2. LA ACEPTACION ELECTRONICA

La aceptación electrónica comprende la declaración unilateral de voluntad realizada a través de medios electrónicos dirigida al oferente en la cual aprueba los términos de la oferta antes recibida.⁶⁸

Los requisitos necesarios para que se forme el consentimiento en cuanto a la aceptación son:

- a) **Debe de ser congruente.** Se refiere a que la aceptación debe de tener completa relación con la oferta hecha, sin variar en cuanto a los objetos, la cantidad, calidad o valor.
- b) **Debe darse mientras la oferta este vigente.** La oferta se encuentra vigente mientras no produzca dos hechos jurídicos como son la retractación y la caducidad, las que se regulan en el Código de Comercio en el Art. 969.
 - b1) La retractación; en esta, el oferente puede dejar sin efecto de forma unilateral la propuesta emitida mientras no haya sido aceptada por el destinatario. En las ofertas electrónicas realizadas por correo electrónico es fácilmente que sé de esta figura, pero en las ofertas permanentes que se dan en línea resulta muy difícil por el hecho que el cliente compra en el mismo momento que accede a la página respectiva (ya que la

⁶⁸ Op. Cit. Pág. 27

aceptación se envía a través de formularios a los cuales se accede a través de hipertextos).

- b2) Por otro lado a caducidad es la pérdida de vigencia de la oferta con la ocasión de la muerte o incapacidad legal de una persona. Nuestro Código de Comercio al respecto, en su Artículo 979 inc. 2° establece que la muerte o incapacidad superviviente del comerciante, no priva de eficacia la oferta, aunque sea sin fijación de plazo, a no ser que, de la naturaleza del negocio o de sus circunstancias, resulte lo contrario. En este sentido, nuestra ley da plena validez a la oferta aunque sobrevenga la muerte o incapacidad del oferente. Pero esto está referido principalmente a las personas naturales, no así a las jurídicas y en materia de contratación electrónica, puesto que la mayoría de ofertantes son personas jurídicas o abstractas.
- c) **Debe ser oportuna.** Para que la aceptación sea oportuna debe realizarse dentro del plazo propuesto por el ofertante, o el determinado por el juez. El artículo citado en el párrafo anterior, del código de comercio establece que si un comerciante se ha obligado a mantener en firme una oferta por tiempo determinado, no podrá revocarla, y en su inciso 3° establece “(...) La declaración de una parte queda obligada como consecuencia de opción de concede a la otra parte para aceptarla o rechazarla”. En todo caso al no ser fijado el plazo lo determinará el juez.
- d) **Tiene que ser pura y simple.** Refiriéndose a que la respuesta del destinatario ha de estar limitada a la aceptación o negación de la oferta. Ya que las modificaciones a la propuesta inicialmente la convierten en una contra oferta, tal como lo contempla el artículo 966 parte final del Código de Comercio que dice. “(...) Pero si en ella se proponen condiciones que modifiquen tal

propuesta original el contrato con las modificaciones se perfeccionará hasta que se reciba la contestación aceptándolas.

La concurrencia de la oferta y aceptación pago y entrega, puede producirse en tiempo real o en forma diferida. El software por ejemplo que constituye el producto más vendido a través de Internet, puede ser transferido mediante ambas modalidades. A través de una transacción en tiempo real, el usuario efectúa una descarga del programa tras cumplimentar el formulario de pedido en un entorno seguro. En el caso de la transacción diferida, el usuario obtiene una licencia de uso limitado y tras efectuar el pago obtiene una contraseña que hará que el programa sea plenamente operativo.

4.5. TIEMPO DE PERFECCIONAMIENTO DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS

Con respecto al momento en que se perfecciona el contrato electrónico, en diversas legislaciones diferentes a las nuestras le han dado relevancia a la figura del acuse de recibo, como forma de acreditación de su perfeccionamiento, así como por ejemplo, en el Código Civil Peruano, con sus reformas para la aplicación de la contratación electrónica dispone que opera la presunción de aceptación, de la realizada por medios electrónicos cuando el aceptante reciba acuse de recibo de su aceptación por parte del oferente facilitando con esto el medio de prueba de declaración de voluntad de aceptación hecha por el aceptante⁶⁹.

- a) La propuesta de la directiva de la Unión Europea por medio de sus comisiones en fecha 18 de Noviembre de 1998, al exponer sobre algunos aspectos

⁶⁹ Op. Cit. Pág. 29

jurídicos del Comercio Electrónico, comprende como punto importante el momento de la celebración del contrato electrónico, en el cual dice: “Cuando el consentimiento del cliente respecto a la aceptación de la oferta del proveedor se manifiesta a través de un click en un ícono, se aplicarán los siguientes principios

1. El contrato se perfecciona en el momento en que el cliente recibe del proveedor por medios electrónicos, un acuse de recibo de la aceptación del cliente y confirma la recepción de dicho acuse de recibo.
2. El acuse de recibo se considera recibido y la confirmación se considera dada cuando las partes a las que se ha destinado están en disposición de acceder a los mismos.
3. El acuse de recibo y la confirmación deben ser enviados lo antes posible.
4. El número de registro a efectos fiscales, en el caso de actividades sujetas a IVA.

b) Por otro lado, la ley sobre mensajes de datos Venezolana en su artículo 11 determina las reglas para establecer la recepción de un mensaje de datos así:

“1. Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensajes de datos, la recepción tendrá lugar cuando el mensaje de datos ingrese al sistema de información designado.

1. Si el destinatario no ha designado un sistema de información la recepción tendrá lugar, salvo prueba en contrario al ingresar el mensaje de datos en un sistema de información utilizado regularmente por el destinatario”.

Al respecto del acuse de recibo establece el plazo para su recepción, el cual puede estar libremente determinado por las partes y al darse fuera de éste se tendrá por no emitido, de igual forma la falta de determinación el plazo legal será de 24 horas a partir de su emisión para que surta efecto.

Se concluye entonces que el momento de perfeccionamiento del contrato electrónico es cuando el destinatario obtiene el acuse de recibo de la aceptación que este ha enviado.

4.5.1. LUGAR DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO ELECTRONICO

En los negocios tradicionales el ámbito geográfico del contrato suele ser mucho más limitado. La gran mayoría de ellos tienen carácter local, regional o, a lo sumo nacional. En el comercio electrónico por su parte los clientes proceden de todos los puntos del planeta y se presenta la dificultad a la hora de aplicar una jurisdicción u otra en un contrato.

En el caso de Contratos o transacciones entre empresas (mediante Internet) es el clausulado del mismo el que establece el lugar de celebración, y por lo tanto, la jurisdicción aplicable. Para las transacciones con consumidores suele imperar el domicilio del consumidor como lugar de celebración.

4.6. MARCO JURIDICO QUE REGULA EL COMERCIO ELECTRONICO EN EL SALVADOR:

4.6.1 COMENTARIOS

En El Salvador los avances en materia de Comercio Electrónico son mínimos o inexistentes, son pocas las leyes que de manera dispersa establecen en sus artículos la utilización de medios electrónicos lo cual es una limitante con respecto a la inserción en los mercados internacionales ante de la globalización. En razón de lo anterior, es a juicio del grupo investigador el mencionar aquellas leyes que dan la pauta para la utilización de medios electrónicos aunque no son específicamente en materia del comercio electrónico.

Entre las leyes que plasman la utilización de los medios electrónicos tenemos:

4.6.2. LEY DE SIMPLIFICACIÓN ADUANERA

Esta normativa tiene por objeto establecer el marco jurídico básico para la adopción de mecanismos de simplificación, facilitación y control de operaciones aduaneras, a través del uso de sistemas automáticos de intercambio de información de acuerdo al Art. 1 de esta Ley.

La finalidad de la Ley, principalmente consiste en adecuar los servicios aduaneros a los estándares mundiales de calidad y eficiencia en términos de facilitación del comercio internacional, control de recaudación fiscal y protección de la sociedad. Es por eso que se simplifica y facilita los procedimientos aduaneros.

Entre los artículos que mencionan la utilización de medios electrónicos tenemos:

Art. 1. Inc. 1° “La presente ley tiene por objeto establecer el marco jurídico básico para la adopción de mecanismos de simplificación, facilitación y control de operaciones aduaneras a través del uso de sistemas automáticos de intercambio de información.

Por ello se advierte que a partir de su vigencia las operaciones aduanales de exportación e importación deben de verificarse de manera automatizada mediante el empleo de formularios incluidos en red

Art. 1-A La Dirección General requerirá de los auxilios de la función pública aduanera y de los demás usuarios, la transmisión electrónica desde las terminales remotas ubicadas en sus propias oficinas o de su propio recinto o desde el propio recinto fiscal, accedando en línea al servidor central de la Dirección General, o por otros medios, de la información relativa a los actos, operaciones y regímenes aduaneros en que participen.

Es decir que se formaliza el empleo de la red para la capacitación de información desde terminales exteriores para su traslado a una terminal central o principal.

Art. 2. Previo al arribo de las mercancías al territorio aduanero nacional, los transportistas, ya sean terrestres, marítimos o aéreos, o los agentes de transporte en su caso, están obligados a proporcionar a la aduana de ingreso, mediante transmisión electrónica u otros medios autorizados por la Dirección General, la información contenida en el manifiesto general de carga.

En cuanto a la información relativa a las mercancías deberá consignarse el peso bruto en kilogramos, la clase y cantidad de bultos, así como la clase o tipo genérico de la mercancía, detallando primero y en orden descendente las de mayor valor comercial.

Con lo anterior, se advierte que para estos casos, antes del ingreso de mercaderías la información de éstas debe de regresar a la base de datos de la DGRA para su verificación posterior.

Art. 4. Inc. 2° Asimismo el declarante deberá efectuar el pago de sus obligaciones tributarias aduaneras en los bancos del sistema financiero mediante transferencia electrónica de fondos de la cuenta bancaria del declarante, agentes de aduanas o de terceros en su caso a la cuenta corriente de la dirección general de tesorería...

En este caso se emplea el pago electrónico de impuestos como forma de traslado de fondos de las cuentas bancarias del importador hacia el estado.

Art. 6. La declaración para destinar aduaneramente las mercancías, deberá efectuarse mediante transmisión electrónica de la información conforme a los lineamientos y formatos físicos y electrónicos establecidos por la dirección general, a través del sistema conocido como teledespacho, el cual, para asegurar

la integridad de los flujos de información, deberá estar estructurado por procedimientos que aseguren la autenticidad, confidencialidad, integridad y no-repudiación de la información transmitida. Excepcionalmente la declaración podrá efectuarse por otros medios legalmente autorizados, o por disposiciones administrativas de carácter general dictadas por la dirección general.

Para efectos de esta ley, teledespacho constituye el conjunto sistematizado de elementos tecnológicos de carácter informático y de comunicación que permiten, dentro de un marco de mutuas responsabilidades y mediante procedimientos autorizados, el intercambio por vía electrónica de información de trascendencia tributaria, entre la dirección general y los usuarios y los auxiliares de servicio aduanero, bancos y en general los operadores e instituciones controladoras del comercio exterior.

Los documentos contenidos en un soporte magnético, digital o electrónico, producirán los mismos efectos jurídicos que los escritos en un soporte de papel; en consecuencia lo dispuesto en el párrafo anterior, será aplicable a la declaración del valor en aduana y a cualquier otro documento en formato electrónico que conforme la legislación requiera adjuntarse a la declaración de mercancías. Cuando la ley requiera que la información conste o que la misma sea presentada y conservada o archivada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, siempre que la información contenida en este sea accesible para su ulterior consulta. En todo trámite legal, no se dará aplicación a disposición alguna que sea óbice para la admisión como prueba de un mensaje de datos, como se observa , se presenta un concepto de lo que para nuestro legislador en materia aduanera es un registro electrónico que en alguna medida refleja una operación contractual que puede asemejarse al comercio electrónico.

Art. 7. El uso de medios informáticos y de la vía electrónica para el intercambio de información, gozará de plena validez para la formulación, transmisión, registro y archivo de la declaración de mercancías, de la información relacionada con la misma y de los documentos que a esta deban adjuntarse, así como para certificar el pago de adeudo, su utilización producirá los mismos efectos jurídicos que produciría la entrega de esa misma información en soporte físico. Es decir que la información en general que se brinda sobre las mercancías y otros documentos, así como para certificar el pago de lo adeudado por medios informáticos y /o vía Internet tiene validez y produce los mismos efectos entregados en soporte físico (documentación escrita)

En caso de detectarse una disconformidad de datos de un mismo documento registrado en los archivos de los bancos, usuarios o auxiliares del servicio aduanero en relación con los registrados y archivados por la aduana, se considerará como correcto los datos sobre los cuales la entidad certificadora hubiera otorgado fe pública, o en su defecto, los que consten en el documento físico cuya información se transmitió siempre que el mismo no tenga borrones, tachaduras o alteraciones. En caso de disconformidad con un documento registrado por medios informáticos, el que tendrá validez es aquel documento que la entidad certificadora haya otorgado fe pública, o sino, aquel que conste en documento escrito sin ninguna alteración, tachaduras o borrones.

Art. 8. A efecto de garantizar la autenticidad, confidencialidad e integridad de la información y de impedir su posterior repudiación, se establecen sistemas de certificación de la información transmitida, para lo cual, se autorizará la intermediación de empresas que provean servicios de certificación de dicha información, llamada en adelante entidades certificadoras. La autorización para operar, la fiscalización y la facultad sancionadora relacionadas con las entidades

certificadoras, serán ejercidas por el ministerio de hacienda en tanto no se dicte una ley que regule de manera general todos los aspectos relacionados con el comercio electrónico, en cuyo caso, dicha potestad corresponderá a la autoridad acreditante o licenciante de entidades certificadoras que en la misma se establezcan. A estos efectos, el ministerio de hacienda tendrá otras facultades.... Podemos definir empresa certificadora como aquella entidad que provee los servicios de certificación de información de las operaciones aduaneras, con el objeto de garantizar la autenticidad, confidencialidad e integridad de dicha información. Estas entidades son fedatarias de dicha información.

Art. 8 Inc. 4° Las entidades certificadoras que sean autorizadas para operar, emitirán los respectivos certificados que permitan a los usuarios del sistema una interacción segura en la red informática habilitada para intercambio electrónico de datos. El certificado emitido por una entidad certificadora deberá ser reconocido por las demás entidades certificadoras autorizadas. En este caso, la entidad certificadora, para que haya un intercambio electrónico de datos mas seguro debe de proporcionar al suscriptor una certificación para acceder a la red y este debe ser reconocido por todas las entidades certificadoras.

Art. 8-A. Las entidades certificadoras tendrán las funciones siguientes:

- a) Ejercer la potestad jurídica de otorgar fe pública en el marco del intercambio electrónico de datos, respecto de la pertenencia de las firmas digitales a personas naturales o jurídicas y de los términos en que se ha generado y transmitido un mensaje de datos
- d) Expedir o emitir los certificados respectivos, esto es los documentos electrónicos que, añadidos a la llave pública como los datos e información

características del firmante acrediten o respalden la vigencia y la correspondencia entre una clave pública y la persona que es titular de dicha llave, utilizando sistemas que garanticen la seguridad técnica y criptográfica de los procesos de certificación. Para estos efectos, la entidad certificadora podrá publicar el certificado en su sitio web de Internet, otorgarlos directamente o enviarlo a los sistemas del suscriptor de la llave pública o entregarlo sin costo a cualquiera que lo solicite.

- e) Llevar un registro magnético o directorio público en línea, tanto de las llaves públicas como de los certificados o documentos electrónicos que acrediten o respalden la correspondencia entre dicha clave pública y la persona que sea su titular, es decir llevar un registro de los suscriptores y de los documentos electrónicos que acrediten o respalden la correspondencia entre la entidad y la persona que sea su titular.

Art. 8-D. Son deberes de los suscriptores:

- a) Generar la firma electrónica asignada por la empresa certificadora, utilizando un método automatizado por esta.
- c) mantener el control de la firma digital especialmente de su clave o llave privada....

Los suscriptores serán responsables, por la falsedad, error u omisión en la información suministrada a la entidad certificadora y por el incumplimiento de sus deberes como suscriptores, así como del mal uso, abuso o daño que en cualquier forma cause a los sistemas informáticos utilizados por la Dirección General en el marco de intercambio electrónico de información. En este caso la información brindada a las entidades certificadoras, por parte de los suscriptores debe de ser verdadera y no tener ningún error, ni omisión.

Art. 9: los datos y registros recibidos y archivos en el sistema informático constituirán plena prueba de que el usuario del servidor aduanero realizó los actos que le corresponden y que el contenido de esos actos y registros fue suministrado por este haciendo uso de su clave de acceso confidencial.

Inc. 3° cualquier información transmitida electrónicamente por medio de un sistema informático autorizado por la Dirección General será admisible en los procedimientos administrativos o judiciales como evidencia de la transmisión y del contenido de esa información. Es decir que la información transmitida electrónicamente autorizada por la dirección general puede ser utilizada en procedimientos administrativos o judiciales como prueba.

Art.10 Las instituciones públicas y entidades privadas relacionadas con el servicio de aduanas, deberán transmitir electrónicamente a las autoridades aduaneras competentes los permisos, certificados, licencias, autorizaciones y demás información inherente al tráfico de mercancías o a la comprobación del pago de las obligaciones tributarias aduaneras, de conformidad a los procedimientos acordados entre tales entidades y la dirección general. En este caso todas las entidades relacionadas con el servicio de aduana deben utilizar los medios electrónicos entre ellas para simplificar procedimientos.

Art.11 La declaración de mercancía se considerará aceptada cuando se registre en el sistema informático autorizado por la dirección general.

La realización de dicho acto no implica avalar el contenido de la declaración ni limita las facultades de comprobación o fiscalización a posteriori de la autoridad aduanera. Es decir puede declararse las mercancías por medios informáticos si la dirección general lo autoriza aunque esto no implica que se pueda comprobar o fiscalizar dicha declaración por las autoridades aduaneras posteriormente.

Art. 13: Cuando el sistema informático determine que debe efectuarse una verificación inmediata de lo declarado, la autoridad aduanera deberá disponer la práctica de dicha diligencia dentro del mismo día de tal determinación. En este caso, para efectos de la verificación, el declarante deberá presentar ante la autoridad aduanera competente la declaración de mercancía y los documentos que la sustentan, los cuales serán archivados por las autoridades aduaneras. En este caso cuando determine el sistema informático una verificación de lo declarado lo deberá practicar la autoridad aduanera donde se presentaran los documentos necesarios.

4.6.3. LEY DE MERCADO DE VALORES

La presente ley regula la oferta pública de valores y a estos, sus transacciones, sus respectivos mercados e intermediarios y a los emisores, con la finalidad de promover el desarrollo eficiente de dichos mercados y velar por los intereses del público inversionista. El objeto de esta ley es regular el conjunto de sujetos intervinientes, su función, sus limitaciones, en el mercado de valores y además de velar por los derechos e intereses de las personas que intervienen en dicho mercado.

Art. 45 Las operaciones en una bolsa podrán realizarse de viva voz o por medio de sistemas de negociación electrónica...las operaciones se realizan de viva voz cuando los sujetos intervinientes están presentes mientras que los sistemas de negociación electrónica consisten en la participación de los sujetos intervinientes a través de la distancia mediante un ordenador.

Art. 69 “DESMATERIALIZACION” Los valores que se negocien en bolsa podrán ser títulos valores o valores desmaterializados; la existencia de estos últimos se comprobara mediante anotaciones electrónicas en cuenta por las cuales

podrá extenderse certificación por el encargado del registro electrónico el uso del registro electrónico, su procedimiento de operación e inscripción y las formalidades de su certificación, deberán ser previamente aprobados por la superintendencia, la que concederá la autorización para que operen. por ejemplo los títulos valores son aquellos que se encuentran regulados en el artículo 653 y siguientes del Código de Comercio. Los valores desmaterializados o anotados son una especie de valor representado por una anotación en cuenta. Los valores desmaterializados y anotados al igual que los títulos valor son una especie de valor.

La certificación emitida por el encargado del servicio electrónico será el documento probatorio de la existencia de los valores desmaterializados, así como los derechos inherentes a los mismos... el registro emitirá una certificación el cual será el documento probatorio que respaldara la existencia de los valores desmaterializados.

4.6.4. LEY DE ANOTACIONES ELECTRÓNICAS DE VALORES EN CUENTA

Esta ley fue creada para modernizar el mercado de valores en El Salvador y lograr una mayor proyección ante los inversionistas salvadoreños y extranjeros, ya que es indispensable que dicho mercado opere con base en leyes y sistemas tecnológicos avanzados para que las bolsas de valores y las centrales de depósitos y custodias de valores puedan operar eficientemente y con seguridad pasando del sistema tradicional de negociación de valores representados mediante papel a formas de representación de valores por medios electrónicos.

Art.1 Las anotaciones electrónicas en cuenta, representan valores negociables mobiliarios, incorporados a un registro electrónico y no a un documento. Su

creación, administración, y los demás actos que recaen sobre las mismas se regirán en su orden por esta ley y, en su defecto por la ley del mercado de valores, por las demás leyes mercantiles en lo que este de acuerdo a la naturaleza que es propia de las anotaciones electrónicas en cuenta y por los usos y costumbres bursátiles. Es decir la ley tiene por objeto regular las anotaciones electrónicas en cuenta, las cuales representan valores negociables muebles que se encuentran incorporados a un registro electrónico y no a un documento; además las anotaciones en cuenta se regulan por la ley de mercado de valores, por las demás leyes mercantiles y por los usos y costumbres bancarias que tengan que ver con la anotación electrónica en cuenta.

Inc.3 La representación por medio de anotaciones electrónicas en cuenta es obligatoria para los valores negociables en bolsa. Las acciones y los valores no agrupados en emisiones podrán representarse por medio de títulos o de anotaciones electrónicas en cuenta a voluntad del emisor. Los valores negociables en la bolsa son representados por medio de anotaciones electrónicas en cuenta además aquellos valores en una emisión específica podrán representarse por anotaciones electrónicas en cuenta.

Inc. 4 Toda sociedad podrá representar sus acciones por medio de anotaciones electrónicas en cuenta para efectos que sean negociadas en bolsa. Las acciones de la sociedad podrán ser representadas por estas a través de anotaciones electrónicas en cuenta.

Art.2 Se entenderá por:

c) Anotación electrónica de valores en cuenta: Nota contable efectuada en un registro electrónico de cuentas de valores llevado por una institución depositaria. Es constitutiva de la existencia de valores desmaterializados, así

como de las obligaciones de su emisor y de los derechos de su legítimo propietario.

- f) Registro electrónico de cuentas de valores: compilación de asientos contables relativos a la existencia de valores anotados y de los actos que los afecten.
- g) Registro electrónico de depósito de emisión: compilación de emisiones entregadas a la depositaria en depósito y administración. Documento electrónicamente los actos que crean modifican o extinguen una emisión de valores desmaterializados; y los actos que graven o afecten las anotaciones en cuenta que integran cada emisión. El registro de una emisión tiene como efectos habilitar a la depositaria para crear las anotaciones en cuenta correspondientes.

Art. 27 El Banco Central llevara un registro electrónico de emisiones y de cuentas de valor, en el cual podrá escribir los valores del Estado y del banco central, pudiendo delegar las anteriores funciones en una depositaria, en las condiciones que su consejo directivo determine.

Art.30 La depositaria deberá llevar un registro electrónico de deposito de emisión en que documentara las emisiones depositadas y los actos que modifiquen, afecten o extingan los aspectos jurídicos de la emisión.

4.6.5. ANALISIS DE LA LEY MODELO SOBRE EL COMERCIO ELÉCTRÓNICO DE LAS NACIONES UNIDAS

Ley modelo sobre comercio electrónico (CNUMDI)⁷⁰

Antes de entrar en materia es pertinente aclarar lo siguiente:

⁷⁰ Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUMDI), Resolución 51/162, Asamblea General, 16 de diciembre de 1996.

- La Ley modelo es apenas una "Ley marco" que habrá de reglamentarse, si así lo desea el Estado que incorpora, a través de un reglamento técnico.
- La CNUDMI busca darle validez a los documentos emitidos por medios electrónicos. Por lo tanto, desarrolla el criterio del "equivalente funcional" que consiste en darle a la documentación consignada por medios electrónicos un grado de seguridad equivalente al del papel, siempre y cuando se sigan ciertos requisitos técnicos y jurídicos.
- La CNUDMI considera que la Ley modelo tendrá el carácter de imperativa solo en determinadas materias y de supletiva frente a lo estipulado en la convención, respetando de esta manera las cláusulas pactadas en virtud de un contrato. Sin embargo, todo acuerdo de voluntades debe estar precedido por la observancia de ciertos requisitos de forma a los que se les llama el "mínimo aceptable".

Artículo 1. Ambito de aplicación*

*"La presente Ley** será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos utilizada en el contexto*** de actividades comerciales ****.*

** La Comisión sugiere el siguiente texto para los Estados que deseen limitar el ámbito de aplicación de la presente Ley a los mensajes de datos internacionales:*

La presente Ley será aplicable a todo mensaje de datos que sea conforme a la definición del párrafo 1) del artículo 2 y que se refiera al comercio internacional.

*** La presente ley no deroga ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor.*

**** La Comisión sugiere el siguiente texto para los Estados que deseen ampliar el ámbito de aplicación de la presente Ley:*

La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en las situaciones siguientes: [...].

***** El término "comercial" deberá ser interpretado ampliamente de forma que abarque las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de facturaje ("factoring"); de arrendamiento de bienes de equipo con opción de compra ("leasing"); de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera".*

Como puede verse, la comisión señalada no limitó el ámbito de aplicación de la norma a una definición específica de lo que puede entenderse por información; simplemente señaló que el ámbito de la Ley queda circunscrito al intercambio electrónico de datos por cualquier medio sin excluir otras formas de envío y recepción de datos que existan o lleguen a existir en los cuales no se use como soporte el papel.

También ofrece alternativas para que cada País restrinja o amplíe la Ley modelo a su proceso histórico; así por ejemplo sugiere:

- Que se aplique solo a los mensajes de datos internacionales.
- Que se diseñen excepciones al ámbito de aplicación, si ya se ha legislado sobre alguna materia.
- Que se amplíe la cobertura a las relaciones entre el Estado y particulares, haciendo que las entidades Públicas ingresen a este medio productivo.

Con relación al término "comercial" cabe precisar que este comprende toda la gama de operaciones que impliquen un acto mercantil con relación contractual o no.

Si bien a través de dicha normativa el ente representante se esmera en determinar que se entiende por comercial, no explica que *no lo es*, concepto igual de sustancial al primero. Con la liberación que se hace de este término se pone en la misma categoría a un contrato de distribución, con un contrato de compra de pornografía infantil por la red; o a un contrato de suministro de software con uno de catálogos para construcción de armas nucleares, tan populares hoy en Internet.

Aunque la CNUDMI señale que esta normatividad es apenas una "Ley marco" que no enfatiza en pormenores ni procedimientos, si desconoce claramente los alcances que tendría el "libertinaje" del comercio por la red pues en ella no hay limitaciones al material que se exhibe y que se adquiere.

Por lo tanto esa responsabilidad deberá recaer en cada País que incorpore a su derecho interno tal legislación.

Definiciones.

"Artículo 2. Definiciones

Para los fines de la presente Ley:

- a) Por "mensaje de datos" se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;*
- b) Por "intercambio electrónico de datos (EDI)" se entenderá la transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto;*
- c) Por "iniciador" de un mensaje de datos se entenderá toda persona que, a tenor del mensaje, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar ese mensaje antes de ser archivado, si éste es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a él;*
- d) Por "destinatario" de un mensaje de datos se entenderá la persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a él;*
- e) Por "intermediario", en relación con un determinado mensaje de datos, se entenderá toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él;*
- e) Por "sistema de información" se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos."*

En este caso, lo importante e innovador que se observa de esta disposición es el hecho de conceptualizar de forma clara los componentes básicos que operen

en el comercio electrónico, los cuales no están lejos de ser adaptados a nuestro sistema oficial.

Interpretación.

"Artículo 3. Interpretación

1) En la interpretación de la presente Ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional y la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.

2) Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente Ley y que no estén expresamente resueltas en ella serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira."

La esencia del artículo precedente, es el afán de las Naciones Unidas por conformar una legislación internacional uniforme sobre la materia, sin menoscabo de los aspectos particulares establecidos por la legislación local.

Modificación mediante acuerdo.

"Artículo 4. Modificación mediante acuerdo

1) Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre las partes que generan envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del capítulo III podrán ser modificadas mediante acuerdo.

2) Lo dispuesto en el párrafo 1) no afectará a ningún derecho de que gocen las partes para modificar de común acuerdo alguna norma jurídica a la que se haga referencia en el capítulo II".

Como se expresó en la parte introductoria de la Ley modelo, esta normatividad reconoce la importancia de solucionar cualquier tipo de controversia contractual a través de las cláusulas impuestas para tal fin.

Sin embargo este criterio no es ilimitado: En principio solo es aplicable a las disposiciones de la primera parte del capítulo III. El capítulo II por su parte, constituye "el mínimo aceptable" de los mensajes de datos, teniendo pues este articulado el carácter de derecho imperativo, siempre y cuando en ellas no se exprese lo contrario.

Requisitos jurídicos de los mensajes de datos.

"Capítulo II. Aplicación de los requisitos jurídicos a los mensajes de datos

Artículo 5. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.

No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos".

"Artículo 5 bis. Incorporación por remisión

(En la forma aprobada por la Comisión en su 31.º período de sesiones, en junio de 1998)

No se negarán efectos jurídicos, validez ni fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que no esté contenida en el mensaje de datos que se supone ha de dar lugar a este efecto jurídico, sino que figure simplemente en el mensaje de datos en forma de remisión."

El artículo 5 es un principio fundamental para la conformación de un comercio electrónico, pues se asemeja o ubica en un mismo nivel a los mensajes de datos

con los documentos consignados sobre el papel. Por lo tanto, el mensaje de datos tendrá plenos efectos jurídicos y fuerza vinculante en el campo probatorio.

Si bien esta la aclaración trata de atemperar la validez jurídica consignada en un mensaje de datos, su lectura deja un manto de confusión, porque a la larga no se establecen ciertos parámetros para determinar los alcances que en materia jurídica puede tener un mensajes de datos.

Sin embargo las dudas desaparecen con el artículo 5 bis, el cual reconoce la posibilidad de agregarle derechos, obligaciones y limitaciones al mensaje de datos a través de la "remisión".

Esta figura (remisión) es la posibilidad de aplicar ciertas disposiciones al mensaje de datos sin necesidad de incorporarlas íntegramente en el cuerpo del texto; En la práctica comercial de internet por ejemplo, quien se afilia a un correo electrónico efectúa todos los trámites de ingreso escribiendo su nombre, dirección, sobrenombre, clave, etc., aceptando los "términos y condiciones" del servicio por recibir los cuales se encuentran en un hipertexto⁷¹. De esta manera el proceso de afiliación no esta cargado de un gran contenido de información sino que la persona esté interesado en profundizar en la materia podrá hacerlo ingresando a la remisión. En todo caso para la seguridad del usuario este debe "copiar" la información proporcionada en cualquier medio material (impresión, diskette, compact disk, etc) para su uso posterior.

⁷¹ Recuérdese el concepto de "World Wide Web"

Uno de los objetivos de la "incorporación por remisión" es precisamente, la de eliminar la incertidumbre sobre las normas que rigen a un mensaje de datos dentro de tantas costumbres comerciales existentes en el mundo; Sin embargo es imperioso expresar que sobre ello hay que tener mucha cautela al permitir la "remisión" en los mensajes de datos pues las condiciones allí prescritas **no deben ir en contra de normas nacionales o atentar contra el consumidor.**, ya que en cualquier legislaciones diferentes a la nuestra las licencias de uso deben ser lo suficientemente claras, para mejorar la ilustración del usuario pues de no hacerlo así se atentaría contra los derechos de este, al existir omisión en la declaración de las bases de la licencia.

La CNUDMI enumera tres condiciones que se aplican en algunas jurisdicciones para que se reconozca el concepto de incorporación por remisión:

" a) La cláusula de remisión se inserta en el mensaje de datos;

b)El documento de referencia, y concretamente sus condiciones generales, son conocidos realmente por la parte contra la que pueda esgrimirse el documento de referencia y;

c) El documento de referencia es aceptado, además de ser conocido, por dicha parte".

"Artículo 6. Escrito

1) Cuando la ley requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos si la información que éste contiene es accesible para su ulterior consulta.

2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito.

3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]."

Esta normatividad trata de emitir "equivalentes funcionales" a algunas de las funciones tradicionales del Derecho. El uso del papel por ejemplo requiere el diseño de estructuras que puedan asimilarse a éste y que incluso ofrezcan mayor seguridad al usuario.

La Comisión de las Naciones Unidas indicó que algunas de las razones por las cuales se acostumbra a presentar un documento por escrito son: el soporte probatorio, dejar constancia de la intención de las partes, facilitar la conservación de los datos en forma visible, facilitar las tareas de control y determinar el nacimiento o fenecimiento de una obligación. Sin embargo con la introducción de la tecnología debe considerarse al "escrito" como un requisito de forma de poca jerarquía, frente a otros más estrictos como la escritura pública por ejemplo.

Dentro de este contexto, el mensaje de datos cumple con dicha función siempre y cuando éste sea susceptible de leerse en "ulterior consulta". Lo anterior significa que la información debe poder leerse y conservarse dentro de un programa que permita la legibilidad del material, empleando para ello las formas de copiar que antes se mencionan.

Finalmente puede observarse, que la Ley modelo deja en libertad a los Estados para que éstos planteen las excepciones que a bien consideren. Dependiendo de la situación a la cual se aplique.

Firma.*"Artículo 7. Firma*

1) Cuando la ley requiera la firma de una persona, ese requisito quedará satisfecho en relación con un mensaje de datos:

a) Si se utiliza un método para identificar a esa persona y para indicar que esa persona aprueba la información que figura en el mensaje de datos; y

b) Si ese método es tan fiable como sea apropiado para los fines para los que se generó o comunicó el mensaje de datos, a la luz de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.

2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no exista una firma.

3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]"

Como dijimos en la explicación del artículo anterior, existen diferentes grados de solemnidad dentro de los documentos; para el caso del comercio electrónico el mínimo aceptable es que el documento se suscriba por escrito, y será otro tanto si se requiere la firma de las partes para quedar perfeccionado.

Al respecto dice la CNUDMI, que las funciones básicas de la firma son: *"la identificación del autor y la confirmación de que el autor aprueba el contenido del documento"*, es decir, identifica al iniciador de un mensaje de datos y confirma que aprueba lo consignado en el documento.

La manera para adelantar esa operación supone la implementación de métodos confiables para ambas partes; la Ley Modelo no hace mención de cuales podrían

usarse (como si lo hizo la Ley Colombiana), pero recalca en que, dependiendo del grado de seguridad que ofrezca uno u otro método, la legislación interna de cada Estado deberá catalogarlo entre más o menos solemne dependiendo del grado de confiabilidad que ofrezca.

Sin embargo aclara que, como el artículo 7 no hace distinción si se debe aplicar a relaciones contractuales o no, éste debe considerarse ***"como una norma mínima de autenticación para los mensajes de datos intercambiados en ausencia de una relación contractual previa"***, dándole a estas transacciones un grado de seguridad.

Nótese que la definición de "firma" no aparece en ninguna parte y mucho menos la de "firma digital"; a este respecto vale la pena señalar que las Naciones Unidas adelanta "El proyecto de Régimen Uniforme para las Firmas Electrónicas"⁷² con el cual se pretende formular una normatividad mundial sobre este medio de seguridad y autenticidad.

He aquí la opinión de CNUDMI⁷³ acerca de la firma digital:

"1.31 Suscriptor

1) es la persona nombrada o identificada en un certificado expedido para ella, y que dispone de una clave privada que corresponde a una clave pública consignada en ese certificado."

Son pues "suscriptores" todas las personas naturales o jurídicas que solicitan una

⁷² Los términos "firma digital" y "firma electrónica" son sinónimos.

⁷³ Grupo de Trabajo sobre Comercio Electrónico, Viena, 35 Período de Sesiones.- "Proyecto de régimen uniforme para las firmas electrónicas"

firma digital ante una entidad de certificación y sobre éstas es que dichas entidades deberán emitir las constancias o certificaciones en uso de la firma digital.

Consideramos que no obstante no esta regulado, debe llevarse un registro por cada entidad certificadora así como de los actos que estas realicen, en afán de garantizar las operaciones de aquellas y frente a terceros .

El original.

"Artículo 8. Original

1) Cuando la ley requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos:

a) Si existe alguna garantía fidedigna de que se ha conservado la integridad de la información a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos o en alguna otra forma;

b) De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona a la que se deba presentar.

2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no sea presentada o conservada en su forma original.

3) Para los fines del inciso a) del párrafo 1):

a) La integridad de la información será evaluada conforme al criterio de que haya permanecido completa e inalterada, salvo la adición de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de su comunicación, archivo o presentación; y

b) El grado de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias del caso.

4) *Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]."*

El término "original" es uno de los mayores obstáculos en el comercio electrónico pues, en principio, el destinatario de un mensaje de datos siempre recibe copia del documento enviado por el emisor.

Así por ejemplo los documentos originales son de vital importancia para los títulos valores, pues sólo el original, contiene la obligación clara, expresa, exigible y en caso de incumplirse, con la exhibición del título original, podrá constreñirse al incumplido al pago.

También son relevantes para el derecho probatorio, el hecho de exigirse la presentación de documentos originales para que sirvan prueba en un juicio.

Señala la Comisión de la CNUDMI que el fin de un "original" es: *"reducir las posibilidades de que hayan sido alterados (los documentos) cosa que sería difícil detectar en copias"*. Esta situación se agrava si se tiene en cuenta que los documentos emitidos por Internet son más proclives a ser alterados, por el mismo hecho de ser configurados dentro de programas que permiten hacer modificaciones a los textos arbitrariamente, en todo caso es de hacer notar que debe existir previamente a la introducción de la información un programa protegido por parte de las entidades certificadoras para darle certeza a los usuarios de los mismos

Por tanto, las normas del artículo 8 deben considerarse de **carácter imperativo** en la medida en que cada Estado le dé ese carácter a las normas que regularmente aplica para los documentos originales manuscritos.

Así pues, serán documentos originales aquellos en los que exista una garantía de la integridad de la información, (que ésta no haya sido consignada con lagunas o haya sido modificada una vez generada por primera vez), la cual se surte mediante un método de autenticación; ese mismo método seguirá el criterio de la inalterabilidad, salvo la adición de algún cambio inherente al documento o proceso de comunicación (endosos o autenticaciones por ejemplo)⁷⁴.

Debe tenerse en cuenta que la oración "se ha conservado la integridad de la información a partir del momento en que se generó por primera vez en forma definitiva", hace referencia a que los medios de seguridad deben ofrecer garantía de inviolabilidad del paso de un documento manuscrito a mensaje de datos; sin embargo esto no incluye la integridad de los borradores que eventualmente se elaboraron antes de producirse el documento definitivo.

Fuerza probatoria de los mensajes de datos.

"Artículo 9. Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos

1) En todo trámite legal, no se dará aplicación a regla alguna de la prueba que sea óbice para la admisión como prueba de un mensaje de datos:

a) Por la sola razón de que se trate de un mensaje de datos; o

b) Por razón de no haber sido presentado en su forma original, de ser ese mensaje la mejor prueba que quepa razonablemente esperar de la persona que la presenta.

2) Toda información presentada en forma de mensaje de datos gozará de la debida fuerza probatoria. Al valorar la fuerza probatoria de un mensaje de datos

⁷⁴ En los documentos manuscritos, la firma del notario que da fe de la autenticidad de un documento, no se considera violatoria de la originalidad del mismo. Cuando a un documento electrónico se le añada un certificado en el que conste la "originalidad" del mismo, no se considerará que dicha adición vulnere su carácter de original, la cual es garantizada por la entidad certificadora.

se habrá de tener presente la fiabilidad de la forma en la que se haya generado, archivado o comunicado el mensaje, la fiabilidad de la forma en la que se haya conservado la integridad de la información, la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente".

Con este artículo la CNUDMI quiere reafirmar la validez de los mensaje de datos, esta vez en el campo probatorio.

Es palmario que si a los documentos electrónicos "no se les negará efectos jurídicos, validez ni fuerza obligatoria", éstos podrán exhibirse como prueba en un juicio. Con todo, se plantean algunos tecnicismos en el campo probatorio que vale la pena examinar:

- a) Toda disposición que sea contraria a este precepto se dará por no escrita.
- b) Se rompe con el esquema de la "originalidad" de la prueba, siempre y cuando ésta, sea determinante en la solución de un caso.
- c) La tarifa legal de la prueba esta condicionada: a la fiabilidad en la forma en que se generó el mensaje de datos y a los medios de seguridad que se utilizaron para conservar la integridad de la información.

Conservación de los mensajes de datos.

"Artículo 10. Conservación de los mensajes de datos

1) Cuando la ley requiera que ciertos documentos, registros o informaciones sean conservados, ese requisito quedará satisfecho mediante la conservación de los mensajes de datos, siempre que se cumplan las condiciones siguientes:

- a) *Que la información que contengan sea accesible para su ulterior consulta; y*

b) Que el mensaje de datos sea conservado con el formato en que se haya generado, enviado o recibido o con algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida; y

c) Que se conserve, de haber alguno, todo dato que permita determinar el origen y el destino del mensaje, y la fecha y la hora en que fue enviado o recibido.

2) La obligación de conservar ciertos documentos, registros o informaciones conforme a lo dispuesto en el párrafo 1) no será aplicable a aquellos datos que tengan por única finalidad facilitar el envío o recepción del mensaje.

3) Toda persona podrá recurrir a los servicios de un tercero para observar el requisito mencionado en el párrafo 1), siempre que se cumplan las condiciones enunciadas en los incisos a), b) y c) del párrafo 1)".

No es extraño, aun en las operaciones efectuadas en papel, que algunos documentos deben ser conservados, bien por quienes los emiten o por quienes los reciben; en materia contable por ejemplo, es necesario guardar los soportes de las transacciones que efectúe la empresa tales como facturas, vales, actas, etc.

Con este ánimo el artículo 10 establece unas reglas sobre el resguardo del mensaje de datos, las cuales quedan satisfechas, así:

1. El inciso a) conserva las apreciaciones formuladas en el artículo 6 de la Ley modelo (Documento escrito), es decir, que se pueda acceder a la información posteriormente para su consulta.

2. El inciso b) señala que no es necesario conservar esa información para el

archivo en el mismo formato⁷⁵ en que se produjo⁷⁶ siempre y cuando esa información archivada, posteriormente, pueda reproducirse con la misma exactitud en que se envió o recibió.

3. El inciso c) precisa que otra información debe archivar además del mensaje de datos pues ésta puede resultar vital para identificarlo; dentro de este contexto está la "información que contiene los datos de transmisión del mensaje".

(Haga de cuenta el comprobante de verificación que le da un fax cuando a mandado un documento o la constancia de apertura de un e-mail que le envía el buzón electrónico). Estos datos de transmisión son claves para determinar si la persona a quien se envía recibió o no.

4. Sin embargo precisa el numeral 2 que no se deben conservar aquellos datos cuya única finalidad sea "facilitar el envío o recepción de un mensaje". Hay ciertos protocolos internos de comunicaciones que nada tienen que ver con el mensaje de datos sino que hacen parte del procedimiento intrínseco de la comunicación; estos datos es a los que se refiere la CNUDMI que no deben conservarse.

5. Finalmente estas reglas de conservación de documentos pueden ser adelantadas, a nombre del titular, por un tercero que preste ese servicio.

⁷⁵ Existen diferentes medios de almacenamiento de información: a) Diskette b) "Tape Backup's: o cintas magnéticas. c) Unidades "Worm": o quemadores de CD-ROM d) Magneto-opticos. El uso de uno o de otro depende del volumen de archivo que se tenga.

⁷⁶ A su vez se podrán implementar diferentes formatos para almacenar la información en los medios mencionados arriba: "winzip", "pkzip" o "cabinets" son apenas algunos de ellos. La característica más importante, tanto de los medios de almacenamiento como de los formatos de almacenamiento, es que éstos no modifican la información en ellos contenida.

Contratos.

"Capítulo III. Comunicación de los mensajes de datos

Artículo 11. Formación y validez de los contratos

1) En la formación de un contrato, de no convenir las partes otra cosa, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de datos.

2) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]."

La Ley Mundial en la normatividad que hemos estudiado hasta el momento, ha querido reconocer la validez jurídica a los mensajes; sin embargo recaían algunas dudas frente a la manifestación de la voluntad a través de una terminal informática.

Reconocimiento de las partes de los mensajes de datos.

"Artículo 12. Reconocimiento por las partes de los mensajes de datos

1) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de un mensaje de datos, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos.

2) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]."

Esta norma es un avance dentro de la órbita contractual pues le da plena validez a los mensajes de datos que eventualmente se puedan transmitir entre las partes a

efecto de cumplir alguna obligación derivada del contrato. La CNUDMI pone como ejemplos: "La notificación dada de algún defecto en las mercancías, una oferta de pago, la notificación del lugar en el que se daría cumplimiento al contrato, el reconocimiento de una deuda".

Sin embargo en nuestro humilde entender también le ofrece validez jurídica a otros mensajes de datos que no necesariamente están envueltos dentro un contrato sino que implican una manifestación unilateral de la voluntad. Así por ejemplo, la notificación que adelanta un juzgado a las partes sobre un proceso, tendrá plena validez si se hace por medio de e-mail o fax.

Finalmente la Ley Modelo ofrece con el numeral 2, el medio idóneo para limitar el uso del artículo en el Derecho interno de cada País.

Atribución de los mensajes de datos.

"Artículo 13. Atribución de los mensajes de datos

- 1) Un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado por el propio iniciador.*
- 2) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, se entenderá que un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado:*
 - a) Por alguna persona facultada para actuar en nombre del iniciador respecto de ese mensaje; o*
 - b) Por un sistema de información programado por el iniciador o en su nombre para que opere automáticamente.*

3) *En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que un mensaje de datos proviene del iniciador, y a actuar en consecuencia, cuando:*

a) Para comprobar que el mensaje provenía del iniciador, el destinatario haya aplicado adecuadamente un procedimiento aceptado previamente por el iniciador con ese fin; o

b) El mensaje de datos que reciba el destinatario resulte de los actos de una persona cuya relación con el iniciador, o con algún mandatario suyo, le haya dado acceso a algún método utilizado por el iniciador para identificar un mensaje de datos como propio.

4) *El párrafo 3) no se aplicará:*

a) A partir del momento en que el destinatario haya sido informado por el iniciador de que el mensaje de datos no provenía del iniciador y haya dispuesto de un plazo razonable para actuar en consecuencia; o

b) En los casos previstos en el inciso b) del párrafo 3), desde el momento en que el destinatario sepa, o debiera saber de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el mensaje de datos no provenía del iniciador.

5) *Siempre que un mensaje de datos provenga del iniciador o que se entienda que proviene de él, o siempre que el destinatario tenga derecho a actuar con arreglo a este supuesto, en las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que el mensaje de datos recibido corresponde al que quería enviar el iniciador, y podrá actuar en consecuencia. El destinatario no gozará de este derecho si sabía, o hubiera sabido de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido,*

que la transmisión había dado lugar a algún error en el mensaje de datos recibido.

6) El destinatario tendrá derecho a considerar que cada mensaje de datos recibido es un mensaje de datos separado y a actuar en consecuencia, salvo en la medida en que duplique otro mensaje de datos, y que el destinatario sepa, o debiera saber de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el mensaje de datos era un duplicado".

El artículo 13 no es más que una prolongación del artículo 5 de la Ley modelo; aquí se resuelven las controversias que se pueden presentar con la emisión o recepción de un mensaje de datos.

Como primera medida, recuerda la presunción de responsabilidad que existe entre quien envía un mensaje de datos y el contenido del mismo, siempre y cuando el mensaje lo origine el interesado, una persona facultada para hacerlo o un sistema programado automáticamente para que responda

Igualmente supone el destinatario que el emisor ha emanado el mensaje de datos cuando: El destinatario usó un procedimiento previamente acordado que certificó el envío o se usó otro método distinto aceptado por el iniciador.⁷⁷

Nótese muy bien que el destinatario podrá presumir quien fue el emisor, siempre y cuando el iniciador no informe que ese mensaje de datos no es suyo o hasta el momento en que no sepa o no deba saber el emisor que el mensaje de datos efectivamente no le pertenece⁷⁸; de esta manera se respeta el derecho a la defensa

⁷⁷ Los "métodos distintos aceptados por el iniciador", pueden ser constancias emitidas por un tercero que no tiene que estar vinculado necesariamente con las partes.

⁷⁸ El segundo caso "Hasta el momento en que sepa o deba saber que el mensaje de datos no es suyo", se refiere al caso de la emisión de mensajes a través de sistemas automáticos programados para ello. Aquí el iniciador solo sabrá de la emisión de un mensaje de datos, cuando revise el sistema operativo.

del emisor que puede ser encartado por un documento emitido fraudulentamente y que no es de su autoría.

Sin embargo las excepciones a las que tiene derecho el emisor no son absolutas: la respuesta del iniciador que indica que el mensaje no es suyo, **no anula retroactivamente el mensaje original y mucho menos los efectos que se deriven de él hasta ese momento.** Tampoco procederán las excepciones cuando el destinatario haya verificado la autenticidad del mensaje a través de una entidad de certificación.

El numeral 5 del artículo 10 impide la desautorización del mensaje enviado por el emisor a no ser que el destinatario haya actuado con culpa leve.

Finalmente el numeral 6, se refiere al envío por duplicado de un mensaje de datos por error. En esa situación se recurre a la sana crítica del destinatario, el cual diferenciará un mensaje duplicado de otro separado de una transmisión original.

Acuse de recibo.

"Artículo 14. Acuse de recibo

1) Los párrafos 2) a 4) del presente artículo serán aplicables cuando, al enviar o antes de enviar un mensaje de datos, el iniciador solicite o acuerde con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos.

2) Cuando el iniciador no haya acordado con el destinatario que el acuse de recibo se dé en alguna forma determinada o utilizando un método determinado, se podrá acusar recibo mediante:

a) Toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o

b) Todo acto del destinatario,

que basten para indicar al iniciador que se ha recibido el mensaje de datos.

3) *Cuando el iniciador haya indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se considerará que el mensaje de datos no ha sido enviado en tanto que no se haya recibido el acuse de recibo.*

4) *Cuando el iniciador no haya indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, si no ha recibido acuse en el plazo fijado o convenido o no se ha fijado o convenido ningún plazo, en un plazo razonable el iniciador:*

a) *Podrá dar aviso al destinatario de que no ha recibido acuse de recibo y fijar un plazo razonable para su recepción; y*

b) *De no recibirse acuse dentro del plazo fijado conforme al inciso a), podrá, dando aviso de ello al destinatario, considerar que el mensaje de datos no ha sido enviado o ejercer cualquier otro derecho que pueda tener.*

5) *Cuando el iniciador reciba acuse de recibo del destinatario, se presumirá que éste ha recibido el mensaje de datos correspondiente. Esa presunción no implicará que el mensaje de datos corresponda al mensaje recibido.*

6) *Cuando en el acuse de recibo se indique que el mensaje de datos recibido cumple con los requisitos técnicos convenidos o enunciados en alguna norma técnica aplicable, se presumirá que ello es así.*

7) *Salvo en lo que se refiere al envío o recepción del mensaje de datos, el presente artículo no obedece al propósito de regir las consecuencias jurídicas que puedan derivarse de ese mensaje de datos o de su acuse de recibo".*

Observando la Comisión de la CNUDMI la práctica comercial electrónica, encontró pertinente abordar los procedimientos de acuse de recibo.

El numeral 2 del artículo 14 busca darle a cualquier comunicación o acto del destinatario carácter de acuse de recibo, siempre y cuando no se haya convenido nada entre las partes.

Por su parte el numeral 3 crea una ficción legal a través de la cual, el iniciador condiciona los efectos de su mensaje de datos al acuse de recibo del destinatario; es decir, se presumirá que ha sido recibido una vez el destinatario conteste. Es importante señalar que esta figura se aplica sin que necesariamente el iniciador fije un plazo; la falta de contestación por parte del destinatario implica la ausencia de cualquier nexo entre emisor y receptor.

El caso contrario exige más detenimiento, que es lo que contempla el numeral 4: el iniciador pide un acuse de recibo, pero **no** señala expresamente que la ausencia de respuesta por parte del destinatario hace que el mensaje de datos no tenga efectos. La comisión pone como ejemplo, el caso de un iniciador de una oferta que no ha recibido acuse de recibo por parte del cliente al cual hizo su ofrecimiento. ¿En que momento el oferente puede liberarse de ese primer cliente y ofrecer a otro su negocio?

Aquí la norma ofrece dos alternativas: Avisar al destinatario que no ha recibido el acuse de recibo y fijar un plazo para que conteste; o de no recibir contestación el emisor en dicho plazo, enviará aviso al destinatario y se entenderá que el mensaje de datos no produjo efectos.

Este procedimiento solo recae en cabeza del iniciador y podrá adelantarlo el destinatario en ningún caso.

El numeral 5 del artículo 14 de la Ley Modelo presume que cuando el iniciador recibe acuse de recibo el destinatario recibió el mensaje de datos.

Este párrafo tiene mucha importancia sobre todo en relaciones que no están dentro del ámbito contractual o comercial, pero que requieren un documento en el que conste que la información fue efectivamente recibida. Sin embargo el acuse de recibo de un mensaje no garantiza la inalterabilidad de la información contenida en él; en ese caso se rige por lo estipulado en el numeral 5 del artículo 13 de la Ley Modelo.

El numeral 6 esta orientado para los documentos que contienen una información técnica; si el acuse de recibo expresa que el mensaje de datos recibido puede ser procesado por una terminal, se presumirá que el mensaje es estructuralmente correcto.

Finalmente el numeral 7 señala que el artículo en cuestión solo tendrá efectos jurídicos sobre los mensajes catalogados como "acuse de recibo"; los demás se regirán por las normas de los mensajes de datos.

Tiempo, lugar del envío y recepción de un mensaje de datos.

"Artículo 15. Tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos

1) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando entre en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre del iniciador.

2) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el momento de recepción de un mensaje de datos se determinará como sigue:

a) Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensajes de datos, la recepción tendrá lugar:

i) En el momento en que entre el mensaje de datos en el sistema de información designado; o

ii) De enviarse el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información designado, en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos;

b) Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar al entrar el mensaje de datos en un sistema de información del destinatario.

3) El párrafo 2) será aplicable aun cuando el sistema de información esté ubicado en un lugar distinto de donde se tenga por recibido el mensaje conforme al párrafo 4).

4) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente párrafo:

a) Si el iniciador o el destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal;

b) Si el iniciador o el destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual.

5) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]"

El artículo 15 de la Ley Mundial es sin lugar a dudas, una de las disposiciones más trascendentales en el ámbito del comercio electrónico Internacional. Esta

norma busca "*dejar constancia de que la ubicación de los sistemas de información es diferente y prevé un criterio más objetivo, a saber, el establecimiento de las partes*".

Para entender algunos conceptos es pertinente definir los siguientes términos:

- Expedición: Consiste en el ingreso de un mensaje de datos a un servidor que no esta bajo el control del iniciador o quien lo represente⁷⁹.
- Recepción: es el ingreso del mensaje de datos en el sistema por designado por el destinatario⁸⁰.

Así las cosas en principio, la expedición y recepción de un mensaje de datos se da en un mismo momento, salvo que el mensaje haya sido enviado a un sistema que el destinatario **no** haya designado; en este caso se entenderá que el destinatario recibió cuando recupere el mensaje de datos (inciso segundo, numeral 2, artículo 15 Ley Modelo).

La norma mundial no quiso entrar a formular soluciones si el mensaje de datos procesado por un sistema se recibió en forma inteligible o no; simplemente estimó que no podía crear requisitos aun mayores a los previstos para los mensajes escritos⁸¹.

El numeral 4 del artículo 15 regula el lugar de recepción de un mensaje de datos. Debe partirse de la base que, generalmente, el destinatario y el servidor de un

⁷⁹ Técnicamente la "expedición" de un mensaje de datos esta compuesta por: Un iniciador que es la persona que redacta el mensaje de datos y un servidor (escogido por el iniciador). Una vez el iniciador envía el documento al "servidor transmisor", éste validará la dirección y ubicará el "servidor receptor" (designado por el destinatario). Ocurrido lo anterior el "servidor transmisor" recibe del "servidor receptor" un broadcast (mensaje de confirmación corta), indicando que el mensaje fue recibido completo y sin daños. De acuerdo con todo lo anterior un mensaje de datos se entenderá "expedido" cuando el "servidor transmisor" valida la dirección y ubica el mensaje en el ser "servidor receptor" completo y sin daños.

⁸⁰ En concordancia con la nota al pie anterior, el destinatario "recibirá" un mensaje cuando el documento ingrese al "servidor receptor" designado a él.

⁸¹ El fin fundamental de un mensaje es el comunicar una idea, opinión, concepto, etc. Si un mensaje es "ininteligible" no produce efectos porque no cumple con su labor primordial de expresar algo. En ese caso el receptor podrá solicitar al emisor que aclare lo señalado en su mensaje.

mensaje de datos no se encuentran en el mismo sitio y por ende **en distinta jurisdicción**. Así por ejemplo, Pedro que vive en San Salvador, espera que le envíen un contrato de compraventa a su e-mail que se encuentra en la página de correo de Internet hotmail.com cuyo servidor se encuentra ubicado en Los Angeles. La empresa X establecida en Hong Kong, envía efectivamente el contrato al e-mail de Pedro. ¿Dónde se recibió el contrato?

Sobre el particular la Ley Mundial presume, que el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento; y se tendrá por recibido el mensaje de datos en el lugar donde esté establecido el destinatario. Si las partes no tienen establecimiento se tendrá en cuenta su residencia habitual.

Luego el sistema de información (o servidor) no es determinante al momento de considerar la jurisdicción del mensaje de datos.

Comercio electrónico en materias específicas.

"Capítulo I. Transporte de mercancías

Artículo 16. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías

Sin perjuicio de lo dispuesto en la parte I de la presente Ley, el presente capítulo será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea exhaustiva:

- a)i) indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías;*
- ii) declaración de la índole o el valor de las mercancías;*

- iii) emisión de un recibo por las mercancías;*
- iv) confirmación de haberse completado la carga de las mercancías;*
- b) i) notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato;*
 - ii) comunicación de instrucciones al portador;*
- c) i) reclamación de la entrega de las mercancías;*
 - ii) autorización para proceder a la entrega de las mercancías;*
 - iii) notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido;*
- d) cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato;*
- e) promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega;*
- f) concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías;*
- g) adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato"*

El artículo 16 de la Ley Modelo, buscan crear reglas especiales sobre determinados actos de comercio electrónico en los cuales esta involucrado el mensaje de datos como portador de información.

Sin embargo esta normatividad por ser especial no excluye las normas examinadas anteriormente. La presunción de legalidad del documento

electrónico, los medios de seguridad para transmisión de información (firma digital, certificación de documentos) entre otros, son materias aplicables a los actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías que se efectúen por comercio electrónico.

La CNUDMI quiso que la norma no excluyera ningún documento de transporte por lo que aclara que la remisión es apenas enunciativa; en caso contrario el Legislador podrá excluir cualquier documento de transporte a través del numeral 7 del artículo 17.

Documentos de transporte.

"Artículo 17. Documentos de transporte

1) Con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 3), en los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el artículo 16 se lleve a cabo por escrito o mediante un documento que conste de papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.

2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no se lleve a cabo el acto por escrito o mediante un documento.

3) Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiriera alguna obligación, y la ley requiera que, para que ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío, o la utilización, de un documento, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la obligación se transfiere mediante la utilización de uno o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método fiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.

4) *Para los fines del párrafo 3), el nivel de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se transfirió el derecho o la obligación y de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.*

5) *Cuando se utilicen uno o más mensajes de datos para llevar a cabo alguno de los actos enunciados en los incisos f) y g) del artículo 16, no será válido ningún documento utilizado para llevar a cabo cualquiera de esos actos, a menos que se haya puesto fin al uso de mensajes de datos para sustituirlo por el de documentos. Todo documento que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración a tal efecto. La sustitución de mensajes de datos por documentos no afectará a los derechos ni a las obligaciones de las partes.*

6) *Cuando se aplique obligatoriamente una norma jurídica a un contrato de transporte de mercancías que esté consignado, o del que se haya dejado constancia, en un documento, esa norma no dejará de aplicarse a un contrato de transporte de mercancías del que se haya dejado constancia en uno o más mensajes de datos por razón de que el contrato conste en ese mensaje o esos mensajes de datos en lugar de constar en un documento.*

7) *Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]"*

Como puede entenderse de la lectura de la norma, el transporte de mercancías es apenas un caso en el que se aplican las normas sobre comercio electrónico.

En la primera parte del artículo 17 se siguen los preceptos consignados en el artículo 6 referentes a la información que conste por escrito; así el equivalente funcional del papel, será el mensaje o mensajes de datos en los que consten los derechos y obligaciones de las partes. De la misma manera no solo se sustituye el

contrato de transporte sino los demás actos que pueden desprenderse a consecuencia de él, como los endosos, notificaciones, recibos, autorización de entrega de mercancías, etc.

La CNUDMI quiso hacer énfasis en que el acto mercantil podrá llevarse a cabo con uno o más mensajes de datos, aclara la Comisión, que la transmisión de derechos u obligaciones no tiene que efectuarse necesariamente por "un solo mensaje", como si puede ocurrir en el papel, que la entrega de un solo documento genera todos los efectos.

Por otra parte los numerales 3 y 4 buscan asegurar la titularidad del derecho en una persona⁸², Es decir, que se garantice la singularidad del derecho en cabeza de un individuo mediante un dispositivo que así lo exprese (firma digital, certificación), sin excluir los métodos que a bien tengan fijar las partes.

El numeral 5 hace una excepción con los actos de concesión, adquisición, renuncia y demás en los cuales se negocie algún derecho sobre mercancías; y con los adquisición de derechos y obligaciones con arreglo al contrato (Literales f y g, artículo 16, Ley Modelo). Con el particular se pretende asegurar que un mensaje de datos no sea copiado o se usen dos medios de comunicación para el mismo fin (escrito y electrónico).

Señala también, que las partes podrán poner fin al uso de mensajes de datos **siempre y cuando lo pacten** y sin perjuicio de retornar nuevamente a ellos del

⁸² Sin embargo esto no implica que dos ó más personas puedan ser titulares de las mercancías.

mismo modo. El hecho que un acto mercantil electrónico sea sustituido por un documento en papel, no afecta en nada los derechos u obligaciones contenidos en él.

Existen algunas normas jurídicas que son de obligatoria observancia en los contratos de transporte⁸³. Por lo tanto el numeral 6 del artículo 17 aclara, que por el solo hecho de encontrarse el contrato de marras en uno o más mensajes de datos, no significa que dichas normas no estén contenidas en él.

⁸³ La CNUDMI pone como ejemplo las reglas de la Haya y de la Haya-Visby, las cuales son de obligatorio cumplimiento en los contratos de transporte marítimo internacionales.

CAPITULO V

EFFECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

5.1. Consecuencias Jurídicas.

5.1.1. Generalidades

El supuesto Jurídico es la hipótesis de cuya realización dependen las consecuencias establecidas por la norma.⁸⁴ La definición que antecede revela el carácter necesario del nexo entre la realización de la hipótesis y los deberes y derechos que el precepto respectivamente impone y otorga. Las consecuencias a que da origen la producción del supuesto, pueden consistir en el nacimiento, la transmisión, la modificación o la extinción de facultades y obligaciones; de ahí que, la sistemática jurídica establece que la jurisprudencia en su aspecto teórico, es una disciplina nomográfica cuyo objeto estriba en exponer, de manera ordenada y coherente, las disposiciones consuetudinarias, jurisprudenciales y legales, que integran cada sistema jurídico, tal exposición clasifica las disposiciones mencionadas en atención a su contenido; históricamente los juristas romanos fueron los primeros en abordar el problema, y a ellos se debe la división, generalmente aceptada todavía, que separa los preceptos jurídicos en normas de derecho público y de derecho privado. Estas dos ramas son luego subdivididas en disciplinas especiales: El Derecho Público en Constitucional, Administrativo, Penal y Procesal; el Privado en Civil y “Mercantil”.

El comercio como tal, se encuentra regulado por el Derecho Privado a través del Derecho Mercantil.

⁸⁴ García Máñez, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho. 35ª Edición, Ed. Porrúa Buenos Aires, Pág. 172

5.1.2 Consecuencias jurídicas y/o efectos jurídicos del comercio electrónico

El comercio electrónico en Internet presenta muchos problemas, el más notable es el de la seguridad, pero también puede citarse la falta de regulación y el ambiente un tanto anárquico de la Internet.

El comercio electrónico en Internet crea "mercados más perfectos". La fantasía del mercado perfecto es cada vez menos utópica. Esto presenta, obviamente grandes amenazas para empresas con muchos años de operar en mercados afectados por grandes distorsiones (arancelarias, geográficas, u otras). También se presentan nuevas oportunidades para empresas jóvenes con buena infraestructura tecnológica, sobre todo si cuenta con ejecutivos imaginativos y emprendedores.

Entre los principios que informan el comercio electrónico tenemos:

Confidencialidad: Al haberse cifrado la información transmitida se garantiza que la misma no pueda ser interferida por un tercero mientras viaja por la red, permitiendo sólo la lectura a los destinatarios del mismo.

Integridad: Mediante el encriptado de mensajes se garantiza que la información recibida no ha sido violada ni modificada por cualquier tercero.

No repudio: Una vez recibido el mensaje por el destinatario del mismo, éste no podrá repudiarlo.

La privacidad la tecnología, y en concreto la criptografía, ofrece las herramientas necesarias para la protección férrea de la información almacenada en las bases de datos corporativas, información como listas de clientes, sus datos personales y de pago, listas de pedidos, etc. Existen muchas técnicas de control de acceso que hábilmente implantadas garantizan el acceso a la información confidencial exclusivamente a aquellos usuarios autorizados para ello. Ahora

bien, se han producido incidentes de servidores comerciales que almacenaron esta clase de información sensible ¡en archivos accesibles vía web por cualquier navegante! Por lo tanto, aunque la criptografía provee de medios aptos, depende en última instancia de la empresa el nivel de compromiso que adopte respecto a la seguridad de los datos que conserva en sus ficheros y su política de control de acceso. Así pues, éste es un temor bien presente y sin fácil respuesta. La tecnología nada tiene que decir si un comerciante decide vender su información a terceros. La delgada línea que protege la privacidad del usuario está constituida en este caso por la integridad moral de la empresa.

La autenticación, la criptografía viene de la mano de los certificados digitales. La tecnología de certificación está suficientemente madura como para autenticar adecuadamente a las partes involucradas en una transacción. La más comúnmente utilizada es SSL y a pesar de la tan vapuleada limitación criptográfica fuera de Norteamérica de claves débiles de 40 bits, lo cierto es que a la hora de autenticar a las partes, principalmente al servidor, SSL funciona satisfactoriamente. Otro asunto es si asegura o no la confidencialidad, cuestión más que dudosa, si se tiene en cuenta que una clave de 40 bits se rompe en cuestión de horas, con lo que los datos por ella protegidos quedan al descubierto rápidamente. Otras tecnologías emergentes, ofrecen mucha mayor confianza en este campo y, de paso, dan solución al primer problema de la privacidad, ya que permite autenticar a las partes involucradas en la transacción de manera completamente segura. Su mecanismo de firma dual garantiza además que el comerciante no conocerá los datos de pago (número de tarjeta de crédito), eliminando así la posibilidad de fraude por su parte. Esto garantiza así que el comerciante cobra por la venta y que

el comprador no es estafado por el comerciante ni por hackers⁸⁵.

La seguridad global

Nuevamente la criptografía y los productos de seguridad proporcionan las soluciones a los problemas.

5.1.3. CONSECUENCIAS JCAS. Y/O EFECTOS DE DERECHO EN LA COMPRAVENTA EN LÍNEA.

Toda operación comercial implica un comprador y un vendedor; dependiendo del tipo de transacción las partes celebrarán un contrato que será el ámbito dentro del cual se registrarán los derechos y obligaciones de los intervinientes.

Básicamente el compromiso del vendedor, será el de entregar la mercancía en el lugar y tiempo estipulados; a su vez el comprador deberá pagar el precio por dicha mercadería. Hecho lo anterior a entera satisfacción de las partes el acto mercantil concluye.

Hasta ahí todo es claro; pero cuando se celebra un negocio electrónico, las partes están expuestas a los siguientes riesgos:

1. Que el comprador o vendedor sea un hacker.
2. Que el producto, servicio o mercadería que esta vendiendo sea ofrecida en otra página gratis o por un menor valor.
3. Que en caso de presentar una demanda por incumplimiento del contrato no haya una jurisdicción aplicable.

⁸⁵ Término con el cual se denomina a los "piratas o a saqueadores de la red".

4. Que la mercancía no cumpla con sus expectativas y no tenga como reclamar.
5. Que el servidor que recibe el pago sea pirata o que el medio de pago sea fraudulento.

Evidentemente estas situaciones anteriores incomodan al comprador o vendedor, y compromete el futuro del comercio electrónico, sin embargo es un riesgo que se debe correr en tanto no exista el marco jurídico, idóneo y pertinente que regule este tipo de compraventa en nuestro país.

Las reglas que actualmente rigen los contratos de compraventa escritos, así como sus actos preparatorios -la oferta y la aceptación- son, en principio, aplicables directamente a las compraventas hechas por medios electrónicos. El uso de esta tecnología no altera la naturaleza del contrato, ni el contenido general de los derechos, obligaciones y responsabilidad que se derivan para los contratantes.

A) EFECTOS JURÍDICOS PARA EL VENDEDOR:

En cuanto el vendedor esté dispuesto a entregar una mercancía por un determinado precio y el comprador a pagarlo a cambio de ella, ya existe un contrato de compraventa con todas sus consecuencias jurídicas.

A continuación se mencionan algunas consecuencias y/o efectos derivadas del desarrollo del comercio electrónico para el vendedor:

- **Conformación de Empresas virtuales**. Es la oportunidad para utilizar socios comerciales externos sin una ubicación física, pues se establece una relación basada en transacciones electrónicas.

- **Creación y/o acceso al mercado global** . Tradicionalmente estos mercados que tan sólo han estado abiertos para las multinacionales, se vuelven accesibles a las compañías más pequeñas debido a la escasa cantidad de recursos necesarios para funcionar en el extranjero.
- **Transformación de tiendas de venta al menudeo**. El crecimiento de las compras desde el hogar y de la venta directa por parte de vendedores mayoristas o proveedores provocará una disminución en los precios, y en consecuencia, una reducción de las comisiones.
- **Presión sobre el servicio al cliente, el ciclo de desarrollo y los costos**. Aumentará la necesidad de la entrega rápida y directa. La cadena de valor será cada vez menos tolerante con la necesidad de inventarios y almacenamiento. Será inevitable el incremento de la competencia, así como de la necesidad de dinero electrónico.

B) PARA EL COMPRADOR:

A. El derecho a desistir del contrato.

El consumidor ostenta el derecho a desistir libre y unilateralmente del contrato. No tiene que alegar ni justificar causa alguna para el ejercicio este derecho. Se trata de un derecho irrenunciable.

Esta cuestión no debería tener mayor trascendencia en Internet, al no haber horarios comerciales, para ejercer el derecho de desistimiento, pudiendo ejercerse, vía telemática.

Sin embargo, tal y como señalaba en el Dossier «El consumidor ante el comercio electrónico» la proyección del derecho de desistimiento sobre el comercio electrónico directo es, en ciertos casos, dificultosa. Respecto a los bienes objeto de propiedad intelectual se permite la no-aplicación del derecho de desistimiento a las ventas de objetos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato. Al respecto se transcribe dicha idea en su forma original:

«Excepciones al derecho de desistimiento. Lo dispuesto no será de aplicación a los siguientes supuestos:

- 1) A las transacciones de valores mobiliarios y otros productos cuyo precio esté sujeto a fluctuaciones de un mercado no controlado por el proveedor.
- 2) A los contratos celebrados con intervención de fedatario público.
- 3) Tampoco se extenderá el derecho de desistimiento, salvo pacto en contrario, a las ventas de objetos que puedan ser reproducidos o copiados con carácter inmediato, que se destinen a la higiene corporal o que, en razón de su naturaleza, no puedan ser devueltos.

Habría que aceptar:

- O que el desistimiento solo es posible en el breve plazo que transcurre entre la perfección del contrato y la entrega, es decir, antes de esta última.
- O bien que el consumidor solo podrá ejercer este derecho en tanto que el producto esté con sus precintos de seguridad.

B. El derecho a anular el cargo en el pago con tarjeta.

Con las tarjetas de pago, al efectuarlo por Internet este se materializa facilitando a través de la red los datos de la tarjeta, números de aquella, pin o clave, autorizando que se cargue el importe o precio de la cosa sobre aquella. El problema básico es la seguridad de la transmisión de datos por Internet. La

información no sólo ha de viajar segura, cifrada, desde el consumidor al beneficiario, sino también del beneficiario a la entidad financiera a la cual se carga el pago. El consumidor percibe la inseguridad de proporcionar los datos de su tarjeta a través una red abierta como Internet aún estando en posición de recordar que el ordenamiento jurídico protege los intereses económicos del consumidor en el supuesto de uso indebido o fraudulento.

Si hubiese sido cargado utilizando el número de una tarjeta de crédito, sin que ésta hubiese sido presentada directamente o identificada electrónicamente, su titular podría exigir la inmediata anulación del cargo. En tal caso, las correspondientes anotaciones de adeudo y reabono en las cuentas del proveedor y del titular se efectuarán con la mayor brevedad.

C. Plazo Máximo de entrega:

El contrato electrónico, entendido como contrato de compraventa a distancia, ha de cumplirse en el plazo acordado voluntariamente por los usuarios, o por lo que establezca la ley en caso de haberla.

D. Los pagos anticipados.

Resulta que frente al riesgo de inseguridad que percibe el consumidor en la contratación electrónica, el comerciante se sitúa también ante el riesgo de impago, especialmente, en el comercio electrónico directo, por lo que para contratar el consumidor se encontrará en muchos casos con la imposición de pago anticipado o la comunicación con carácter previo a la ejecución del contrato de los datos que permiten cargar el precio inmediatamente al cliente. Situación que lo ubicaría como una venta de plazo anticipada.

El riesgo empresarial de impago en el comercio electrónico directo, a diferencia de lo que ocurre en el indirecto en el que la entrega se realiza al margen o fuera

de la red, hacen proliferar la exigencia de pago anticipado y de no proceder a la entrega si el consumidor y usuario no acepta pagar previamente el precio.

5.1.4. INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES

a) GENERALIDADES:

El contrato es el acuerdo de voluntades de los contratantes que tiene por objeto crear obligaciones, en otras palabras el contrato es la fuente de donde las obligaciones nacen, y por lo tanto la obligación es el efecto o consecuencia del contrato, y es ese vinculo jurídico que coloca al deudor en la necesidad jurídica de dar, hacer o no hacer algo respecto del acreedor.

El contrato de compraventa es el contrato mas utilizado por el comercio, en el caso de la compraventa mercantil las obligaciones que genera o que produce este contrato son las siguientes:

1) Obligaciones del comprador:

Pago del Precio:

Esa obligación es de la esencia del contrato porque se encuentra contemplada por el legislador en el concepto genérico de compraventa; en el caso del incumplimiento de la misma, el vendedor tiene derecho para pedir la resolución o el cumplimiento del contrato.

Recibir la Cosa:

Este derecho se encuentra en contraposición a la obligación del vendedor de entregar la cosa, y da origen a las mismas acciones derivadas del incumplimiento de la obligación anterior.

2) Obligaciones del vendedor:

Entrega de la Cosa:

La entrega de la cosa se refiere a la entrega real y material de la misma; del incumplimiento de esta obligación el comprador puede entablar tres acciones:

1. Acción Resolutoria: Aplicando el Art. 1360 C.Civ. o regla general de la condición resolutoria tácita;
2. Acción Personal: Acción personal que le da su calidad de contratante para exigir el cumplimiento de la obligación de entregar.
3. Acción Reivindicatoria: Art. 891 Cód. Civil, ya que en virtud de la tradición o entrega jurídica ha pasado a ser dueño, pero un dueño que no tiene la posesión de la cosa, y precisamente por esto puede hacer uso de esta acción.

Saneamiento:

a) Saneamiento de Evicción: procede cuando el comprador es privado de todo o parte de la cosa comprada por sentencia judicial; la acción derivada del incumplimiento de esta obligación es una acción reivindicatoria y además comprende la obligación de indemnización Art. 1360 C. Civ.

b) Saneamiento por Vicios Redhibitorios: Esta acción procede cuando el vendedor incumple con la obligación de proporcionar al comprador la posesión pacífica y útil de la cosa vendida; el derecho que tiene el comprador es de la rescisión de la venta (resolución); la acción estimatoria o quanti minoris que es la de pedir una rebaja en el precio.

B) De las obligaciones por escrito – efectos

De la terminación y el cumplimiento del contrato.

En el caso del incumplimiento de las obligaciones derivadas de los contratos, el perjudicado posee dos acciones, las cuales se encuentran plasmadas en el Art. 1360 C. Civ., La primera es la de La terminación del contrato, que es aquella

finalización del mismo que tiene su origen en una condición resolutoria que forma parte de los elementos naturales y propios de los contratos y la segunda es la del cumplimiento del contrato, en la cual el perjudicado tiene la facultad de obligar al contratante infractor a la ejecución del mismo; en ambos casos dejando expedito el derecho de entablar una acción de daños y perjuicios. Por separado o concomitante con la acción principal.

c) Garantías del cumplimiento de las obligaciones

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la compraventa en Internet, es necesario que se cumplan ciertos requisitos entre los que mencionamos:

- a) Requisitos de información exigidos al prestador de servicios, para celebrar el "contrato por vía electrónica" con el destinatario:
 - Los diferentes pasos técnicos que deben darse para celebrar el contrato.
 - El archivo o no del contrato, que eventualmente pueda celebrarse y su accesibilidad.
 - Los medios técnicos para identificar y corregir errores de introducción de datos.
 - Los códigos de conducta a los que se encuentre acogido, y forma de consulta electrónica de los mismos, en su caso.
- b) Realización de un pedido en un contrato celebrado por vía electrónica:
 - El prestador de servicios, debe acusar recibo del pedido sin demora indebida, conforme a las prácticas habituales.
 - Se considerará que se ha recibido el pedido y el acuse de recibo, cuando los contratantes puedan tener acceso a los mismos. Incluso

desde que se haya recibido en una dirección de correo electrónico, vinculada al mismo, de forma personal o institucional.

- Se entenderá que la contratación electrónica produce obligaciones entre los contratantes, cuando se haya utilizado un medio electrónico para emitir su declaración de voluntad.

5.1.5 MODO DE RECLAMO

Si se utilizó tarjeta de crédito o cuenta bancaria, y se le ha hecho un cargo excesivo se debe acudir primero a las instituciones proveedoras de estos servicios para hacer un reclamo formal. Seguramente ellos podrán ayudar a corregir el problema. Si el reclamo es a la empresa proveedora de los productos o servicios por no haber recibido lo que se esperaba, se debe recurrir a dicha empresa, y si se agotaron la instancia extrajudicial para arreglar la situación con la misma, se debe recurrir a los Organismos de Protección al Consumidor existentes en el País, en el caso salvadoreño El Departamento de Protección al Consumidor.⁸⁶

5.1.6. ACCIÓN JUDICIAL

La acción judicial pertinente a la que se le podría dar trámite en nuestro sistema judicial, sería de tipo sumario mercantil declarativo de obligación, porque los en juicios sumarios las pruebas se producen en un momento posterior a la presentación de la demanda.

5.1.7. TRIBUNAL COMPETENTE

La jurisdicción competente -es decir, el juez al que se someterán las partes, en caso de conflicto- serán los tribunales de lo Mercantil en San Salvador, o en su defecto los de menor cuantía, y en los lugares en los que no hay

⁸⁶ Fraudes por Internet. El Diario de Hoy, Lunes 25 de Noviembre de 2002, Pág. 77

Tribunales de lo Mercantil, serán competentes los Tribunales de lo Civil, o de Primera Instancia en su defecto.-

5.1.8. MEDIOS DE PRUEBA

Sobre este apartado los secretarios y jueces de los Tribunales Mercantiles de San Salvador, sostuvieron que no admitirían un Diskette como medio de prueba en base a lo establecido por el Código de Procedimientos Civiles, y además lo establecido en el Art. 999 del Cód. Com. Y en el Art. 3 de la Ley de Procedimientos Mercantiles dan como resultado el rechazo por parte de los tribunales de un diskette o CD con información porque aunque pudiera ser considerado pertinente no puede ser considerado conducente.

En el caso de El Salvador el Art. 264 del código de procedimientos civiles, establece “El instrumento privado escrito en el papel correspondiente, reconocido judicialmente.....tendrá valor de escritura publica”, de lo prescrito en el artículo se entiende que la validez de los medios de prueba instrumental en el ordenamiento jurídico salvadoreño, tienen que cumplir con el requisito de estar escritos, tal afirmación hace que en el caso salvadoreño, la compraventa por medios electrónicos, no posea un medio idóneo para probarla, como en el caso de la ley colombiana la cual en su Art. 24 establece”. *Prueba de los contratos celebrados por vía electrónica.*

1. La prueba de la celebración de un contrato por vía electrónica y la de las obligaciones que tienen su origen en él se sujetará a las reglas generales del ordenamiento jurídico y, en su caso, a lo establecido en la legislación sobre firma electrónica.

2. En todo caso, el soporte electrónico en que conste un contrato celebrado por vía electrónica será admisible en juicio como prueba documental.”, Por lo que

concluimos que en El salvador, los contratos electrónicos y en especial la compraventa, no poseen un medio adecuado para probar, su existencia en caso de conflictos.

5.1.9. CUMPLIMIENTO DE LA SENTENCIA

En el caso de la resolución se concluyó que sería una interlocutoria que pone fin al proceso de manera anormal, porque al no contemplarse como prueba el diskette o CD que contienen datos no existe manera de demostrar las obligaciones y se tiene que sobreseer al demandado.

CAPITULO VI

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS

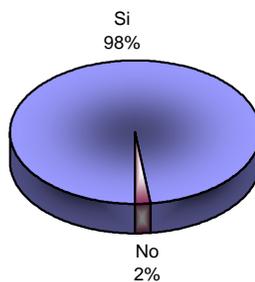
En el presente capítulo se presentan los resultados de la investigación de campo que realizamos con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas en nuestro problema de investigación.

1. ¿COMPRA PRODUCTOS FRECUENTEMENTE EN ESTE ALMACEN?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	59	98
NO	1	2
Total	<i>60</i>	100

Análisis

De los datos obtenidos se infiere que el 98% de la población encuestada manifiesta que adquiere productos sin importar la clase o naturaleza de éstos en los almacenes en cuales se realizó la encuesta, mientras que un 2% manifestó no comprar en los mismos.

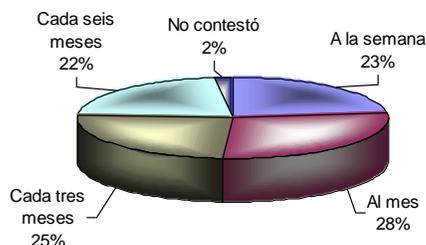


2. ¿CON QUE FRECUENCIA?

Alternativa	<i>f</i>	%
A la semana	14	23
Al mes	17	28
Cada tres meses	15	25
Cada seis meses	13	22
No contestó	1	2
Total	60	100

Análisis

De los resultados anteriores, se destaca que el mayor porcentaje de la población realiza sus compras mensualmente, aunque no varía mucho la cantidad de usuarios que lo hacen cada tres meses, a la semana o cada seis meses.

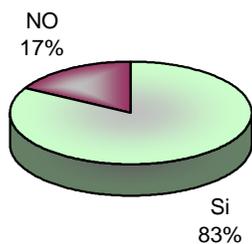


3. UTILIZA EL INTERNET?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	50	83
NO	10	17
Total	60	100

Análisis

Según el resultado de la pregunta anterior se puede decir que el Internet como forma de obtener información y/o comunicación, ya se encuentra en el uso y costumbre de la mayoría de la población encuestada quienes manifiestan conocer y usar este medio tecnológico.



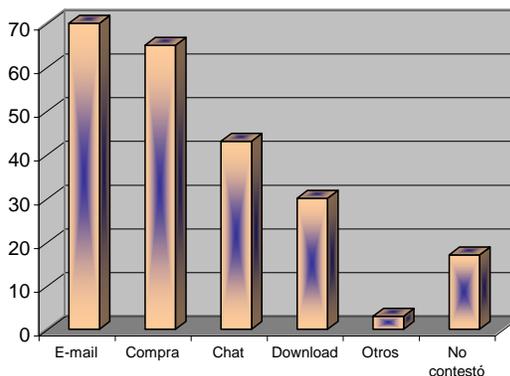
4. PARA QUE?

En esta pregunta la mayoría utilizó más de una alternativa para contestar, por lo que los porcentajes exceden el 100%

Alternativa	<i>f</i>	%
E-mail	42	70
Compra	39	65
Chat	26	43
Download	18	30
Otros (Investigación o estudio)	2	3
No contestó	10	17

Análisis

En esta pregunta los encuestados dijeron utilizar el en una mayor medida para el envío de mensajería o e-mail, también, se encontró un gran número que gustaba el hacer compras por este medio, además otro número de personas, lo utiliza para distraerse con los famosos Chats, destacando que sólo un 2% dijo utilizarlo para investigación o estudio.



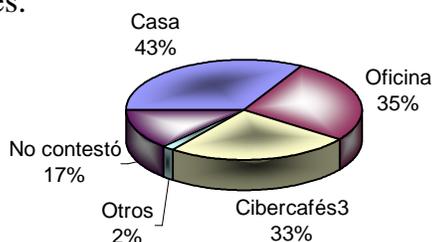
5. LUGAR DESDE DONDE UTILIZA EL INTERNET?

En esta pregunta al igual que la anterior la mayoría utilizó más de una opción para contestar, por lo que los porcentajes igualmente exceden el 100%

Alternativa	F	%
Casa	26	43
Oficina	21	35
Cibercafés	20	33
Otros (teléfonos móviles, Palms)	1	2
No contestó	10	17

Análisis

El 43% de la población encuestada expuso que el Internet lo utilizan vía conexión desde su casa, mientras que el 35% lo hace desde su oficina, y un 33% se conectan desde los cibercafés.

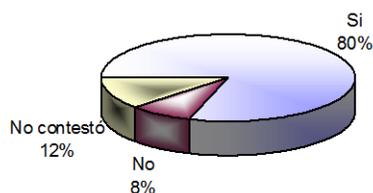


6. HA TENIDO CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE UNA PAGINA DE INTERNET DE ESTE ALMACEN?

Alternativa	F	%
SI	48	80
NO	5	8
No contestó	7	12
Total	60	100

Análisis

El 80% de la población encuestada manifiestan tener conocimiento de la página en Internet del almacén en el se realizó la dicha encuesta.

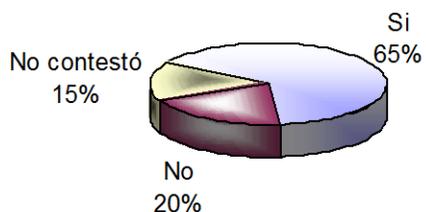


7. ALGUNA VEZ LA HA VISITADO?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	39	65
NO	12	20
No contestó	9	15
Total	60	100

Análisis

La mayoría de la población encuestada 65% manifiesta haber visitado alguna vez la página de Internet del almacén sobre el que se le consultó.

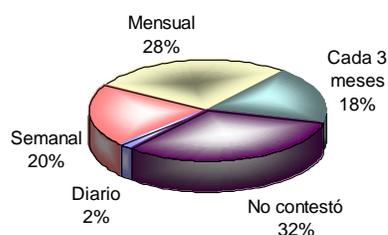


8. CON QUE FRECUENCIA?

Alternativa	<i>f</i>	%
Diario	1	2
Semanal	12	20
Mensual	17	28
Cada 3 meses	11	18
No contestó	19	32
Total	60	100

Análisis

Con los resultados anteriores se puede decir que el mayor porcentaje de visitas a la página del almacén de la población encuestada se hizo cada mes.

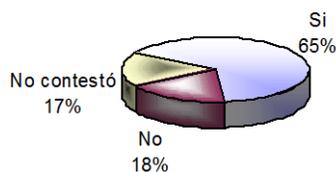


9. ALGUNA VEZ HA ADQUIRIDO UN PRODUCTO EN ESTE ALMACEN POR MEDIO DE LA PAGINA DE INTERNET?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	39	65
NO	11	18
No contestó	10	17
Total	60	100

Análisis

De los resultados obtenidos en esta pregunta se demuestra que un gran número de la población encuestada 65%, ya utiliza el Internet para hacer sus compras.

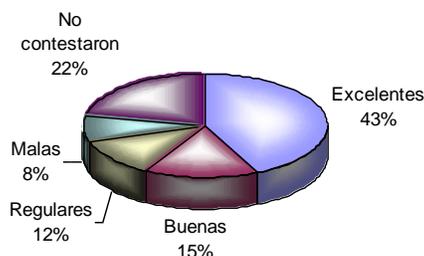


10. CUAN SEGURO CONSIDERA QUE SON LAS COMPRAS HECHAS POR VIA DE INTERNET?

Alternativa	<i>f</i>	%
Excelentes	26	43
Buenas	7	15
Regulares	9	12
Malas	5	8
No contestaron	13	22
Total	60	100

Análisis

De la población encuestada, existe un porcentaje fuera del 43%, que encuentra todavía inseguridad en las compraventas que se realizan por medios electrónicos, y el porcentaje de los que no contestaron establece también un parámetro suficientemente grande como para obviar el desconocimiento del tema.

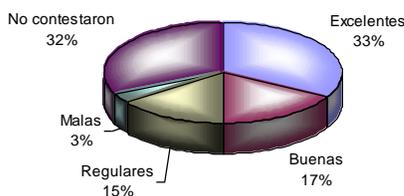


11. COMO HA SIDO LA RESPUESTA DEL ALMACEN POSTERIOR A LA VENTA DEL ARTICULO QUE HA ADQUIRIDO POR MEDIO DE INTERNET?

Alternativa	<i>f</i>	%
Excelentes	20	33
Buenas	10	17
Regulares	9	15
Malas	2	3
No contestaron	19	32
Total	60	100

Análisis

En esta pregunta se nota una disminución considerable en relación a la pregunta anterior de quienes contestaron que la seguridad era excelente, sin embargo no todos los que contestaron de tal forma lo sostuvieron al contestar esta, quedando sólo un 33% diciendo que la respuesta del almacén posterior a la venta había sido excelente.

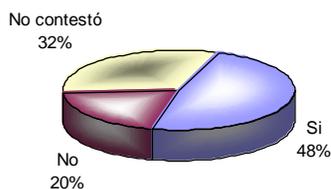


12. CUMPLIO CON SUS EXPECTATIVAS EL PRODUCTO?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	29	48
NO	12	20
No contestó	19	32
Total	60	100

Análisis

Del resultado anterior inferimos que un mínimo porcentaje de la población manifestó que lo que compraron no cumplió sus expectativas, y otros se abstuvieron de contestar. Situación que contrasta con el 48% restante que a su vez dijo estar satisfecho con lo comprado argumentando en su mayoría que el producto simplemente era lo que esperaban

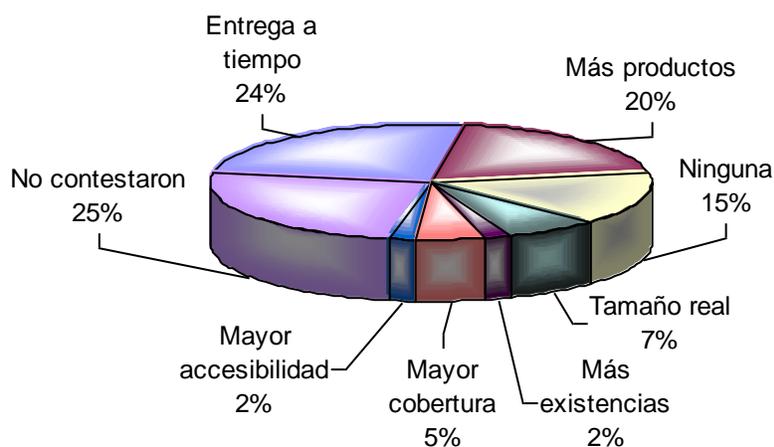


13. CUALES CONSIDERA USTED QUE DEBEN DE SER LAS POSIBLES MEJORAS QUE EL SERVICIO QUE PRESTA EL ALMACEN POR VIA DE INTERNET PODRÍA TENER?

Alternativa	F	%
Entrega a tiempo	15	24
Más productos	12	20
Ninguna	9	15
Tamaño real	4	7
Más existencias	1	2
Mayor cobertura	3	5
Mayor accesibilidad	1	2
No contestaron	15	25

Análisis

De la población encuestada la mayoría sugiere que el servicio podría mejorar agilizando la entrega, o teniendo una mayor variedad de productos en la red a disposición de los usuarios, ya que estas fueron algunas de las dificultades que se encontraron a la hora de comprar en línea.

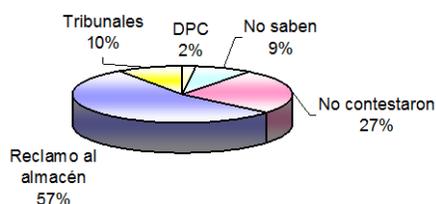


14. EN CASO DE RECIBIR MALA PRESTACION DEL SERVICIO POR PARTE DEL ALMACEN, QUE ACCIONES TOMARIA?

Alternativa	<i>f</i>	%
Reclamo al almacén	34	57
Tribunales	6	10
DPC	1	2
No saben	5	9
No contestaron	16	27

Análisis

De la población encuestada la mayoría 57% manifestó que la solución en caso de mala prestación del servicio sería la de reclamar en el mismo almacén a efecto de solventar de una forma directa tal problemática, mientras que el 10% dijo que acudiría a los tribunales, y el 9% dijo no saber qué hacer.

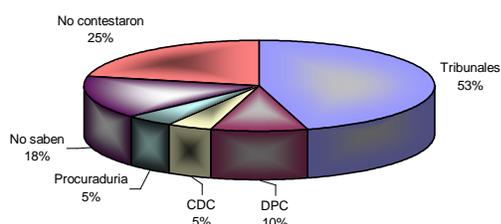


15. ANTE QUE INSTANCIAS ADMINISTRATIVAS O JUDICIALES ACUDIRIA?

Alternativa	<i>f</i>	%
Tribunales	32	53
DPC	6	10
CDC	3	5
Procuraduría	3	5
No saben	11	18
No contestaron	15	25

Análisis

Del resultado obtenido se concluye que por los límites de mayor a menor, en un mayor porcentaje se auxiliarían del sistema judicial para solventar cualquier problemática, resaltando también que existe un grupo considerable que no sabría a dónde o a quien acudir (18%).

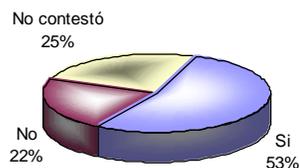


16. CONSIDERA QUE EXISTE FORMA DE RECLAMAR POR EL USUARIO EN CASO DE EXISTIR INCONFORMIDAD CON EL SERVICIO RECIBIDO?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	32	53
NO	13	22
No contestó	15	25
Total	60	100

Análisis

Con lo anterior se observa que la mayoría de personas contestaron que si es posible reclamar por inconformidades recibidas, mientras que también un grupo considerable manifestó que no sabia o que no existe forma de reclamar, sin embargo al preguntarle cuáles podrían ser esas formas la mayoría no contestó o sólo se limitaron a mencionar reclamos al almacén o tribunales.

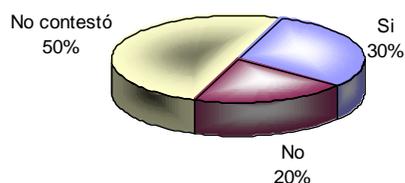


17. EN CASO DE QUE SU RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR HAYA SIDO NEGATIVA ESTIMARIA QUE LE SON VIOLENTADOS SUS DERECHOS COMO CONSUMIDOR?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	18	30
NO	12	20
No contestó	30	50
Total	60	100

Análisis

De la población encuestada el 30% manifestó que sus derechos han sido violentados y el 20% dijo que No y el 50% no contestaron.

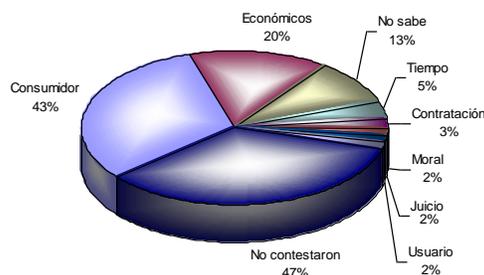


18. CUALES DERECHOS FUERON VIOLADOS?

Alternativa	<i>f</i>	%
Consumidor	26	43
Económicos	12	20
No sabe	8	13
Tiempo	3	5
Contratación	2	3
Moral	1	2
Juicio	1	2
Usuario	1	2
No contestaron	28	47

Análisis

Del resultado de la encuesta se puede decir que la mayor parte de la población desconoce en su totalidad cuáles son los derechos que le son violentados por acceder a compras por Internet, señalando un sin número de situaciones ajenas a ello.

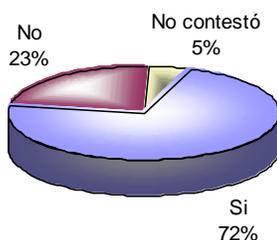


19. CONSIDERA NECESARIO EL QUE SE CREE UNA LEY QUE REGULE LAS COMPRAVENTAS QUE SE HACEN A TRAVEZ DE INTERNET?

Alternativa	<i>f</i>	%
SI	43	72
NO	3	23
No contestó	14	5
Total	60	100

Análisis

De la población encuestada el 72% considera necesaria la creación de una ley argumentando que se tendría mayor seguridad al realizar las compras, mayor respeto a los derechos de los consumidores, además de la legalización del comercio por este medio, y facilidad para realizar sus reclamos, el 23% que contestó que NO argumentó de forma ambigua, ya que no creen en la legislación nacional.



CONCLUSIONES

- La compraventa mercantil a través de Internet es un tipo de compraventa que se celebra entre ausentes con lo cual se da nacimiento a una nueva teoría contractual en la cual los sujetos que intervienen poseen derechos y obligaciones distintas a las de los contratantes en la compraventa tradicional desarrollando nuevas instituciones como la firma electrónica para cuya regulación se necesitará de nuevas entidades certificadoras de este tipo de firma para darle seguridad a las transacciones comerciales realizadas por este medio.
- En nuestro país ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años el uso de Internet y la compraventa en línea, lo que lo convierte en un medio que facilita las compras para los usuarios desde la comodidad de un ordenador sin necesidad de salir al almacén a comprar, y al mismo tiempo contribuye al crecimiento del mercado de consumidores que en su mayoría utiliza este medio.
- Actualmente en El Salvador existen fallas coyunturales que no permiten el desarrollo pleno de la utilización de la compraventa mercantil vía Internet tales como: desconocimiento del medio, falta de cobertura en la zonas periféricas, desconfianza por parte de los usuarios, situaciones que deben ser solventadas por parte del estado salvadoreño y la empresa privada para que El Salvador continúe en su proceso de globalización.
- La legislación salvadoreña es incipiente y no posee los mecanismos adecuados para darle la importancia y mantener funcionando con la menor concurrencia

de conflictos la compraventa mercantil en línea, contribuyendo con ello a favorecer el ambiente anárquico y de incertidumbre que impera en las relaciones comerciales que se realizan vía Internet en nuestro país.

- Es imperiosamente necesaria la creación de una Ley que proteja los derechos de los usuarios que contratan a través de Internet, para garantizar la seguridad jurídica y económica de los mismos y no dejarlos a merced del mercantilismo. Y que también ayude a los pequeño y micro empresarios a ofrecer sus productos a través de este medio y así crecer y ser competitivos en el mercado salvadoreño e Internacional, contribuyendo así al desarrollo económico del país.

RECOMENDACIONES

- A la Asamblea Legislativa para que agilice el trámite y haga las consideraciones pertinentes al Anteproyecto de Ley del Comercio Electrónico para regular de manera pronta, eficaz y justa, las relaciones comerciales vía Internet y así salvaguardar el derecho de los Usuarios.
- Al Gobierno de El Salvador, para que contribuya al fortalecimiento de la educación, investigación y ampliación de los conocimientos tecnológicos referentes al uso de los medios informáticos y así hacerlo accesible a la población en general.
- A la Corte Suprema de Justicia, que capacite a los funcionarios y empleados de los Tribunales en especial de los Tribunales de lo Mercantil, acerca de la contratación en línea, para realizar una pronta y cumplida justicia.

- A la empresa privada que colabore con el Gobierno de El Salvador y las Organismos no Gubernamentales, para que contribuya económica y tecnológicamente al fomento, difusión y conocimiento del medio informático a la población salvadoreña.
- A las Universidades en general, para que implementen la cátedra de Derecho Informático, para que los estudiantes de Ciencias Jurídicas se actualicen y puedan de manera satisfactoria procurar, salvaguardar los derechos de manera responsable de los usuarios del medio electrónico.
- Al pueblo salvadoreño, para que agote todas las instancias administrativas y sirva esto de medio de presión aunque sea de manera estadística para la pronta aprobación de la Ley del Comercio Electrónico.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Alessandri Somarriva Undurraga. Curso de Derecho Civil, Tomo IV, Las Fuentes de las Obligaciones en Particular. Ed. Nascimento. Santiago Chile. 1942
- Avilés-Pou. José María Derecho Mercantil. Edit. J. Ma. Bosch. 3ª Edición Barcelona.1959
- Barnes, Harry Elmer. Historia de la Economía del Mundo Occidental. Edit. Hispano Americana. México. 1978.
- Blanco Constants, Francisco. Derecho Mercantil. T. III. Instituto Editorial Reus Madrid, 1950
- Borja Soriano, Manuel. Teoría General de las Obligaciones, Editorial Porrúa, México 1953 T.I
- Cabanellas, Guillermo. Diccionario Jurídico Elemental.12ª Ed. Buenos Aires: Heliasta, 1997.
- Charles Gide- Charles Rist. Historia de las Doctrinas Económicas. Ed. Depalma Tomo I. Buenos Aires. 1949
- Lara Velado, Roberto. Introducción al Estudio del Derecho Mercantil. 2ª Edición, Editorial Universitaria de El Salvador. 1972, San Salvador.
- Miranda, Adolfo Oscar. La compraventa. Revista Ciencias Jurídicas y Sociales T. VIII. Nos. 39-40.
- Malagarriga, Carlos. Derecho Comercial. Contratos y papeles de Comercio. T. II. Primera parte. Tipográfica Editora Argentina, Buenos Aires 1951.
- Tartufari. De la Venta. Bolaffio-Rocco-Vivante. Derecho Comercial. Edit. Ediar S.A. Buenos Aires 1948.

- García Maynez, Eduardo. Introducción al Estudio del Derecho, 35ª Edición, Ed. Porrúa. Buenos Aires. 1984.
- Garo, Francisco J. Derecho Comercial. T. I y II Compraventas Terrestres. Edit. R. Depalma Buenos Aires. 1956.
- Garriguez, Joaquín. Curso de Derecho Mercantil. T. I y II Impresora Silverio Aguirre Torre Madrid. 1960
- Petit, Eugene. Tratado Elemental de Derecho Romano. Editorial Porrúa, México 1989
- Rodríguez y Rodríguez, Joaquín. Derecho Mercantil. Editorial Porrúa S.A. México 1960.

LEYES

- Constitución de la República de El Salvador
- Código Civil
- Código de Procedimientos Civiles
- Código de Comercio
- Ley de Procedimientos Mercantiles
- Ley de Protección al Consumidor
- Ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de Servicios
- Ley de Bancos
- Ley de Simplificación Aduanera
- Ley de Mercado de Valores

- Ley de anotaciones electrónicas de Valores en cuenta
- Ley modelo sobre el comercio electrónico de las Naciones Unidas

Páginas Web

- Acosta, Jorge. Historia del Comercio Mundial. www.monografias.com.
- www.puntog.com.mx/2000/1000/REA1000
- www.parlo.com/es/teachers/lessonplans/mispa_4.asp
- www.asob.org.sv/HISTORIAMONEDA
- www.monedani.terra.com/moneda/noticias/mnd2585.htm
- www.bcr.gob.sv/bcr003
- www.elperiodico.es/online/sigloxx/cas/edicion/tex017
- www.interware.com.mx/tecnologia/tecnologia/iwetecnologia_historia_internet04.html
- www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html
- www.infoapuntes.com.ar/Apuntes/historia%20www.htm
- www.microasist.com.mx/noticias/internet/gspin2504.shtml
- Internet en Costa Rica. www.nacionmediakit.com/hiscostarica.htm
- www.sociedaddigital.org.

ANEXOS

Anexos:

Entrevista realizada a la secretaria del tribunal segundo de lo mercantil Teresa de Jesús Vasquez.

Con respecto a la acción que se puede promover en caso del incumplimiento de un contrato en línea la entrevistada se manifestó mencionando el Juicio Sumario Declarativo de Obligación; por ser un tipo de juicio por su naturaleza sumaria en el cual las pruebas se ventilan hasta después de admitir la demanda.

Sobre el tribunal competente dijo que se definiría de acuerdo a las reglas de competencia del código procesal civil, aunque de ser en San Salvador serian los tribunales mercantiles los competentes, por la naturaleza del acto, claro si la cuantía lo permite.

En cuanto a sí admitir o no un diskette o un CD como medio de prueba la entrevistada dijo que si, que no habría ningún problema solo que el contenido del diskette debe comprobar lo que se solicita en la demanda, y menciono además un tipo de juicio de póliza en el cual un documento simple sirve de medio de prueba sin la necesidad de la autenticación por notario.

Con respecto a la sentencia la entrevistada dijo que de acuerdo a lo probado se resolvería pero que no habría problema en que fuera condenatoria.

Entrevista realizada a la secretaria del tribunal tercero de lo mercantil Ana Cecilia Figueroa de Barahona.

Al preguntarle sobre el tipo de acción la entrevistada dijo que no hay ninguna que se pueda intentar.

Sobre el tipo de juicio manifestó que no existe tampoco uno que pueda adecuarse a la compraventa mercantil en línea.

Sobre un diskette o un CD como medio de prueba dijo que no los podría admitir por ser los medios de prueba escritos según la ley.

Sobre la sentencia se manifestó que al no haber un juicio adecuado no puede haber sentencia.

1. Servicios prestados por medio del portal INFOCENTROS.

Infocentros ofrece a través de la página web de contenidos y servicios generales, las prestaciones y facilidades complementarias al Usuario que se detallan a continuación:

1.1.1 Servicios:

- a. Los Servicios Generales:
 - i. Chat
 - ii. Foros
 - iii. Encuestas
 - iv. Buscador
 - v. Directorio
- b. Los Servicios Especiales:
 - i. Cursos on Line
 - ii. Franquicias
 - iii. Formación Cultural
 - iv. Desarrollos para Terceros
- c. Los Servicios Exclusivos:
 - i. Mi Renta
 - ii. Pago mis Cuentas
 - iii. Tarjetas Navideñas
 - iv. Cartas a Santa
 - v. Portal de Compras

1.1.2 Contenidos: organizados por medio de "Portales" que atienden las necesidades de los grupos diversos a los que va dirigido el Portal de la Asociación, divididos en grandes áreas:

- a. Portales Temáticos: Estarán organizados de acuerdo a las Mesas Temáticas constituidas para tal fin
- b. Portales Locales: Son los portales individuales de las Comunas Locales.
- c. Portal de Comunidades: Son los portales de los "grupos Meta" o las comunidades definidas por la Asociación Infocentros.

INFOCENTROS podrá, en un futuro, proporcionar al Cliente nuevos contenidos, servicios o facilidades adicionales, sean o no gratuitas, que incrementen las prestaciones disponibles para el Cliente.

A su vez, INFOCENTROS se reserva el derecho de cancelar unilateralmente cualquiera de los contenidos, servicios o utilidades incorporadas al portal de INFOCENTROS.

2. CONDICIONES GENERALES Y SU ACEPTACIÓN

Estas condiciones generales (en adelante, las "Condiciones Generales") regulan el uso del servicio del portal de Internet "infocentros.org.sv" en adelante, el "Portal") que LA ASOCIACION INFOCENTROS (en adelante, "INFOCENTROS" o simplemente "La ASOCIACION") pone gratuitamente a disposición de los usuarios de Internet.

La utilización del Portal atribuye la condición de usuario del Portal (en adelante, el "Usuario") y expresa la aceptación plena y sin reservas del Usuario de todas y cada una de las Condiciones Generales en la versión publicada por INFOCENTROS en el momento mismo en que el Usuario acceda al Portal. En consecuencia, el Usuario debe leer atentamente las Condiciones Generales en cada una de las ocasiones en que se proponga utilizar el Portal.

La utilización de ciertos servicios ofrecidos a los Usuarios a través del Portal se encuentra sometida a condiciones particulares propias que, según los casos, sustituyen, completan y/o modifican las Condiciones Generales (en adelante, las "Condiciones Particulares"). Con anterioridad a la utilización de dichos servicios, por tanto, el Usuario también ha de leer atentamente las correspondientes Condiciones Particulares.

Asimismo, la utilización del Servicio se encuentra sometida igualmente a todos los avisos, reglamentos de uso e instrucciones puestos en conocimiento del Usuario por INFOCENTROS, que completan lo previsto en estas Condiciones Generales en cuanto no se opongan a ellas.

3. OBJETO

A través del Portal, INFOCENTROS facilita a los Usuarios el acceso y la utilización de diversos servicios y contenidos puestos a disposición de los Usuarios por INFOCENTROS o por terceros usuarios del Portal y/o terceros proveedores de servicios y contenidos (en adelante, los "Servicios").

INFOCENTROS se reserva el derecho a modificar unilateralmente, en cualquier momento y sin aviso previo, la presentación y configuración del Portal, así como los Servicios y las condiciones requeridas para utilizar el Portal y los Servicios.

4. CONDICIONES DE ACCESO Y UTILIZACIÓN DEL PORTAL

4.1. Carácter gratuito del acceso y utilización del Portal

La prestación del servicio de Portal por parte de INFOCENTROS tiene carácter gratuito para los Usuarios y no exige la previa suscripción o registro del Usuario. Ello no obstante, la utilización de algunos Servicios sólo puede hacerse mediante suscripción o

registro del Usuario y/o pago de un precio, de la forma en que se indica expresamente en sus correspondientes Condiciones Particulares.

4.2. Registro de Usuario

INFOCENTROS reserva algunos de los Servicios ofrecidos a través del Portal a los usuarios registrados de INFOCENTROS mediante el cumplimiento de los requisitos y complementación de datos del registro de Usuarios de INFOCENTROS a disposición de los usuarios que deseen registrarse en la [página de registro](#). Ello no obstante, INFOCENTROS pone a disposición de los usuarios determinados Servicios cuya utilización requiere que se completen registros adicionales por parte de los usuarios.

En ambos casos Ud. se compromete a seleccionar, usar y conservar su nombre de usuario (en adelante "login") y su contraseña (en adelante "password") (en adelante y de modo conjunto las "Claves de Acceso") de conformidad con lo establecido en las cláusulas 4.2.1. y 4.2.2 de estas Condiciones Generales.

4.2.1. Asignación de las Claves de Acceso

El Usuario elegirá e indicará sus propias Claves de Acceso. El Usuario no podrá elegir como Nombre de Usuario palabras, expresiones o conjuntos gráfico-denominativos malsonantes, injuriosos, coincidentes con marcas, nombres comerciales, señales de propaganda, Rótulos de establecimientos, denominaciones y razones sociales, expresiones publicitarias, nombres y seudónimos de personajes de relevancia pública o famosos para cuya utilización no esté autorizado y, en general, contrarios a la ley o a las exigencias de la moral y buenas costumbres generalmente aceptadas.

La asignación de las Claves de Acceso se produce de manera automática y el único criterio empleado al efecto es la inexistencia de unas Claves de Acceso previas que sean idénticas a las elegidas por el Usuario.

4.2.2. Uso y custodia

El Usuario se compromete a hacer un uso diligente de las Claves de Acceso, así como a no poner a disposición de terceros sus Claves de Acceso. El Usuario se compromete a comunicar a INFOCENTROS a la mayor brevedad la pérdida o robo de las Claves de Acceso así como cualquier riesgo de acceso a las mismas por un tercero.

4.3. Obligación de hacer un uso correcto del Portal y de los Servicios

El Usuario se compromete a utilizar el Portal y los Servicios de conformidad con la ley, estas Condiciones Generales, así como con la moral y buenas costumbres generalmente aceptadas y el orden público. El Usuario se obliga a abstenerse de utilizar el Portal y los

Servicios con fines o efectos ilícitos, contrarios a lo establecido en estas Condiciones Generales, lesivos de los derechos e intereses de terceros, o que de cualquier forma puedan dañar, inutilizar, sobrecargar o deteriorar el Portal y los Servicios o impedir la normal utilización o disfrute del Portal y de los Servicios por parte de los Usuarios.

4.4. Medios para la obtención de Contenidos

El Usuario deberá abstenerse de obtener e incluso de intentar obtener informaciones, mensajes, gráficos, dibujos, archivos de sonido y/o imagen, fotografías, grabaciones, software y, en general, cualquier clase de material accesibles a través del Portal o de los Servicios (en adelante, los "Contenidos") empleando para ello medios o procedimientos distintos de los que, según los casos, se hayan puesto a su disposición a este efecto o se hayan indicado a este efecto en las páginas web donde se encuentren los Contenidos o, en general, de los que se empleen habitualmente en Internet a este efecto siempre que no entrañen un riesgo de daño o inutilización del Portal, de los Servicios y/o de los Contenidos.

4.5. Uso correcto de los Contenidos

El Usuario se obliga a usar los Contenidos de forma diligente, correcta y lícita y, en particular, se compromete a abstenerse de (a) utilizar los Contenidos de forma, con fines o efectos contrarios a la ley, a la moral y a las buenas costumbres generalmente aceptadas o al orden público; (b) reproducir o copiar, distribuir, permitir el acceso del público a través de cualquier modalidad de comunicación pública, transformar o modificar los Contenidos, a menos que se cuente con la autorización del titular de los correspondientes derechos o ello resulte legalmente permitido; (c) suprimir, eludir o manipular el "copyright" y demás datos identificativos de los derechos de INFOCENTROS o de sus titulares incorporados a los Contenidos, así como los dispositivos técnicos de protección, las huellas digitales o cualesquiera mecanismos de información que pudieren contener los Contenidos.

4.6. El Usuario se obliga a abstenerse de

(i) remitir publicidad de cualquier clase y comunicaciones con fines de venta u otras de naturaleza comercial a una pluralidad de personas sin que medie su previa solicitud o consentimiento, (ii) remitir cualesquiera otros mensajes no solicitados ni consentidos previamente a una pluralidad de personas, (iii) enviar cadenas de mensajes electrónicos no solicitados ni previamente consentidos, (iv) utilizar listas de distribución a las que pueda accederse a través del Portal o de los Servicios para la realización de las actividades señaladas en los apartados (i) a (iii) anteriores, (v) poner a disposición de terceros, con cualquier finalidad, datos captados a partir de listas de distribución.

Los Usuarios perjudicados por la recepción de mensajes no solicitados dirigidos a una

pluralidad de personas podrán comunicarlo a INFOCENTROS remitiendo un mensaje a la cuenta de correo webmaster@infocentros.org.sv.

4.7. Introducción de hiperenlaces que permitan el acceso a las páginas web del Portal y a los Servicios

Los Usuarios y, en general, aquellas personas que se propongan establecer un hiperenlace entre su página web y el Portal (en adelante, el "Hiperenlace") deberán cumplir las condiciones siguientes: (a) el Hiperenlace únicamente permitirá el acceso a las páginas web del Portal, pero no podrá reproducirlas de ninguna forma; (b) no se establecerán hiperenlaces con las páginas web del Portal distintas de la home-page o página primera del Portal o de los Servicios; (c) no se creará un browser ni un border enviroment sobre las páginas web del Portal ; (d) no se realizarán manifestaciones o indicaciones falsas, inexactas o incorrectas sobre las páginas web del Portal y los Servicios y, en particular, no se declarará ni dará a entender que INFOCENTROS ha autorizado el Hiperenlace o que ha supervisado o asumido de cualquier forma los contenidos o servicios ofrecidos o puestos a disposición de la página web en la que se establece el Hiperenlace; (e) excepción hecha de aquellos signos que formen parte del mismo Hiperenlace, la página web en la que se establezca el Hiperenlace no contendrá ninguna marca, nombre comercial, rótulo de establecimiento, denominación, logotipo, eslogan u otros signos distintivos pertenecientes a INFOCENTROS; (f) la página web en la que se establezca el Hiperenlace no contendrá informaciones o contenidos ilícitos, contrarios a la moral y buenas costumbres generalmente aceptadas y al orden público, así como tampoco contendrá contenidos contrarios a cualesquiera derechos de terceros.

El establecimiento del Hiperenlace no implica en ningún caso la existencia de relaciones entre INFOCENTROS y el propietario de la página web en la que se establezca, ni la aceptación y aprobación por parte de INFOCENTROS de sus contenidos o servicios.

5. DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Para utilizar algunos de los Servicios, los Usuarios deben proporcionarán previamente a INFOCENTROS ciertos datos de carácter personal (en adelante, los "Datos Personales"). INFOCENTROS tratará automatizadamente los Datos Personales con las finalidades así como bajo las condiciones definidas en su [Política de Protección de Datos](#).

6. EMPLEO DE TECNOLOGÍA COOKIE

INFOCENTROS utiliza cookies cuando un Usuario navega por los sitios y páginas web del Portal. Nuestras cookies se asocian únicamente con un Usuario anónimo y su

ordenador y no proporcionan referencias que permitan deducir el nombre y apellidos del Usuario. Las cookies de INFOCENTROS no pueden leer datos de su disco duro ni leer los archivos cookie creados por otros proveedores. INFOCENTROS cifra los datos identificativos del Usuario para mayor seguridad. Gracias a las cookies, resulta posible que INFOCENTROS reconozca a los Usuarios registrados después de que éstos se hayan registrado por primera vez, sin que se tengan que registrarse en cada visita para acceder a las áreas y servicios reservados exclusivamente a ellos. El Usuario tiene la posibilidad de configurar su navegador para ser avisado en pantalla de la recepción de cookies y para impedir la instalación de cookies en su disco duro. Por favor, consulte las instrucciones y manuales de su navegador para ampliar ésta información. Para utilizar el Portal, no resulta necesario que el Usuario permita la instalación de las cookies enviadas por INFOCENTROS, sin perjuicio de que en tal caso será necesario que el Usuario se registre cada vez que acceda a un servicio que requiera el previo registro.

7. UTILIZACIÓN DEL PORTAL, DE LOS SERVICIOS Y DE LOS CONTENIDOS BAJO LA EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DEL USUARIO

El Usuario es consciente de y acepta voluntariamente que el uso del Portal, de los Servicios y de los Contenidos tiene lugar, en todo caso, bajo su única y exclusiva responsabilidad.

8. EXCLUSIÓN DE GARANTÍAS Y DE RESPONSABILIDAD

8.1. Exclusión de garantías y de responsabilidad por el funcionamiento del Portal y de los Servicios

8.1.1. Disponibilidad y continuidad, utilidad, uso de contenidos que circulan en la Internet, y confiabilidad

INFOCENTROS no garantiza la disponibilidad y continuidad del funcionamiento del Portal y de los Servicios. Cuando ello sea razonablemente posible, INFOCENTROS advertirá previamente las interrupciones en el funcionamiento del Portal y de los Servicios. INFOCENTROS tampoco garantiza la utilidad del Portal y de los Servicios para la realización de ninguna actividad en particular, ni su infalibilidad y, en particular, aunque no de modo exclusivo, que los Usuarios puedan efectivamente utilizar el Portal y los Servicios, acceder a las distintas páginas web que forman el Portal o a aquellas desde las que se prestan los Servicios.

INFOCENTROS no será responsable de ningún daño que se genere al usuario en caso de imposibilidad de prestar el servicio objeto de las presentes Condiciones Generales de Uso debida a supuestos de caso fortuito, fuerza mayor u otras causas no imputables a la

compañía.

INFOCENTROS no será responsable del inadecuado funcionamiento del portal entre otros, si ello obedece a labores de mantenimiento, a incidencias que afecten a operadores internacionales, a una defectuosa configuración de los equipos del Cliente o a su insuficiente capacidad para soportar los sistemas informáticos indispensables para poder hacer uso del servicio.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACE RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LA FALTA DE DISPONIBILIDAD O DE CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DEL PORTAL Y DE LOS SERVICIOS, A LA DEFRAUDACIÓN DE LA UTILIDAD QUE LOS USUARIOS HUBIEREN PODIDO ATRIBUIR AL PORTAL Y A LOS SERVICIOS, A LA FALIBILIDAD DEL PORTAL Y DE LOS SERVICIOS, Y EN PARTICULAR, AUNQUE NO DE MODO EXCLUSIVO, A LOS FALLOS EN EL ACCESO A LAS DISTINTAS PÁGINAS WEB DEL PORTAL O A AQUELLAS DESDE LAS QUE SE PRESTAN LOS SERVICIOS.

INFOCENTROS no garantiza la calidad, exactitud, fiabilidad, corrección o moralidad de los datos, programas, informaciones u opiniones, cualquiera que sea el origen, que circulen por su red o por las redes a las que el Usuario pueda acceder a través del portal Infocentros.org.sv El Usuario y/o Cliente acepta expresamente dejar exenta a INFOCENTROS de cualquier responsabilidad relacionada con el portal Infocentros.

El Usuario y/o Cliente asume bajo su exclusiva responsabilidad las consecuencias, daños o acciones que pudieran derivarse del acceso a dichos contenidos así como de su reproducción o difusión.

INFOCENTROS no será responsable de las infracciones de cualquier Usuario y/o Cliente que afecten a los derechos de otro Usuario y/o Cliente de INFOCENTROS, o de terceros, incluyendo los derechos de copyright, marcas, patentes, información confidencial y cualquier otro derecho de propiedad intelectual o industrial.

Esta garantía limitada y la limitación de responsabilidad mencionadas en los párrafos anteriores no afectarán ni perjudicarán los derechos imperativos que le asistan según el lugar de su residencia.

8.1.2. Privacidad y seguridad en la utilización del Portal y de los Servicios

INFOCENTROS no garantiza la privacidad y seguridad de la utilización del Portal y de los Servicios y, en particular, no garantiza que terceros no autorizados no puedan tener conocimiento de la clase, condiciones, características y circunstancias del uso que los

Usuarios hacen del Portal y de los Servicios.

INFOCENTROS EXCLUYE TODA RESPONSABILIDAD NO SE HACE RESPONSABLE DIRECTA O INDIRECTAMENTE POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUDIERAN DEBERSE AL CONOCIMIENTO QUE PUEDAN TENER TERCEROS NO AUTORIZADOS DE LA CLASE, CONDICIONES, CARACTERÍSTICAS Y CIRCUNSTANCIAS DEL USO QUE LOS USUARIOS HACEN DEL PORTAL Y DE LOS SERVICIOS.

8.2. Exclusión de garantías y de responsabilidad por los Contenidos

8.2.1. Calidad

INFOCENTROS no controla ni garantiza la ausencia de virus ni de otros elementos en los Contenidos que puedan producir alteraciones en su sistema informático (software y hardware) o en los documentos electrónicos y ficheros almacenados en su sistema informático.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACE RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LA PRESENCIA DE VIRUS O A LA PRESENCIA DE OTROS ELEMENTOS EN LOS CONTENIDOS QUE PUEDAN PRODUCIR ALTERACIONES EN EL SISTEMA INFORMÁTICO, DOCUMENTOS ELECTRONICOS O FICHEROS DE LOS USUARIOS.

8.2.2. Licitud, confiabilidad y utilidad

INFOCENTROS no garantiza la licitud, confiabilidad y utilidad de los Contenidos.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACE RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LA TRANSMISIÓN, DIFUSIÓN, ALMACENAMIENTO, PUESTA A DISPOSICIÓN, RECEPCIÓN, OBTENCIÓN O ACCESO A LOS CONTENIDOS, Y EN PARTICULAR, AUNQUE NO DE MODO EXCLUSIVO, POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS QUE PUEDAN DEBERSE A (A) EL INCUMPLIMIENTO DE LA LEY, LA MORAL Y LAS BUENAS COSTUMBRES GENERALMENTE ACEPTADAS O EL ORDEN PÚBLICO COMO CONSECUENCIA DE LA TRANSMISIÓN, DIFUSIÓN, ALMACENAMIENTO, PUESTA A DISPOSICIÓN, RECEPCIÓN, OBTENCIÓN O ACCESO A LOS CONTENIDOS; (B) LA INFRACCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL, DE LOS SECRETOS EMPRESARIALES, DE COMPROMISOS CONTRACTUALES DE

CUALQUIER CLASE, DE LOS DERECHOS AL HONOR, A LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR Y A LA IMAGEN DE LAS PERSONAS, DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD Y DE TODA OTRA NATURALEZA PERTENECIENTES A UN TERCERO COMO CONSECUENCIA DE LA TRANSMISIÓN, DIFUSIÓN, ALMACENAMIENTO, PUESTA A DISPOSICIÓN, RECEPCIÓN, OBTENCIÓN O ACCESO A LOS CONTENIDOS; (C) LA REALIZACIÓN DE ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL Y PUBLICIDAD ILÍCITA COMO CONSECUENCIA DE LA TRANSMISIÓN, DIFUSIÓN, ALMACENAMIENTO, PUESTA A DISPOSICIÓN, RECEPCIÓN, OBTENCIÓN O ACCESO A LOS CONTENIDOS; (D) LA FALTA DE VERACIDAD, EXACTITUD, EXHAUSTIVIDAD, PERTINENCIA Y/O ACTUALIDAD DE LOS CONTENIDOS; (E) LA INADECUACIÓN PARA CUALQUIER CLASE DE PROPÓSITO DE Y LA DEFRAUDACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS GENERADAS POR LOS CONTENIDOS; (F) EL INCUMPLIMIENTO, RETRASO EN EL CUMPLIMIENTO, CUMPLIMIENTO DEFECTUOSO O TERMINACIÓN POR CUALQUIER CAUSA DE LAS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS POR TERCEROS Y CONTRATOS REALIZADOS CON TERCEROS A TRAVÉS DE O CON MOTIVO DEL ACCESO A LOS CONTENIDOS; (G) LOS VICIOS Y DEFECTOS DE TODA CLASE DE LOS CONTENIDOS TRANSMITIDOS, DIFUNDIDOS, ALMACENADOS, PUESTOS A DISPOSICIÓN O DE OTRA FORMA TRANSMITIDOS O PUESTOS A DISPOSICIÓN, RECIBIDOS, OBTENIDOS O A LOS QUE SE HAYA ACCEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL O DE LOS SERVICIOS.

8.2.3. Veracidad, exactitud y actualidad

INFOCENTROS no garantiza la veracidad, exactitud y actualidad de los Contenidos.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACE RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LA FALTA DE VERACIDAD, EXACTITUD, EXHAUSTIVIDAD Y/O ACTUALIDAD DE LOS CONTENIDOS.

8.3. Exclusión de garantías y de responsabilidad por los Servicios prestados por terceros a través del Portal

8.3.1. Calidad

INFOCENTROS no controla ni garantiza la ausencia de virus ni de otros elementos en los servicios prestados por terceros a través del Portal que puedan producir alteraciones en su sistema informático (software y hardware) o en los documentos electrónicos y ficheros almacenados en su sistema informático.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACER RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LA PRESENCIA DE VIRUS O A LA PRESENCIA DE OTROS ELEMENTOS LESIVOS EN LOS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL QUE PUEDAN PRODUCIR ALTERACIONES EN EL SISTEMA INFORMÁTICO, DOCUMENTOS ELECTRONICOS O FICHEROS DE LOS USUARIOS.

8.3.2. Licitud, confiabilidad y utilidad

INFOCENTROS no garantiza la licitud, fiabilidad y utilidad de los servicios prestados por terceros a través del Portal.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACER RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LOS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL, Y EN PARTICULAR, AUNQUE NO DE MODO EXCLUSIVO, POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS QUE PUEDAN DEBERSE A (A) EL INCUMPLIMIENTO DE LA LEY, LA MORAL Y LAS BUENAS COSTUMBRES GENERALMENTE ACEPTADAS O EL ORDEN PÚBLICO COMO CONSECUENCIA DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL; (B) LA INFRACCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL, DE LOS SECRETOS EMPRESARIALES, DE COMPROMISOS CONTRACTUALES DE CUALQUIER CLASE, DE LOS DERECHOS AL HONOR, A LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR Y A LA IMAGEN DE LAS PERSONAS, DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD Y DE TODA OTRA NATURALEZA PERTENECIENTES A UN TERCERO COMO CONSECUENCIA DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL; (C) LA REALIZACIÓN DE ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL Y PUBLICIDAD ILÍCITA COMO CONSECUENCIA DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL; (D) LA FALTA DE VERACIDAD, EXACTITUD, EXHAUSTIVIDAD, PERTINENCIA Y/O ACTUALIDAD DE LOS CONTENIDOS TRANSMITIDOS, DIFUNDIDOS, ALMACENADOS, RECIBIDOS, OBTENIDOS, PUESTOS A DISPOSICIÓN O ACCESIBLES MEDIANTE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL; (E) LA INADECUACIÓN PARA CUALQUIER CLASE DE PROPÓSITO DE Y LA DEFRAUDACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS GENERADAS POR LOS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL; (F) EL INCUMPLIMIENTO, RETRASO EN EL CUMPLIMIENTO, CUMPLIMIENTO DEFECTUOSO O TERMINACIÓN POR CUALQUIER CAUSA DE LAS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS POR TERCEROS Y CONTRATOS REALIZADOS CON TERCEROS EN RELACIÓN CON O CON MOTIVO DE LA PRESTACIÓN DE

SERVICIOS A TRAVÉS DEL PORTAL; (G) LOS VICIOS Y DEFECTOS DE TODA CLASE DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL.

8.4. Exclusión de garantías y de responsabilidad por la información, contenidos y servicios y alojados fuera del Portal

El Portal pone a disposición de los Usuarios dispositivos técnicos de enlace (tales como, entre otros, links, banners, botones), directorios y herramientas de búsqueda que permiten a los Usuarios acceder a sitios web pertenecientes a y/o gestionados por terceros (en adelante, "Sitios Enlazados"). La instalación de estos enlaces, directorios y herramientas de búsqueda en el Portal tiene por único objeto facilitar a los Usuarios la búsqueda de y acceso a la información, contenidos y servicios disponibles en Internet.

INFOCENTROS no ofrece ni comercializa por sí ni por medio de tercero la información, contenidos y servicios disponibles en los Sitios Enlazados, ni los controla previamente, aprueba, vigila ni hace propios. El Usuario, por tanto, debe extremar la prudencia en la valoración y utilización de la información, contenidos y servicios existentes en los Sitios Enlazados.

INFOCENTROS NO GARANTIZA NI ASUME NINGÚN TIPO DE RESPONSABILIDAD POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA CLASE QUE PUEDAN DEBERSE A (A) EL FUNCIONAMIENTO, DISPONIBILIDAD, ACCESIBILIDAD O CONTINUIDAD DE LOS SITIOS ENLAZADOS; (B) EL MANTENIMIENTO DE LA INFORMACIÓN, CONTENIDOS Y SERVICIOS, EXISTENTES EN LOS SITIOS ENLAZADOS; (C) LA PRESTACIÓN O TRANSMISIÓN DE LA INFORMACIÓN, CONTENIDOS Y SERVICIOS EXISTENTES EN LOS SITIOS ENLAZADOS; (D) LA CALIDAD, LICITUD, FIABILIDAD Y UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN CONTENIDOS Y SERVICIOS EXISTENTES EN LOS SITIOS ENLAZADOS, EN LOS MISMOS TÉRMINOS Y CON EL MISMO ALCANCE DISPUESTO EN LA CONDICIÓN GENERAL 7.2 Y 7.3 RESPECTO DE LOS CONTENIDOS Y DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS A TRAVÉS DEL PORTAL.

8.5. Exclusión de garantías y de responsabilidad por la utilización del Portal, de los Servicios y de los Contenidos por los Usuarios

INFOCENTROS no tiene obligación de y no controla la utilización que los Usuarios hacen del Portal, de los Servicios y de los Contenidos. En particular, INFOCENTROS no garantiza que los Usuarios utilicen el Portal, los Servicios y los Contenidos de conformidad con estas Condiciones Generales y, en su caso, las Condiciones Particulares que resulten de aplicación, ni que lo hagan de forma diligente y prudente. INFOCENTROS tampoco tiene la obligación de verificar y no verifica la identidad de

los Usuarios, ni la veracidad, vigencia, exhaustividad y/o autenticidad de los datos que los Usuarios proporcionan sobre sí mismos a otros Usuarios.

INFOCENTROS EXCLUYE CUALQUIER RESPONSABILIDAD Y NO SE HACE RESPONSABLE DE MANERA DIRECTA O INDIRECTA POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUDIERAN DEBERSE A LA UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS Y DE LOS CONTENIDOS POR PARTE DE LOS USUARIOS O QUE PUEDAN DEBERSE A LA FALTA DE VERACIDAD, VIGENCIA, EXHAUSTIVIDAD Y/O AUTENTICIDAD DE LA INFORMACIÓN QUE LOS USUARIOS PROPORCIONAN A OTROS USUARIOS ACERCA DE SÍ MISMOS Y, EN PARTICULAR, AUNQUE NO DE FORMA EXCLUSIVA, POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DE TODA NATURALEZA QUE PUEDAN DEBERSE A LA SUPLANTACIÓN DE LA PERSONALIDAD DE UN TERCERO EFECTUADA POR UN USUARIO EN CUALQUIER CLASE DE COMUNICACIÓN REALIZADA A TRAVÉS DEL PORTAL.

9. NO LICENCIA, PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

INFOCENTROS no concede ninguna licencia o autorización de uso de ninguna clase sobre sus derechos de propiedad industrial e intelectual o sobre cualquier otra propiedad o derecho relacionado con el Portal, los Servicios o los Contenidos.

1. El Cliente usuario reconoce que los elementos y utilidades integrados dentro del portal de Infocentros están protegidos por la legislación sobre derechos de autor y que los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre los mismos corresponden a INFOCENTROS. En consecuencia, el Usuario se compromete a respetar los términos y condiciones establecidos por las presentes Condiciones Generales de Uso, siendo el único responsable de su incumplimiento frente a Terceros.
2. El Usuario reconoce que la reproducción, modificación, distribución, comercialización, descompilación, desensamblado, utilización de técnicas de ingeniería inversa o de cualquier otro medio para obtener el código fuente de la barra, transformación o publicación de cualquier resultado de pruebas de referencias no autorizadas de cualquiera de los elementos y utilidades integradas dentro del portal de Infocentros constituye una infracción de los derechos de propiedad intelectual de Infocentros, obligándose, en consecuencia, a no realizar ninguna de las acciones mencionadas.
3. El título y los derechos de propiedad sobre el portal de Infocentros serán en todo caso titularidad de Infocentros, de tal forma que el Cliente se compromete a no suprimir o alterar cualquier signo distintivo utilizado como marca o nombre comercial (gráfico, logotipo, etc.), elemento protegido por el derecho de autor u otros avisos, señales de

propaganda, leyendas, símbolos o etiquetas de Infocentros que aparezcan en el portal de Infocentros.

4. Asimismo, el Usuario reconoce que la información a la cual puede acceder a través del servicio, puede estar protegida por derechos de propiedad intelectual, industrial o de otra índole. Salvo acuerdo particular entre las partes, el Usuario se compromete a utilizar dicha información exclusivamente para sus propias necesidades y a no realizar directa o indirectamente una explotación comercial de los servicios a los que tiene acceso o de los resultados obtenidos gracias a la utilización del portal.

5. El Usuario se obliga a no utilizar las facilidades y capacidades del portal para realizar o sugerir actividades prohibidas por la ley o para intentar atraer a los Clientes y/o Usuarios del servicio hacia otros servicios competidores. Asimismo el Usuario se hace responsable de extender el cumplimiento de estas cláusulas a toda aquella persona autorizada por él a usar el servicio.

6. El Usuario se abstendrá de llevar a cabo cualquier conducta en el uso del portal que atente contra los derechos de propiedad intelectual o industrial de INFOCENTROS o de terceros, o que vulnere o transgreda el honor, la intimidad personal o familiar o la imagen de terceros, o que sean ilícitos o atenten a la moralidad, y dejará en todo caso indemne a INFOCENTROS frente a cualquier reclamación, judicial o extrajudicial que se presente frente a ella como consecuencia de dicho uso.

7. El Usuario se abstendrá de llevar a cabo por medio del uso del portal cualquier destrucción, alteración, inutilización o daños de los datos, programas o documentos electrónicos pertenecientes a INFOCENTROS, a sus proveedores o a terceros, así como de introducir o difundir en la Red programas, virus, applets, controles Active X o cualquier instrumento o dispositivo físico o electrónico que causen o sean susceptibles de causar cualquier tipo de alteración en la Red, en el sistema, o en los equipos de terceros. Igualmente, queda expresamente prohibida cualquier tipo de actividad o práctica que transgreda los principios de buena conducta aceptados generalmente entre los usuarios de Internet.

10. DENEGACIÓN Y RETIRADA DEL ACCESO AL PORTAL Y/O A LOS SERVICIOS

INFOCENTROS se reserva el derecho a denegar o retirar el acceso al Portal y/o a los Servicios, en cualquier momento y sin necesidad de preaviso a aquellos Usuarios que incumplan estas Condiciones Generales o las Condiciones Particulares que resulten de aplicación.

Resuelto el servicio, INFOCENTROS mantendrá durante quince días calendario la

información almacenada por o para el Usuario en su servidor, transcurridos los cuales INFOCENTROS procederá al borrado de los mismos sin que por este hecho pueda exigírsele responsabilidad alguna.

11. PROCEDIMIENTO EN CASO DE REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE CARÁCTER ILÍCITO

En el caso de que cualquier Usuario o un tercero considere que existen hechos o circunstancias que revelen el carácter ilícito de la utilización de cualquier contenido y/o de la realización de cualquier actividad en las páginas web incluidas en o accesibles a través del Portal, y, en particular, de la violación de derechos de propiedad intelectual o industrial (patentes, modelos y dibujos industriales, marcas y nombres comerciales, etc.) u otros derechos, deberá enviar una notificación a INFOCENTROS en la que se contengan los siguientes extremos: (a) datos personales: nombre, dirección, número de teléfono y dirección de correo electrónico del reclamante; (b) especificación de la supuesta actividad ilícita llevada a cabo en el Portal y, en particular, cuando se trate de una supuesta violación de derechos, indicación precisa y concreta de los contenidos protegidos así como de su localización en las páginas web; (c) hechos o circunstancias que revelan el carácter ilícito de dicha actividad; (d) en el supuesto de violación de derechos, firma auténtica o equivalente, con los datos personales del titular de los derechos supuestamente infringidos o de la persona autorizada para actuar en nombre y por cuenta de ésta; (e) declaración expresa, clara y bajo la responsabilidad del reclamante de que la información proporcionada en la notificación es exacta y del carácter ilícito de la utilización de los contenidos o de la realización de las actividades descritas.

Estas notificaciones deberán ser enviadas a: legales@infocentros.org.sv

12. COMUNICACIONES.

INFOCENTROS podrá dirigir al Usuario sus comunicaciones bien por correo postal, correo electrónico o divulgación pública de las mismas por cualquier medio de difusión. De igual forma, el Usuario podrá dirigir sus comunicaciones a INFOCENTROS por medio de correo postal, dirigido al domicilio social de la Asociación, o correo electrónico, dirigido al buzón de atención al Usuario y/o Cliente.

13. DURACIÓN Y TERMINACIÓN

La prestación del servicio de Portal y de los demás Servicios tiene, en principio, una duración indefinida. INFOCENTROS, no obstante, está autorizada para dar por

terminada o suspender la prestación del servicio del Portal y/o de cualquiera de los Servicios en cualquier momento, sin perjuicio de lo que se hubiere dispuesto al respecto en las correspondientes Condiciones Particulares. Cuando ello sea razonablemente posible, INFOCENTROS advertirá previamente la terminación o suspensión de la prestación del servicio de Portal y de los demás Servicios.

14. LEY APLICABLE Y JURISDICCIÓN

Estas Condiciones Generales se rigen por las leyes de la República El Salvador. INFOCENTROS y el Usuario, renuncian expresamente a cualquier otro fuero, y se someten a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de la Ciudad de San Salvador, República de El Salvador.

Para cualquier sugerencia o propuesta de colaboración escríbanos por correo electrónico a sugerencias@infocentros.org.sv

REPÚBLICA DE
COLOMBIA

LEY 527 DE 1999
(agosto 18)

“Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”.

Ejemplar distribuido por www.sociedaddigital.org

Ley Número 527 de 1999 (agosto 18)

Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.

Parte I - Parte General

Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 1: *Ámbito de aplicación*

La presente ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en los siguientes casos:

1. En las obligaciones contraídas por el Estado colombiano en virtud de Convenios o Tratados internacionales.
2. En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas en cierto tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.

Artículo 2: *Definiciones*

Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

Mensaje de datos

La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax

Comercio electrónico

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

Firma digita

Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje, permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación;

Entidad de certificación

Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente Ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales.

Intercambio electrónico de datos (EDI)

La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto;

Sistema de información

Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

Artículo 3: Interpretación

En la interpretación de la presente ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional, la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.

Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente ley y que no estén expresamente resueltas en ella, serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira.

Artículo 4: Modificación mediante acuerdo

Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre partes que generan, envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del Capítulo III, Parte I, podrán ser modificadas mediante acuerdo.

Artículo 5: Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos

No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a todo tipo de información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos.

Capítulo II. Aplicación de los requisitos jurídicos de los mensajes de datos

Artículo 6: Escrito

Cuando cualquier norma requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si la información que éste contiene es accesible para su posterior consulta.

Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas prevén consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito.

Artículo 7: Firma

Cuando cualquier norma exija la presencia de una firma o establezca ciertas consecuencias en ausencia de la misma, en relación con un mensaje de datos, se entenderá satisfecho dicho requerimiento si:

1. Se ha utilizado un método que permita identificar al iniciador de un mensaje de datos y para indicar que el contenido cuenta con su aprobación.
2. Que el método sea tanto confiable como apropiado para el propósito por el cual el mensaje fue generado o comunicado.
3. Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas simplemente prevén consecuencias en el caso de que no exista una firma.

Artículo 8: Original

Cuando cualquier norma requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos, si:

1. Existe alguna garantía confiable de que se ha conservado la integridad de la información, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos o en alguna otra forma;
2. De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona que se deba presentar.

Lo dispuesto en este artículo se aplicará tanto si el requisito establecido en cualquier norma constituye una obligación, como si las normas simplemente prevén consecuencias en el caso de que la información no sea presentada o conservada en su forma original.

Artículo 9: Integridad de un mensaje de datos

Para efectos del artículo anterior, se considerará que la información consignada en un mensaje de datos es íntegra, si ésta ha permanecido completa e inalterada, salvo la adición de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de comunicación, archivo o presentación. El grado de confiabilidad requerido, será determinado a la luz de los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias relevantes del caso.

Artículo 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.

Artículo 11: Criterio para valorar probatoriamente un mensaje de datos

Para la valoración de la fuerza probatoria de los mensajes de datos a que se refiere esta ley, se tendrán en cuenta las reglas de la sana crítica y demás criterios reconocidos legalmente para la apreciación de las pruebas. Por consiguiente habrán de tenerse en cuenta: la confiabilidad en la forma en la que se haya generado, archivado o comunicado el mensaje, la confiabilidad en la forma en que se haya conservado la integridad de la información, la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente.

Artículo 12: Conservación de los mensajes de datos y documentos

Cuando la Ley requiera que ciertos documentos, registros o informaciones sean conservados, ese requisito quedará satisfecho, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

1. Que la información que contengan sea accesible para su posterior consulta;
2. Que el mensaje de datos o el documento sea conservado en el formato en que se haya generado, enviado o recibido o en algún formato que permita demostrar que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida, y
3. Que se conserve, de haber alguna, toda información que permita determinar el origen, el destino del mensaje, la fecha y la hora en que fue enviado o recibido el mensaje o producido el documento.

No estará sujeta a la obligación de conservación, la información que tenga por única finalidad facilitar el envío o recepción de los mensajes de datos.

Los libros y papeles del comerciante podrán ser conservados en cualquier medio técnico que garantice su reproducción exacta.

Artículo 13: Conservación de mensajes de datos y archivo de documentos a través de terceros

El cumplimiento de la obligación de conservar documentos, registros o informaciones en mensajes de datos, se podrá realizar directamente o a través de terceros, siempre y cuando se cumplan las condiciones enunciadas en el artículo anterior.

Capítulo III. Comunicación de los mensajes de datos

Artículo 14: Formación y validez de los contratos

En la formación del contrato, salvo acuerdo expreso entre las partes, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos.

Artículo 15: Reconocimiento de los mensajes de datos por las partes

En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de un mensaje de datos, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos.

Artículo 16: Atribución de un mensaje de datos

Se entenderá que un mensaje de datos proviene del iniciador, cuando éste ha sido enviado por:

1. El propio iniciador.
2. Por alguna persona facultada para actuar en nombre del iniciador respecto de ese mensaje, o
3. Por un sistema de información programado por el iniciador o en su nombre para que opere automáticamente.

Artículo 17: Presunción del origen de un mensaje de datos

Se presume que un mensaje de datos ha sido enviado por el iniciador, cuando:

1. Haya aplicado en forma adecuada el procedimiento acordado previamente con el iniciador, para establecer que el mensaje de datos provenía efectivamente de éste, o
2. El mensaje de datos que reciba el destinatario resulte de los actos de una persona cuya relación con el iniciador, o con algún mandatario suyo, le haya dado acceso a algún método utilizado por el iniciador para identificar un mensaje de datos como propio.

Artículo 18: Concordancia del mensaje de datos enviado con el mensaje de datos recibido

Siempre que un mensaje de datos provenga del iniciador o que se entienda que proviene de él, o siempre que el destinatario tenga derecho a actuar con arreglo a este supuesto, en las relaciones entre el iniciador y el destinatario, éste último tendrá derecho a considerar que el mensaje de datos recibido corresponde al que quería enviar el iniciador, y podrá proceder en consecuencia.

El destinatario no gozará de este derecho si sabía o hubiera sabido, de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que la transmisión había dado lugar a un error en el mensaje de datos recibido.

Artículo 19: Mensajes de datos duplicados

Se presume que cada mensaje de datos recibido es un mensaje de datos diferente, salvo en la medida en que duplique otro mensaje de datos, y que el destinatario sepa, o debiera saber, de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el nuevo mensaje de datos era un duplicado.

Artículo 20: Acuse de recibo

Si al enviar o antes de enviar un mensaje de datos, el iniciador solicita o acuerda con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos, pero no se ha acordado entre éstos una forma o método determinado para efectuarlo, se podrá acusar recibo mediante:

1. Toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o
2. Todo acto del destinatario que baste para indicar al iniciador que se ha recibido el mensaje de datos.

Si el iniciador ha solicitado o acordado con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos, y expresamente aquél ha indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se considerará que el mensaje de datos no ha sido enviado en tanto que no se haya recepcionado el acuse de recibo.

Artículo 21: Presunción de recepción de un mensaje de datos

Cuando el iniciador recepcione acuse recibo del destinatario, se presumirá que éste ha recibido el mensaje de datos.

Esa presunción no implicará que el mensaje de datos corresponda al mensaje recibido. Cuando en el acuse de recibo se indique que el mensaje de datos recepcionado cumple con los requisitos técnicos convenidos o enunciados en alguna norma técnica aplicable, se presumirá que ello es así.

Artículo 22: Efectos jurídicos

Los artículos 20 y 21 únicamente rigen los efectos relacionados con el acuse de recibo. Las consecuencias jurídicas del mensaje de datos se regirán conforme a las normas aplicables al acto o negocio jurídico contenido en dicho mensaje de datos.

Artículo 23: Tiempo del envío de un mensaje de datos

De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando ingrese en un sistema de información que no esté bajo control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre de éste.

Artículo 24: Tiempo de la recepción de un mensaje de datos

De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el momento de la recepción de un mensaje de datos se determinará como sigue:

1. Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensaje de datos, la recepción tendrá lugar:
 1. En el momento en que ingrese el mensaje de datos en el sistema de información designado; o
 2. De enviarse el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información designado, en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos;
2. Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar cuando el mensaje de datos ingrese a un sistema de información del destinatario.

Lo dispuesto en este artículo será aplicable aun cuando el sistema de información esté ubicado en lugar distinto de donde se tenga por recibido el mensaje de datos conforme al artículo siguiente.

Artículo 25: Lugar del envío y recepción del mensaje de datos

De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente artículo:

1. Si el iniciador o destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal.
2. Si el iniciador o el destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual.

Parte II - Comercio electrónico en materia de transporte de mercancías

Artículo 26: Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías

Sin perjuicio de lo dispuesto en la parte I de la presente ley, este capítulo será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea taxativa:

1. Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías.
 2. Declaración de la naturaleza o valor de las mercancías.
 3. Emisión de un recibo por las mercancías.
 4. Confirmación de haberse completado el embarque de las mercancías.
 5. Notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato.
 6. Comunicación de instrucciones al transportador.
 7. Reclamación de la entrega de las mercancías.
 8. Autorización para proceder a la entrega de las mercancías.
 9. Notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido;
2. Cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato;

3. Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega;
4. Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías;
5. Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.

Artículo 27: Documentos de transporte

Con sujeción a lo dispuesto en el inciso tercero (3) del presente artículo, en los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el artículo 26 se lleve a cabo por escrito o mediante documento emitido en papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.

El inciso anterior será aplicable, tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación o si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no se lleve a cabo el acto por escrito o mediante un documento emitido en papel.

Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiera alguna obligación, y la ley requiera que, para que ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío o utilización de un documento emitido en papel, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la obligación se transfiere mediante la utilización de uno o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método confiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.

Para los fines del inciso tercero, el nivel de confiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se transfirió el derecho o la obligación y de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.

Cuando se utilicen uno o más mensajes de datos para llevar a cabo alguno de los actos enunciados en los incisos f) y g) del artículo 26, no será válido ningún documento emitido en papel para llevar a cabo cualquiera de esos actos, a menos que se haya puesto fin al uso de mensajes de datos para sustituirlo por el de documentos emitidos en papel. Todo documento con soporte en papel que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración en tal sentido. La sustitución de mensajes de datos por documentos emitidos en papel no afectará los derechos ni las obligaciones de las partes.

Cuando se aplique obligatoriamente una norma jurídica a un contrato de transporte de mercancías que esté consignado, o del que se haya dejado constancia en un documento emitido en papel, esa norma no dejará de aplicarse a dicho contrato de transporte de mercancías del que se haya dejado constancia en uno o más mensajes

de datos por razón de que el contrato conste en ese mensaje o esos mensajes de datos en lugar de constar en documentos emitidos en papel.

PARTE III - Firmas digitales, certificados y entidades de certificación

Capítulo I - Firmas digitales

Artículo 28: Atributos jurídicos de una firma digital

Cuando una firma digital haya sido fijada en un mensaje de datos se presume que el suscriptor de aquella tenía la intención de acreditar ese mensaje de datos y de ser vinculado con el contenido del mismo.

Parágrafo. El uso de una firma digital tendrá la misma fuerza y efectos que el uso de una firma manuscrita, si aquella incorpora los siguientes atributos:

1. Es única a la persona que la usa.
2. Es susceptible de ser verificada.
3. Está bajo el control exclusivo de la persona que la usa.
4. Está ligada a la información o mensaje, de tal manera que si éstos son cambiados, la firma digital es invalidada.
5. Está conforme a las reglamentaciones adoptadas por el Gobierno Nacional.

Capítulo II - Entidades de certificación

Artículo 29: Características y requerimientos de las entidades de certificación

Podrán ser entidades de certificación, las personas jurídicas, tanto públicas como privadas, de origen nacional o extranjero y las cámaras de comercio, que previa solicitud sean autorizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio y que cumplan con los requerimientos establecidos por el Gobierno Nacional, con base en las siguientes condiciones:

1. Contar con la capacidad económica y financiera suficiente para prestar los servicios autorizados como entidad de certificación.
2. Contar con la capacidad y elementos técnicos necesarios para la generación de firmas digitales, la emisión de certificados sobre la autenticidad de las mismas y la conservación de mensajes de datos en los términos establecidos en esta ley.

3. Los representantes legales y administradores no podrán ser personas que hayan sido condenadas a pena privativa de la libertad, excepto por delitos políticos o culposos; o que hayan sido suspendidas en el ejercicio de su profesión por falta grave contra la ética o hayan sido excluidas de aquélla. Esta inhabilidad estará vigente por el mismo período que la ley penal o administrativa señale para el efecto.

Artículo 30: Actividades de las entidades de certificación

Las entidades de certificación autorizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio para prestar sus servicios en el país, podrán realizar, entre otras, las siguientes actividades:

1. Emitir certificados en relación con las firmas digitales de personas naturales o jurídicas.
2. Emitir certificados sobre la verificación respecto de la alteración entre el envío y recepción del mensaje de datos.
3. Emitir certificados en relación con la persona que posea un derecho u obligación con respecto a los documentos enunciados en los literales f) y g) del artículo 26 de la presente Ley.
4. Ofrecer o facilitar los servicios de creación de firmas digitales certificadas.
5. Ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico en la generación, transmisión y recepción de mensajes de datos.
6. Ofrecer los servicios de archivo y conservación de mensajes de datos.

Artículo 31: Remuneración por la prestación de servicios

La remuneración por los servicios de las entidades de certificación serán establecidos libremente por éstas.

Artículo 32: Deberes de las entidades de certificación

Las entidades de certificación tendrán, entre otros, los siguientes deberes:

1. Emitir certificados conforme a lo solicitado o acordado con el suscriptor;
2. Implementar los sistemas de seguridad para garantizar la emisión y creación de firmas digitales, la conservación y archivo de certificados y documentos en soporte de mensaje de datos;
3. Garantizar la protección, confidencialidad y debido uso de la información suministrada por el suscriptor;

4. Garantizar la prestación permanente del servicio de entidad de certificación;
5. Atender oportunamente las solicitudes y reclamaciones hechas por los suscriptores;
6. Efectuar los avisos y publicaciones conforme a lo dispuesto en la ley;
7. Suministrar la información que le requieran las entidades administrativas competentes o judiciales en relación con las firmas digitales y certificados emitidos y en general sobre cualquier mensaje de datos que se encuentre bajo su custodia y administración;
8. Permitir y facilitar la realización de las auditorías por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio;
9. Elaborar los reglamentos que definen las relaciones con el suscriptor y la forma de prestación del servicio;
10. Llevar un registro de los certificados.

Artículo 33: Terminación unilateral

Salvo acuerdo entre las partes, la entidad de certificación podrá dar por terminado el acuerdo de vinculación con el suscriptor dando un preaviso no menor de noventa (90) días. Vencido este término, la entidad de certificación revocará los certificados que se encuentren pendientes de expiración.

Igualmente, el suscriptor podrá dar por terminado el acuerdo de vinculación con la entidad de certificación dando un preaviso no inferior a treinta (30) días.

Artículo 34: Cesación de actividades por parte de las entidades de certificación

Las entidades de certificación autorizadas pueden cesar en el ejercicio de actividades, siempre y cuando hayan recibido autorización por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Capítulo III - Certificados

Artículo 35: Contenido de los certificados

Un certificado emitido por una entidad de certificación autorizada, además de estar firmado digitalmente por ésta, debe contener por lo menos lo siguiente:

1. Nombre, dirección y domicilio del suscriptor.
2. Identificación del suscriptor nombrado en el certificado.

3. El nombre, la dirección y el lugar donde realiza actividades la entidad de certificación.
4. La clave pública del usuario.
5. La metodología para verificar la firma digital del suscriptor impuesta en el mensaje de datos.
6. El número de serie del certificado.
7. Fecha de emisión y expiración del certificado.

Artículo 36: Aceptación de un certificado

Salvo acuerdo entre las partes, se entiende que un suscriptor ha aceptado un certificado cuando la entidad de certificación, a solicitud de éste o de una persona en nombre de éste, lo ha guardado en un repositorio.

Artículo 37: Revocación de certificados

El suscriptor de una firma digital certificada, podrá solicitar a la entidad de certificación que expidió un certificado, la revocación del mismo. En todo caso, estará obligado a solicitar la revocación en los siguientes eventos:

1. Por pérdida de la clave privada.
2. La clave privada ha sido expuesta o corre peligro de que se le dé un uso indebido.

Si el suscriptor no solicita la revocación del certificado en el evento de presentarse las anteriores situaciones, será responsable por las pérdidas o perjuicios en los cuales incurran terceros de buena fe exenta de culpa que confiaron en el contenido del certificado.

Una entidad de certificación revocará un certificado emitido por las siguientes razones:

1. A petición del suscriptor o un tercero en su nombre y representación.
2. Por muerte del suscriptor.
3. Por liquidación del suscriptor en el caso de las personas jurídicas.
4. Por la confirmación de que alguna información o hecho contenido en el certificado es falso.

5. La clave privada de la entidad de certificación o su sistema de seguridad ha sido comprometido de manera material que afecte la confiabilidad del certificado.
6. Por el cese de actividades de la entidad de certificación, y
7. Por orden judicial o de entidad administrativa competente.

Artículo 38: Término de conservación de los registros

Los registros de certificados expedidos por una entidad de certificación deben ser conservados por el término exigido en la ley que regule el acto o negocio jurídico en particular.

Capítulo IV - Suscriptores de firmas digitales

Artículo 39: Deberes de los suscriptores

Son deberes de los suscriptores:

1. Recibir la firma digital por parte de la entidad de certificación o generarla, utilizando un método autorizado por ésta.
2. Suministrar la información que requiera la entidad de certificación.
3. Mantener el control de la firma digital.
4. Solicitar oportunamente la revocación de los certificados.

Artículo 40: Responsabilidad de los suscriptores

Los suscriptores serán responsables por la falsedad, error u omisión en la información suministrada a la entidad de certificación y por el incumplimiento de sus deberes como suscriptor.

Capítulo V - Superintendencia de Industria y Comercio

Artículo 41: Funciones de la Superintendencia

La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las facultades que legalmente le han sido asignadas respecto de las entidades de certificación, y adicionalmente tendrá las siguientes funciones:

1. Autorizar la actividad de las entidades de certificación en el territorio nacional.

2. Velar por el funcionamiento y la eficiente prestación del servicio por parte de las entidades de certificación.
3. Realizar visitas de auditoría a las entidades de certificación.
4. Revocar o suspender la autorización para operar como entidad de certificación.
5. Solicitar la información pertinente para el ejercicio de sus funciones.
6. Imponer sanciones a las entidades de certificación en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.
7. Ordenar la revocación de certificados cuando la entidad de certificación los emita sin el cumplimiento de las formalidades legales.
8. Designar los repositorios y entidades de certificación en los eventos previstos en la ley.
9. Emitir certificados en relación con las firmas digitales de las entidades de certificación.
10. Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección del consumidor, en los mercados atendidos por las entidades de certificación.
11. Impartir instrucciones sobre el adecuado cumplimiento de las normas a las cuales deben sujetarse las entidades de certificación.

Artículo 42: Sanciones

La Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo con el debido proceso y el derecho de defensa, podrá imponer según la naturaleza y la gravedad de la falta, las siguientes sanciones a las entidades de certificación:

1. Amonestación.
2. Multas institucionales hasta por el equivalente a dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y personales a los administradores y representantes legales de las entidades de certificación, hasta por trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes, cuando se les compruebe que han autorizado, ejecutado o tolerado conductas violatorias de la ley.
3. Suspender de inmediato todas o algunas de las actividades de la entidad infractora.

4. Prohibir a la entidad de certificación infractora prestar directa o indirectamente los servicios de entidad de certificación hasta por el término de cinco (5) años.
5. Revocar definitivamente la autorización para operar como entidad de certificación.

Capítulo VI - Disposiciones varias

Artículo 43: Certificaciones recíprocas

Los certificados de firmas digitales emitidos por entidades de certificación extranjeras, podrán ser reconocidos en los mismos términos y condiciones exigidos en la ley para la emisión de certificados por parte de las entidades de certificación nacionales, siempre y cuando tales certificados sean reconocidos por una entidad de certificación autorizada que garantice en la misma forma que lo hace con sus propios certificados, la regularidad de los detalles del certificado, así como su validez y vigencia.

Artículo 44: Incorporación por remisión.

Salvo acuerdo en contrario entre las partes, cuando en un mensaje de datos se haga remisión total o parcial a directrices, normas, estándares, acuerdos, cláusulas, condiciones o términos fácilmente accesibles con la intención de incorporarlos como parte del contenido o hacerlos vinculantes jurídicamente, se presume que esos términos están incorporados por remisión a ese mensaje de datos. Entre las partes y conforme a la ley, esos términos serán jurídicamente válidos como si hubieran sido incorporados en su totalidad en el mensaje de datos.

Parte IV - Reglamentación y vigencia

Artículo 45

La Superintendencia de Industria y Comercio contará con un término adicional de doce (12) meses, contados a partir de la publicación de la presente ley, para organizar y asignar a una de sus dependencias la función de inspección, control y vigilancia de las actividades realizadas por las entidades de certificación, sin perjuicio de que el Gobierno Nacional cree una unidad especializada dentro de ella para tal efecto.

Artículo 46: Prevalencia de las leyes de protección al consumidor

La presente Ley se aplicará sin perjuicio de las normas vigentes en materia de protección al consumidor.

Artículo 47: Vigencia y Derogatorias

La presente ley rige desde la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Dada en Santa Fe de Bogotá, D.C. a 18 de Agosto de 1999.

**DECRETO NÚMERO 1747 DE
2000**

(11 Septiembre de 2000)

"Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 527 de 1999, en lo relacionado con las entidades de certificación, los certificados y las firmas digitales".

Ejemplar distribuido por www.sociedaddigital.org

**EL PRESIDENTE DE LA
REPÚBLICA DE COLOMBIA,**

en ejercicio de las facultades constitucionales y legales, en especial de las conferidas en el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y en desarrollo de lo previsto en la Ley 527 de 1999,

DECRETA:

CAPÍTULO I. Aspectos generales

ART. 1º. Definiciones. Para efectos del presente decreto se entenderá por:

1. Iniciador: persona que actuando por su cuenta, o en cuyo nombre se haya actuado, envíe o genere un mensaje de datos.
2. Suscriptor: persona a cuyo nombre se expide un certificado.
3. Repositorio: sistema de información utilizado para almacenar y recuperar certificados y otra información relacionada con los mismos.
4. Clave privada: valor o valores numéricos que, utilizados conjuntamente con un procedimiento matemático conocido, sirven para generar la firma digital de un mensaje de datos.
5. Clave pública: valor o valores numéricos que son utilizados para verificar que una firma digital fue generada con la clave privada del iniciador.
6. Certificado en relación con las firmas digitales: mensaje de datos firmado por la entidad de certificación que identifica, tanto a la entidad de certificación que lo expide, como al suscriptor y contiene la clave pública de éste.
7. Estampado cronológico: mensaje de datos firmado por una entidad de certificación que sirve para verificar que otro mensaje de datos no ha cambiado en un período que comienza en la fecha y hora en que se presta el servicio y termina en la fecha en que la firma del mensaje de datos generado por el prestador del servicio de estampado, pierde validez.
8. Entidad de certificación cerrada: entidad que ofrece servicios propios de las entidades de certificación sólo para el intercambio de mensajes entre la entidad y el suscriptor, sin exigir remuneración por ello.
9. Entidad de certificación abierta: la que ofrece servicios propios de las entidades de certificación, tales que:
 - a) Su uso no se limita al intercambio de mensajes entre la entidad y el suscriptor, o
 - b) Recibe remuneración por éstos.
10. Declaración de prácticas de certificación, DPC: manifestación de la entidad de certificación sobre las políticas y procedimientos que aplica para la prestación de sus servicios.

ART. 2º. Sistema confiable. Los sistemas utilizados para el ejercicio de las actividades de certificación se considerarán confiables si satisfacen los estándares establecidos por la Superintendencia de Industria y Comercio.

CAPÍTULO II. De las entidades de certificación y certificados digitales

Sección I. De las entidades de certificación cerradas

ART. 3º. Acreditación de requisitos de las entidades de certificación cerradas. Quienes pretendan realizar las actividades propias de las entidades de certificación cerradas deberán acreditar ante la Superintendencia de Industria y Comercio que:

1. Los administradores y representantes legales no están incurso en las causales de inhabilidad previstas en el literal c) del artículo 29 de la Ley 527 de 1999, y
2. Están en capacidad de cumplir los estándares mínimos que fije la Superintendencia de Industria y Comercio de acuerdo a los servicios ofrecidos.

ART. 4º. Información en certificados. Los certificados emitidos por las entidades de certificación cerradas deberán indicar expresamente que sólo podrán ser usados entre la entidad emisora y el suscriptor. Las entidades deberán informar al suscriptor de manera clara y expresa, previa expedición de los certificados, que éstos no cumplen los requisitos del artículo 15 del presente decreto.

Sección II. De las entidades de certificación abiertas

ART. 5º. Acreditación de requisitos de las entidades de certificación abiertas. Quienes pretendan realizar las actividades propias de las entidades de certificación abiertas deberán particularizarlas y acreditar ante la Superintendencia de Industria y Comercio:

1. Personería jurídica o condición de notario o cónsul. Cuando se trate de una entidad extranjera, se deberá acreditar el cumplimiento de los requisitos contemplados en el libro segundo, título VIII del Código de Comercio para las sociedades extranjeras que pretendan ejecutar negocios permanentes en territorio colombiano. Igualmente deberá observarse lo establecido en el artículo 48 del Código de Procedimiento Civil.
2. Que los administradores y representantes legales no están incurso en las causales de inhabilidad previstas en el literal c) del artículo 29 de la Ley 527 de 1999.
3. Declaración de prácticas de certificación , DPC, satisfactoria, de acuerdo con los requisitos establecidos por la Superintendencia de Industria y Comercio.

4. Patrimonio mínimo de 400 salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la autorización.
5. Constitución de las garantías previstas en este decreto.
6. Infraestructura y recursos por lo menos en la forma exigida en el artículo 9º de este decreto.
7. Informe inicial de auditoría satisfactorio a juicio de la misma superintendencia.
8. Un mecanismo de ejecución inmediata para revocar los certificados digitales expedidos a los suscriptores, a petición de estos o cuando se tenga indicios de que ha ocurrido alguno de los eventos previstos en el artículo 37 de la Ley 527 de 1999.

PAR. 1º. La Superintendencia de Industria y Comercio tendrá la facultad de solicitar ampliación o aclaración sobre los puntos que estime conveniente.

PAR. 2º. Si se solicita autorización para certificaciones recíprocas, se deberán acreditar adicionalmente la entidad reconocida, los certificados reconocidos y el tipo de certificados al cual se remite, la vigencia y los términos del reconocimiento.

ART. 6º. Declaración de prácticas de certificación, DPC. La Superintendencia de Industria y Comercio definirá el contenido de la declaración de prácticas de certificación, DPC, la cual deberá incluir, al menos lo siguiente:

1. Identificación de la entidad de certificación.
2. Política de manejo de los certificados.
3. Obligaciones de la entidad y de los suscriptores del certificado y precauciones que deben observar los terceros.
4. Manejo de la información suministrada por los suscriptores.
5. Garantías que ofrece para el cumplimiento de las obligaciones que se deriven de sus actividades.
6. Límites de responsabilidad por el ejercicio de su actividad.
7. Tarifas de expedición y revocación de certificados.
8. Procedimientos de seguridad para el manejo de los siguientes eventos:
 - a) Cuando la seguridad de la clave privada de la entidad de certificación se ha visto comprometida;

- b) Cuando el sistema de seguridad de la entidad de certificación ha sido vulnerado;
 - c) Cuando se presenten fallas en el sistema de la entidad de certificación que comprometan la prestación del servicio;
 - d) Cuando los sistemas de cifrado pierdan vigencia por no ofrecer el nivel de seguridad contratados por el suscriptor.
9. El plan de contingencia encaminado a garantizar la continuidad del servicio de certificación.
10. Modelos y minutas de los contratos que utilizarán con los usuarios.
11. Política de manejo de otros servicios que fuere a prestar, detallando sus condiciones.

ART. 7º. Patrimonio mínimo. Para determinar el patrimonio mínimo, sólo se tomarán en cuenta las cuentas patrimoniales de capital suscrito y pagado, reserva legal, superávit por prima en colocación de acciones y se deducirán las pérdidas acumuladas y las del ejercicio en curso.

El patrimonio mínimo deberá acreditarse:

1. En el caso de personas jurídicas, por medio de estados financieros, con una antigüedad no superior a 6 meses, certificados por el representante legal y el revisor fiscal si lo hubiere.
2. Tratándose de entidades públicas, por medio del proyecto de gastos y de inversión que generará la actividad de certificación, conjuntamente con los certificados de disponibilidad presupuestal que acrediten la apropiación de recursos para dicho fin.
3. Para las sucursales de entidades extranjeras, por medio del capital asignado.
4. En el caso de los notarios y cónsules, por medio de los recursos dedicados exclusivamente a la actividad de entidad de certificación.

ART. 8º. Garantías. La entidad debe contar con al menos una de las siguientes garantías:

1. Seguros vigentes que cumplan con los siguientes requisitos:
 - a) Ser expedidos por una entidad aseguradora autorizada para operar en Colombia. En caso de no ser posible lo anterior, por una entidad aseguradora del exterior que cuente con la autorización previa de la Superintendencia Bancaria;
 - b) Cubrir todos los perjuicios contractuales y extracontractuales de los suscriptores y terceros de buena fe exenta de culpa derivados de errores y omisiones, o de actos de

mala fe de los administradores, representantes legales o empleados de la certificadora en el desarrollo de las actividades para las cuales solicita autorización o cuenta con autorización;

c) Cubrir los anteriores riesgos por una cuantía asegurada por evento igual o superior al mayor entre:

i) 7.500 salarios mínimos mensuales legales por evento; o

ii) El límite de responsabilidad definido en las prácticas de certificación;

d) Incluir cláusula de restitución automática del valor asegurado, y

e) Incluir una cláusula que obligue a la entidad aseguradora a informar previamente a la Superintendencia de Industria y Comercio la terminación del contrato o las modificaciones que reduzcan el alcance o monto de la cobertura.

2. Contrato de fiducia con patrimonio autónomo que cumpla con las siguientes características:

a) Tener como objeto exclusivo el cubrimiento de las pérdidas sufridas por los suscriptores y terceros de buena fe exentos de culpa, que se deriven de los errores y omisiones o de actos de mala fe de los administradores, representantes legales o empleados de la certificadora en el desarrollo de las actividades para las cuales solicita o cuenta con autorización;

b) Contar con recursos suficientes para cubrir pérdidas por una cuantía por evento igual o superior al mayor entre:

i) 7.500 salarios mínimos mensuales legales por evento; o

ii) El límite de responsabilidad definido en las prácticas de certificación;

c) Que los fideicomitentes se obliguen a restituir los recursos de la fiducia en caso de una reclamación, por lo menos hasta el monto mínimo exigido en el punto anterior;

d) Que la fiduciaria se obligue a obtener permiso de la Superintendencia de Industria y Comercio, previamente a cualquier cambio en los reglamentos, disminución en el monto o alcance de la cobertura, así como para el retiro de fideicomitentes y para la terminación del contrato;

e) Que las inversiones estén representadas en títulos de renta fija, alta seguridad y liquidez emitidos o garantizados por la Nación, el Banco de la República o calificados como de mínimo riesgo por las sociedades calificadoras de riesgo.

La entidad que pretenda otorgar el reconocimiento recíproco, deberá acreditar la cobertura de las garantías requeridas en este decreto para los perjuicios que puedan causar los certificados reconocidos.

ART. 9º. Infraestructura y recursos. En desarrollo de lo previsto en el literal b) del artículo 29 de la Ley 527 de 1999, la entidad deberá contar con un equipo de personas, una infraestructura física y tecnológica y unos procedimientos y sistemas de seguridad, tales que:

1. Puedan generar las firmas digitales propias y todos los servicios para los que soliciten autorización.
2. Se garantice el cumplimiento de lo previsto en la declaración de prácticas de certificación, DPC.
3. Se pueda calificar el sistema como confiable de acuerdo con lo señalado en el artículo 2º del presente decreto.
4. Los certificados expedidos por las entidades de certificación cumplan con:
 - a) Lo previsto en el artículo 35 de la Ley 527 de 1999; y
 - b) Alguno de los estándares de certificados que admita de manera general la Superintendencia de Industria y Comercio.
5. Se garantice la existencia de sistemas de seguridad física en sus instalaciones, un monitoreo permanente de toda su planta física, y acceso restringido a los equipos que manejan los sistemas de operación de la entidad.
6. El manejo de la clave privada de la entidad esté sometido a un procedimiento propio de seguridad que evite el acceso físico o de otra índole a la misma, a personal no autorizado.
7. Cuenten con un registro de todas las transacciones realizadas, que permita identificar el autor de cada una de las operaciones.
8. Los sistemas que cumplan las funciones de certificación sólo sean utilizados con ese propósito y por lo tanto no puedan realizar ninguna otra función.
9. Todos los sistemas que participen directa o indirectamente en la función de certificación estén protegidos por sistemas y procedimientos de autenticación y seguridad de alto nivel de protección, que deben ser actualizados de acuerdo a los avances tecnológicos para garantizar la correcta prestación del servicio.

ART. 10. Infraestructura prestada por un tercero. Cuando quiera que la entidad de

certificación requiera o utilice infraestructura o servicios tecnológicos prestados por un tercero, los contratos deberán prever que la terminación de los mismos está condicionada a que la entidad haya implementado o contratado una infraestructura o servicio tecnológico que le permita continuar prestando sus servicios sin ningún perjuicio para los suscriptores. Si la terminación de dichos contratos supone el cese de operaciones, el prestador de infraestructura o servicios no podrá interrumpir sus servicios antes de vencerse el plazo para concluir el proceso previsto en el procedimiento autorizado por la Superintendencia de Industria y Comercio. Estos deben ser enviados con los demás documentos de la solicitud de autorización y remitidos cada vez que sean modificados.

La contratación de esta infraestructura o servicios no exime a la entidad certificadora de la presentación de los informes de auditoría previstos en este decreto, los cuales deben incluir los sistemas y seguridades de dicho prestador.

ART. 11. Informe de auditoría. El informe de auditoría dictaminará que la entidad de certificación actúa o está en capacidad de actuar, de acuerdo con los requerimientos de la Ley 527 de 1999, lo previsto en este decreto y en las normas que los sustituyan, complementen o reglamenten. Así mismo, evaluará todos los servicios a que hace referencia el literal d) del artículo 2º de la Ley 527 de 1999 y que sean prestados o pretenda prestar la entidad de certificación.

ART. 12. Requisitos de las firmas auditoras. La auditoría deberá ser realizada por una entidad del sistema nacional de normalización, certificación y metrología acreditada para el efecto por la Superintendencia de Industria y Comercio.

En caso de tratarse de entidades de certificación que requieran o utilicen infraestructura o servicios tecnológicos prestados desde el extranjero, la auditoría podrá ser realizada por una persona o entidad facultada para realizar este tipo de auditorías en el lugar donde se encuentra la infraestructura, siempre y cuando permita constatar el cumplimiento de lo señalado en el artículo anterior.

En caso de que no existan en el país al menos dos entidades acreditadas para llevar a cabo estas auditorías, las entidades de certificación nacionales podrán hacer uso de firmas de auditorías extranjeras, siempre y cuando el informe cumpla con las instrucciones impartidas por la Superintendencia de Industria y Comercio y la firma auditora se encuentre facultada para realizar este tipo de auditorías en su país de origen.

ART. 13. Deberes. Además de lo previsto en el artículo 32 de la Ley 527 de 1999, las entidades de certificación deberán:

1. Comprobar por sí o por medio de una persona diferente que actúe en nombre y por cuenta suya, la identidad y cualesquiera otras circunstancias de los solicitantes o de datos de los certificados, relevantes para los fines propios de su procedimiento de verificación previo a su expedición.

2. Mantener a disposición permanente del público la declaración de prácticas de certificación.
3. Cumplir cabalmente con las políticas de certificación acordadas con el suscriptor y con su declaración de prácticas de certificación, DPC.
4. Informar al suscriptor de los certificados que expide, su nivel de confiabilidad, los límites de responsabilidad, y las obligaciones que el suscriptor asume como usuario del servicio de certificación.
5. Garantizar la prestación permanente e ininterrumpida de los servicios autorizados, salvo las interrupciones que autorice la Superintendencia de Industria y Comercio.
6. Informar a la superintendencia de manera inmediata la ocurrencia de cualquier evento establecido en la declaración de prácticas de certificación, que comprometa la prestación del servicio.
7. Abstenerse de acceder o almacenar la clave privada del suscriptor.
8. Mantener actualizado el registro de los certificados revocados. Las entidades de certificación serán responsables de los perjuicios que se causen a terceros por incumplimiento de esta obligación.
9. Garantizar el acceso permanente y eficiente de los suscriptores y de terceros al repositorio de la entidad.
10. Disponer de una línea telefónica de atención permanente a suscriptores y terceros, que permita las consultas y la pronta solicitud de revocación de certificados por los suscriptores.
11. Garantizar la confidencialidad de la información que no figure en el certificado.
12. Conservar la documentación que respalda los certificados emitidos, por el término previsto en la ley para los papeles de los comerciantes y tomar las medidas necesarias para garantizar la integridad y la confidencialidad que le sean propias.
13. Informar al suscriptor dentro de las 24 horas siguientes, la suspensión del servicio o revocación de sus certificados.
14. Capacitar y advertir a los suscriptores de firmas y certificados digitales, sobre las medidas de seguridad que deben observar para la utilización de estos mecanismos.
15. Mantener el control exclusivo de su clave privada y establecer las seguridades necesarias para que no se divulgue o comprometa.

16. Remitir oportunamente a la Superintendencia de Industria y Comercio, la información prevista en este decreto.

17. Remover en el menor término que el procedimiento legal permita, a los administradores o representantes que resulten incurso en las causales establecidas en el literal c del artículo 29 de la Ley 527 de 1999.

18. Informar a los suscriptores o terceros que lo soliciten, sobre el tiempo y recursos computacionales requeridos para derivar la clave privada a partir de la clave pública contenida en los certificados en relación con las firmas digitales que expide la entidad.

19. Mantener actualizada la información registrada en la solicitud de autorización y enviar la información que la Superintendencia de Industria y Comercio establezca.

20. Cumplir con las demás instrucciones que establezca la Superintendencia de Industria y Comercio.

ART. 14. Certificaciones recíprocas. El reconocimiento de los certificados de firmas digitales emitidos por entidades de certificación extranjeras, realizado por entidades de certificación autorizadas para tal efecto en Colombia, se hará constar en un certificado expedido por estas últimas.

El efecto del reconocimiento de cada certificado, se limitará a las características propias del tipo de certificado reconocido y por el período de validez del mismo.

Los suscriptores de los certificados reconocidos y los terceros tendrán idénticos derechos que los suscriptores y terceros respecto de los certificados propios de la entidad que hace el reconocimiento.

PAR. La Superintendencia de Industria y Comercio determinará el contenido mínimo de los certificados recíprocos.

ART. 15. Uso del certificado digital. Cuando quiera que un suscriptor firme digitalmente un mensaje de datos con su clave privada, y la respalde mediante un certificado digital, se darán por satisfechos los atributos exigidos para una firma digital en el parágrafo del artículo 28 de la Ley 527 de 1999, sí:

1. El certificado fue emitido por una entidad de certificación abierta autorizada para ello por la Superintendencia de Industria y Comercio.
2. Dicha firma se puede verificar con la clave pública que se encuentra en el certificado con relación a firmas digitales, emitido por la entidad de certificación.

3. La firma fue emitida dentro del tiempo de validez del certificado, sin que éste haya sido revocado.
4. El mensaje de datos firmado se encuentra dentro de los usos aceptados en la DPC, de acuerdo al tipo de certificado.

ART. 16. Unicidad de la firma digital. No obstante lo previsto en el artículo anterior, una firma digital en un mensaje de datos deja de ser única a la persona que la usa si, estando bajo su control exclusivo, dada la condición del numeral 3° del párrafo del artículo 28 de la Ley 527 de 1999, la probabilidad de derivar la clave privada, a partir de la clave pública, no es o deja de ser remota.

Para establecer si la probabilidad es remota se tendrán en cuenta la utilización del máximo recurso computacional disponible al momento de calcular la probabilidad, durante un período igual al que transcurre entre el momento en que se crean el par de claves y aquel en que el documento firmado deja de ser idóneo para generar obligaciones.

Sección III. De la decisión y las responsabilidades

ART. 17. Decisión. En la resolución de autorización expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio, se precisarán las actividades y servicios que puede prestar la entidad de certificación. En todo caso, la entidad de certificación podrá solicitar autorización para prestar actividades y servicios adicionales.

ART. 18. Responsabilidad. Las entidades de certificación responderán por todos los perjuicios que causen en el ejercicio de sus actividades.

La entidad certificadora será responsable por los perjuicios que puedan causar los prestadores de servicios a que hace referencia del artículo 10 del presente decreto, a los suscriptores o a las personas que confíen en los certificados.

ART. 19. Cesación de actividades. La cesación de actividades de una entidad de certificación sin la autorización de la Superintendencia de Industria y Comercio o la continuación de actividades después de producida ésta, la hará responsable de todos los perjuicios que cause a sus suscriptores y a terceros y la hará acreedora a las sanciones que imponga la superintendencia.

ART. 20. Responsabilidad derivada de la administración de los repositorios. Cuando las entidades de certificación contraten los servicios de repositorios, continuarán siendo responsables frente a sus suscriptores y terceros por el mismo.

ART. 21. Información periódica y esporádica. La información prevista en los

artículos 3º, 5º, 6º, 7º, 8º, 9º, 10 y 11 del presente decreto, deberá actualizarse ante la Superintendencia de Industria y Comercio cada vez que haya cambio o modificación de algunos de los datos suministrados. La superintendencia señalará, además, la forma y periodicidad en que se debe demostrar el continuo cumplimiento de las condiciones de que se ocupan los artículos señalados.

ART. 22. Responsabilidad derivada de la no revocación. Una vez cumplidas las formalidades previstas para la revocación, la entidad será responsable por los perjuicios que cause la no revocación.

Sección IV. De los certificados digitales

ART. 23. Información relativa a la revocación. Cada certificado revocado debe indicar si el motivo de revocación incluye la pérdida de control de la clave privada, evento en el cual, las firmas generadas con dicha clave privada carecerán del atributo de unicidad previsto en el numeral 1º del párrafo del artículo 28 de la Ley 527 de 1999, salvo que se demuestre lo contrario, mediante un mecanismo adicional que pruebe inequívocamente que el documento fue firmado digitalmente en una fecha previa a la revocación del certificado.

Las revocaciones deberán ser publicadas de manera inmediata en los repositorios correspondientes y notificadas al suscriptor dentro de las 24 horas siguientes. Si dichos repositorios no existen al momento de la publicación del aviso, ésta se efectuará en un repositorio que designe la Superintendencia de Industria y Comercio.

ART. 24. Registro de certificados. Toda entidad de certificación autorizada deberá llevar un registro de público acceso que contenga todos los certificados emitidos y sus fechas de emisión, expiración o revocación.

ART. 25. Información. Las entidades de certificación estarán obligadas a respetar las condiciones de confidencialidad y seguridad, de acuerdo con las normas vigentes respectivas.

Salvo la información contenida en el certificado, la suministrada por los suscriptores a las entidades de certificación se considerará privada y confidencial.

CAPÍTULO III. Facultades de la Superintendencia de Industria y Comercio

ART. 26. Suspensión y revocación de autorización. Cuando quiera que la Superintendencia de Industria y Comercio ejerza la facultad contenida en el numeral 4º del artículo 41 de la Ley 527 de 1999, ordenará a la entidad de certificación la ejecución de medidas tendientes a garantizar la integridad, seguridad y conservación de los

certificados expedidos, así como la compensación económica que pudiera generar la cesación de actividades.

ART. 27. Estándares. La Superintendencia de Industria y Comercio determinará los estándares admisibles con respecto a los cuales las entidades de certificación deberán acreditar el cumplimiento de los requisitos relativos a:

1. La generación de pares de claves.
2. La generación de firmas.
3. Los certificados.
4. Los sistemas de cifrado.
5. Las comunicaciones.
6. La seguridad de los sistemas de información y de las instalaciones, o
7. Cualquier otro aspecto que redunde en la confiabilidad y seguridad de los certificados, o de la información que repose en la entidad de certificación.

Para la determinación de los estándares admisibles, la superintendencia deberá adoptar aquellos que tengan carácter internacional y que estén vigentes tecnológicamente o los desarrollados por el organismo nacional de normalización o los que sean ampliamente reconocidos para los propósitos perseguidos. En todo caso, deberá tener en cuenta su aplicabilidad a la luz de la legislación vigente.

La superintendencia podrá eliminar la admisibilidad de un estándar cuando haya dejado de cumplir alguno de los requisitos precisados en este artículo.

ART. 28. Facultades. Las atribuciones otorgadas a la Superintendencia de Industria y Comercio en el presente decreto, se ejercerán conforme a las facultades establecidas en los artículos 41 de la Ley 527 de 1999 y en los decretos 2269 de 1993 y 2153 de 1992.

ART. 29. Vigencia. El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Publíquese y cúmplase.

Dado en Bogotá, D.C., a 11 de septiembre de 2000.

MINISTRO DE DESARROLLO ECONÓMICO

AUGUSTO RAMÍREZ OCAMPO

MINISTRA DE COMERCIO EXTERIOR

MARTA LUCIA RAMÍREZ DE RINCÓN

MINISTRA DE COMUNICACIONES

MARIA DEL ROSARIO SINTES ULLOA