



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS

ESCUELA DE DERECHO

“LA COMPRAVENTA ELECTRONICA”

**Trabajo de tesis previo a la obtención
del título de Doctor en Ciencias
Jurídicas y Abogado de la Republica
del Ecuador.**

AUTOR: Oscar Bravo Malo

DIRECTOR: Dr. Rodrigo Andrés Cordero

CUENCA-ECUADOR

2007

DEDICATORIAS

Este trabajo lo dedico con mucho cariño a mi señora madre PIEDAD MALO U; quien ha sido el soporte, apoyo e impulso durante toda mi vida. Tanto en mi formación intelectual, cultural y lo más importante como ser humano que debe aportar siempre de manera positiva a la colectividad.

Con amor a mi esposa Maria Paz y a mis bellos hijos Emilia y Oscar por todo el afecto y comprensión que me brindaron, por compartir los momentos duros y alegres que nos ha tocado vivir a lo largo de mi carrera universitaria que concluye y se convierte en un triunfo para alegría nuestra.

AGRADECIMIENTOS

Al culminar mi carrera universitaria, siento que es mi deber agradecer a todos los maestros de la Facultad, que tuvieron que ver con mi formación profesional; de manera muy especial, mis agradecimientos para quien fuera mi profesor y director de tesis, Dr. Rodrigo Andrés Cordero, por haber compartido su tiempo y conocimientos en el desarrollo del presente trabajo; a través de sus enseñanzas en el aula y el impulso por la investigación de temas actuales, me involucré de manera total en el análisis y uso del contrato de COMPRAVENTA ELECTRONICA, convirtiéndolo en tema de éste mi trabajo de tesis.

Al Señor, Dr. Bolívar Andrade Ormaza, modelo y norte de persona y profesional del derecho, ¡muchas gracias DOCTOR!

RESUMEN

El presente trabajo cumple con el objetivo de dar a conocer las bondades que plantea la tecnología, sobre todo en el campo de las comunicaciones, a través de las redes informáticas, y las posibilidades de uso con fines comerciales. El aspecto central alrededor del cual gira la temática, es el análisis del Contrato de Compraventa en la Internet. En este sentido se abordan temas como el marco jurídico necesario para aprovechar las herramientas informáticas, sin temores ni limitaciones; se hace hincapié en la forma de elaborar un contrato y el sustento legal que debe tener, comenzando por las leyes internacionales, hasta las específicas al respecto, en el plano nacional. De no haberlas en el ámbito local, se plantea como salida, la recurrencia a las leyes conexas, que brindan amparo al comercio, hasta que la legislatura sancione los proyectos existentes y se consoliden como cuerpos legales de la república.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to present the advantage of technology, specially in the field of communication through the data processing networks, and the possibilities of commercial use. The central aspect of this work is the analysis of the Sale Contract on the Internet. Topics such as the legal framework, necessary to take advantage of the data processing tools without fears or limitations, are considered. Both the way to make a contract and the legal support that it must have are emphasized, taking into account international as well as national specific laws. In the event of not having any local laws, resorting to connected laws is considered as a solution to offer protection to commerce until the legislation sanctions the existing projects and they are consolidated as legal bodies of the republic.

INDICE GENERAL

| CONTENIDOS | Páginas |
|---|---------|
| PRELIMINARES | |
| Carátula | i |
| Dedicatorias | ii |
| Agradecimientos | iii |
| Resumen | iv |
| Abstract | v |
| Índice General | vi |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | 3 |
| 1.1 Antecedentes. | 3 |
| 1.2 Conceptos de Compraventa. | 7 |
| 1.2.1 Características jurídicas del contrato de compra venta. | 10 |
| 1.2.2 Importancia actual de la Compraventa. | 11 |
| 1.3 Código Civil Ecuatoriano. | 15 |
| 1.4 Código de Comercio. | 17 |
| CAPITULO II | 20 |
| 21. Convención de Viena. | 20 |
| 2.1.1 Compraventa internacional de mercaderías. | 30 |
| 2.2 La Convención de Viena sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías y el Comercio Electrónico. | 38 |
| 2.3 Caso práctico. | 45 |
| CAPITULO III | 46 |
| 3.1 Derecho comparado, aspectos jurídicos de la compraventa electrónica. | 46 |
| 3.1.1 Régimen legal aplicable en el Ecuador. | 58 |
| 3.1.2 Ley de Comercio Electrónico. | 58 |
| 3.2 Ventajas y desventajas de la compraventa electrónica y online. | 60 |
| CAPITULO IV | 64 |
| 4.1 Medios de pago electrónicos y sistemas de seguridad aplicables | 64 |
| 4.1.1 Medios de Pago | 64 |
| 4.1.2 Organismos de verificación de datos. | 70 |
| 4.2 Firma digital. | 77 |
| 4.3 El delito. | 90 |
| 4.3.1 Conductas anómalas. | 90 |
| Conclusiones. | 99 |
| Bibliografía. | 101 |
| Anexos. | 104 |

INTRODUCCIÓN

Este trabajo fue realizado siempre con la idea de contribuir con las bases, para que una herramienta como el Internet, se aplique y explote al máximo en el desarrollo de los comerciantes, empresas y dentro de la sociedad ecuatoriana. Con el objeto de no quedarnos al margen del desarrollo global que implica el comercio electrónico y en especial el contrato de COMPRAVENTA electrónica, herramienta de uso diario en el comercio nacional e internacional, que se encuentra desprotegido sin normas que de manera efectiva garanticen su utilización segura. Circunstancia que en la actualidad ha restringido el uso de este contrato.

El análisis jurídico de esta nueva modalidad de celebrar los Contratos de Compraventa, tiene mucha importancia dentro del Comercio Electrónico, es por ello que lo hemos dividido en cuatro capítulos, en cada uno de los cuales se aborda el problema en forma analítica. Así en el Capítulo 1 se trata el concepto de Compraventa, las características jurídicas, la importancia actual del contrato de compraventa, y su relación con el Código Civil ecuatoriano.

En el Capítulo II, se hace referencia a la Convención de Viena, en lo que tiene que ver con la compraventa internacional de mercaderías. De la misma manera se aborda La Convención de Viena sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías y el Comercio Electrónico. Se complementa este capítulo con un caso práctico, que servirá para ejemplificar los mecanismos que deben tenerse presentes para llevar a efecto la compraventa electrónica.

El Capítulo III aborda el Derecho comparado, sobre aspectos jurídicos de la compraventa electrónica, poniendo énfasis en el régimen legal aplicable en el Ecuador, la Ley de Comercio Electrónico y las ventajas y desventajas de la compraventa electrónica o en línea.

En Capítulo IV trata de los Medios de pago electrónicos y sistemas de seguridad aplicables, específicamente de los Organismos de verificación de datos. Además se trata sobre la Firma digital, El delito y las Conductas anómalas.

Como parte final se hacen constar algunas conclusiones a las que se ha podido llegar, partiendo del análisis de los elementos anteriormente expuestos.

CAPÍTULO 1

1.1 ANTECEDENTES.

En nuestros días y dada la globalización presente en todos los campos del quehacer humano, tales como el económico, político, social, cultural, del derecho y muchos más, se hace necesario e importante el estudio y análisis práctico, de una de las formas de contratación, que hoy en día se presenta como el modelo de los traslaticios de dominio, por las diversas modalidades en las que puede ser celebrado siendo éste el caso particular del contrato de la Compraventa “En Línea”.

La rápida difusión y el gran interés en el mundo de la informática, ha permitido la creación de tecnología Internet/ Web, una herramienta fundamental para redes de computadoras y sus usuarios. Internet ofrece un nuevo mercado que define la "economía digital". Los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, ya sea con fines comerciales o sociales. La apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas. En la práctica, las empresas están comenzando a usar Internet como un nuevo canal de ventas, sustituyendo las visitas personales, correo y teléfono por pedidos electrónicos, ya que gestionar un pedido por Internet cuesta mucho menos que hacerlo por las vías tradicionales. El comercio electrónico, se convierte así en una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño empresarial.

Creemos que es pertinente realizar el estudio de la compraventa electrónica, partiendo de un análisis histórico, puesto que de esta manera podremos conocer la evolución de la compraventa en general, y cuál ha sido el proceso de adopción por los diferentes grupos sociales y ordenamientos jurídicos, en el transcurso del tiempo.

En este sentido, podría afirmarse que el comercio, actividad ancestral del ser humano, ha evolucionado de muchas maneras. Pero su significado y su fin siempre

es el mismo. Según el diccionario Consultor de Economía, el Comercio es "el proceso y los mecanismos utilizados, necesarios para colocar las mercancías, que son elaboradas en las unidades de producción, en los centros de consumo en donde se aprovisionan los consumidores, último eslabón de la cadena de comercialización. Es comunicación y trato".

En líneas generales, y con un sentido amplio, el comercio implica la investigación de mercado con el fin de interpretar los deseos del consumidor, la publicidad que anuncia la existencia del producto, la posibilidad de adquirirlo, y en qué lugar, a la vez que se utilizan los métodos de persuasión, la venta al por menor y finalmente, la adquisición por parte del público.

Según lo expuesto, a través de los años han aparecido diferentes formas o tipos de comercio. Quedando establecido además, que el factor que impulsó el comercio en sus inicios fue la necesidad del hombre por alimentarse, lo que le llevó a desarrollar diversas formas de obtener bienes para satisfacer esta necesidad, como también medios adecuados para el intercambio de los excedentes obtenidos de la caza y pesca.

La forma primigenia de intercambio fue el trueque; siendo éste sin lugar a dudas el antecedente directo de la compraventa. El trueque no es más que el intercambio de los excedentes de un pueblo, por los de otro que tenía productos que el primero necesitaba, propiciando así la interrelación social entre las comunidades. Es claro que por abarcar el intercambio un volumen reducido de mercaderías no se presentaron mayores dificultades en su inicio.

Con el crecimiento de la población y sus necesidades este sistema elemental de comercio traspasó las fronteras familiares ampliándose a los pueblos vecinos, y a otras naciones, lo cual dio origen al comercio internacional.

Entonces surgen pueblos que empiezan a viajar y hacer del comercio su forma de vida, como es el caso de los fenicios, griegos y cartaginenses; estos pueblos desarrollaron el trueque ofreciendo productos de un lugar a cambio de otros existentes en el lugar que desembarcaban. El intercambio se realizaba cuando el

viajero desembarcaba sus productos y se retiraba para que el lugareño analice el producto desembarcado y, éste a su vez hace una propuesta colocando su producto. Los mercaderes regresan y si consideran que la oferta del lugar es aceptable, toman el producto ofrecido, caso contrario, retiran parte del producto desembarcado considerando que lo restante es una propuesta justa por el producto del lugar.

Con el trueque evolucionando de esta manera, aparecen algunos problemas como es la falta de equivalencia y coincidencia del producto ofertado, con la necesidad del oferente. Por ejemplo: Necesito granos y ofrezco animales. El encontrar alguien que satisfaga mi necesidad y que desee los productos que yo ofrezco resulta muy difícil. Lo mismo ocurre cuando el bien que deseo intercambiar sea de mayor valor del bien que estoy por recibir.

La figura del trueque se debilita aun más con el crecimiento del mercado y con la necesidad de que exista un elemento que facilite el intercambio, es así como aparecen los instrumentos monetarios como las conchas espóndilos, el cuero, metales preciosos, etc., que se constituyeron en un elemento indispensable para la realización de las transacciones comerciales.

Se aprecia así que el trueque cambia su finalidad de conseguir alimentos, por una forma de lucrar y generar ganancia, basándose en unidades o símbolos de valor. Se afirma que para en el siglo VI AC, ya fueron acuñadas las primeras monedas. Esto sirvió de modelo para que los demás pueblos adopten esta práctica.

Con la aparición de la moneda, su posicionamiento en el mercado y la utilidad que presta al comercio, nace la compraventa dejando atrás al trueque como la forma tradicional de realizar actos de comercio. Sin lugar a dudas podemos decir que la compraventa es el resultado de la evolución del trueque.

Esta evolución continúa llegando poco a poco a constituirse en derecho de los pueblos, tal como ocurre por primera vez en el Imperio Romano, que tenía su propio derecho, el mismo que consideraba a la compraventa ya como: "un contrato por el cual el vendedor se obliga a entregar una cosa y a garantizar su posesión pacífica y

útil, y el comprador a pagar un precio."¹ Se puede entonces observar que la figura de la compraventa en el derecho romano se caracteriza porque no obliga al vendedor a transferir la propiedad de la cosa, sino a entregarle la posesión pacífica y útil de la misma, al comprador, pudiendo este último usar y gozar de ella en forma pacífica. Y en el evento de que se desee transferir la propiedad misma, era necesario recurrir a otras figuras jurídicas más complejas como: *la mancipatio, in jure cesio y traditio*, de manera que el contrato y estas figuras jurídicas transferían la propiedad de uno a otro.

Posteriormente en el Derecho Francés, específicamente el Código de Napoleón que tiene como fundamento al derecho romano, se mantuvo como característica principal del contrato de compraventa, la entrega de la cosa; con el paso del tiempo varios estudiosos del tema concluían que la compraventa por sí sola transmitía la propiedad.

Con esta premisa se redacta el Código de Napoleón en 1804, en el que sobresalen los artículos 1138 y 1583 que se transcriben a continuación:

"La obligación de entregar la cosa será perfecta por el solo consentimiento de los contratantes. Hará al acreedor propietario y pondrá a su cargo aquella, desde el instante en que haya debido entregársele aun cuando no se haya verificado la transmisión, a no ser que el deudor sea moroso en entregársela en cuyo caso quedará la cosa por cuenta y riesgo de este ultimo."

*"Será perfecta (la venta) entre las partes, y la propiedad quedará adquirida de derecho por el comprador, respecto del vendedor, desde el momento en que se convenga la cosa y el precio, aunque la primera no se haya entregado, ni pagado el segundo."*²

De esta manera se puede observar como difiere el derecho francés del romano ya que en el primero, el solo consentimiento de las partes perfecciona el contrato de compraventa y por lo tanto la entrega de la cosa lleva consigo la transferencia de

¹ Mojina Villegas, Rafael, 1985, *Derecho Civil Mexicano*, Editorial Porrúa S. A, México. Pág. 131.

² Mojina Villegas, Ob. Cit. Pág.137.

dominio, desde el momento mismo en que debió entregarse la cosa, aun cuando no se haya verificado dicha entrega; lo que no sucedía en el Derecho Romano.

Como podemos observar, ya en el derecho francés los conceptos se van perfeccionando, eliminando en cierto modo los conflictos que se presenten en el momento de estudiar un problema de esta naturaleza.

Teniendo como antecedente para la elaboración de nuestro Derecho Civil lo anteriormente citado. Podemos analizar el concepto de compraventa que nos da tanto el Código Civil como el Código de Comercio; para de esta manera abordar la Compraventa Electrónica materia del presente estudio.

1.2 CONCEPTOS DE COMPRAVENTA.

El concepto muy simple de compraventa, dar una cosa por una suma de dinero, presenta algunas variaciones que originan varias formas de compraventa y también derivan en otros contratos, similares pero diferentes.

El concepto más exacto de la compraventa se refiere a las obligaciones recíprocas de las dos partes contratantes, de transferir la propiedad de la cosa y del pago de su precio. Se trata de una entrega de algo cuyo dominio o propiedad se quiere transferir. De aquí se deduce que no hay compraventa por la simple cesión de un derecho parcial sobre la cosa, como la calidad de usarla por un cierto tiempo, o de disfrutar de ella y sus frutos, pero sin transferir el dominio ni comprometerse en ello (caso del arrendamiento o el usufructo).

La transferencia inmediata o la no inmediata transferencia de la propiedad distinguen dos sistemas diferentes. El sistema francés produce la inmediata transferencia, en el germánico se debe agregar a la compraventa la tradición y solamente así se transfiere el dominio. El sistema ecuatoriano combina ambos puntos de vista; si la entrega de la cosa es inmediata, inmediatamente se produce la transferencia del dominio y puede realizarse aún de maneras espiritualizadas, por el mismo consentimiento; pero, para los inmuebles se exige la especial formalidad de la escritura pública, en la que consta

el consentimiento que no es suficiente por sí para transferir el dominio, sino que se produce esto, por la inscripción en el Registro de la Propiedad.

En este momento es oportuno destacar conceptos con los que distintos estudiosos del derecho han aportado para el estudio de este contrato, siendo los más sobresalientes a mi criterio los siguientes:

Según el autor Rafael Mojina Villegas, la compraventa se define como: “el contrato por virtud del cual una parte, llamada vendedor, trasmite la propiedad de una cosa o de un derecho a otra, llamada comprador, mediante el pago de un precio cierto y en dinero.”³

En la Enciclopedia Jurídica Omeba, encontramos la siguiente definición: “La compraventa es un contrato por el cual una de las partes se obliga a transferir a la otra la propiedad de una cosa y ésta, a pagar por ella un precio cierto en dinero.”⁴

Según el Código Civil Ecuatoriano, en su artículo 1759, encontramos que la "Compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa, y la otra a pagarla en dinero. El que contrae la obligación de dar la cosa se llama vendedor, y el que contrae la obligación de pagar en dinero, comprador. El dinero que el comprador se obliga a dar por la cosa vendida se llama precio" ⁵

En la Enciclopedia Encarta encontramos que la compraventa se la define como el contrato mediante el cual, uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto, en dinero o signo que lo represente. Si el precio de la venta consistiera parte en dinero y parte en otra cosa, se calificará el contrato por la intención manifiesta de los contratantes; no constando ésta, se tendrá por permuta —intercambio de una cosa por otra— si el valor de la cosa dada en pago del precio excede al del dinero o su equivalente, y por venta en el caso contrario. Para que el precio se tenga por cierto, bastará que lo sea con

³ Mojina Villegas Rafael, Ob. Cit.

⁴ Enciclopedia Jurídica Omeba, Pág. 511

⁵ Corporación de estudios y Publicaciones, 2003; *Código Civil con Jurisprudencia*, Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones, Pág. 252.

referencia a otra cosa cierta o que se deje su señalamiento al arbitrio de persona concreta. También se tendrá por cierto el precio en la venta de valores, granos, líquidos y demás bienes fungibles, cuando se señale el que la cosa vendida tuviera en determinado día, bolsa o mercado, o se fije un tanto mayor o menor que el precio del día, bolsa o mercado, con tal que sea cierto.

La compraventa se perfeccionará entre las dos partes y será obligatoria para ambos, si hubieren convenido en la cosa objeto del contrato y en el precio, aunque ni la una ni el otro se hayan entregado. Si al tiempo de celebrarse la venta, se hubiere perdido en su totalidad la cosa objeto de la misma, quedará sin efecto el contrato; si se hubiere perdido sólo en parte, el comprador podrá optar entre desistir del contrato o reclamar la parte existente, una vez abonado su precio en proporción al total convenido. Es obligación del comprador satisfacer el precio pactado; son obligaciones del vendedor la entrega del objeto y el garantizar al comprador la posesión legal y pacífica de la cosa vendida, además de responder de los vicios o defectos ocultos de la misma, aunque los ignorara, pero no será responsable de los defectos manifiestos que fueran visibles o apreciables, ni tampoco de los que no lo estén, si el comprador es un perito que, por razón de su oficio o profesión, debía conocerlos.⁶

El Código Civil Mexicano de 1928 al referirse al contrato de compraventa señala que:

"Habrá compraventa cuando uno de los contratantes se obliga a TRANSFERIR la propiedad de una cosa o de un derecho y el otro a su vez se obliga a pagar por ellos un precio cierto y en dinero" (2248).

"El objetivo principal que se persigue en el contrato es el de transmitir el dominio de las cosas o derechos, bien sea que dicha transmisión se opere por el mero contrato, si

⁶ Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

se trata de cosas cierta y determinadas, bien que se efectúe con posterioridad tal como sucede con las determinadas solo en especie”.⁷

A diferencia de esta norma mexicana, nuestro código no menciona la transferencia del dominio en la definición del artículo 1759, sino que se refiere únicamente a “dar una cosa” y esta entrega bien puede entenderse en propiedad o como simple posesión.

1.2.1 CARACTERÍSTICAS JURÍDICAS DEL CONTRATO DE COMPRA VENTA

La compraventa resulta ser el medio más eficaz y práctico por el cual se intercambia la riqueza. En esta consideración, la función jurídica garantiza a los particulares la legalidad de la transmisión de la propiedad y sus efectos jurídicos. Es indiscutible que tiene mayor importancia entre los de su clase, en primer lugar porque se trata del contrato tipo de los translativos de dominio; además, el contrato de compraventa tiene una enorme importancia por el número de contratos que se realizan de manera cotidiana.

A continuación se muestran algunas de las características del Contrato de Compraventa, y se realiza un análisis objetivo de las características jurídicas del mismo.

- 1.- Es principal; por que no depende de otros contratos.
- 2.- Es obligatorio entre las partes; porque el vendedor se obliga a ceder la prestación de ella, al comprador, por consiguiente la traslación de dominio es un efecto del perfeccionamiento del contrato.
- 3.- Las prestaciones son independientes: puesto que las dos partes asumen obligaciones (el vendedor entregar el bien en propiedad y el comprador pagar el precio en dinero).

⁷ Treviño García, Ricardo, Los Contratos Civiles, Ed. México, 1996.

4.- Es indispensable la *traditio*, por que existe un incremento en el patrimonio de una de las partes (*vendedor*), y una disminución en el patrimonio de la otra parte (*comprador*).

5.- Es conmutativa; por que las partes han previsto previamente los beneficios del contrato y salvo excepciones no están sujetas a factores externos ya que deben ser equivalentes.

6.- Es consensual; ya que para celebrarse solo se necesita consentimiento de las partes integrantes, pudiendo estas tener libertad para decidir la forma del contrato, teniendo en cuenta que cuando el objeto de la venta es un inmueble, se utiliza necesariamente la escritura publica por que solo a través de ella, se inscribe el contrato en el registro de la propiedad inmueble, completándose con ello su titulación.

1.2.2 IMPORTANCIA ACTUAL DE LA COMPRAVENTA

La compraventa resulta ser el medio más eficaz y práctico por el cual se intercambia la riqueza. Bajo esta consideración, desde el punto de vista económico la compraventa constituye una de las formas de aprovechamiento de riqueza. Por su parte la función jurídica garantiza a los particulares la legalidad de la transmisión de la propiedad y sus efectos jurídicos.

Según lo que se acaba de afirmar, la importancia de la compraventa en la actualidad, rebasa cualquier expectativa, por tratarse de un mecanismo de circulación de la mayor parte de los bienes, el mismo que remonta las fronteras nacionales y cobra mayor aplicación en al ámbito internacional. En este marco, el Contrato de Compraventa es el factor central de toda transacción comercial, constituyéndose en el punto de partida del comercio internacional e instrumento jurídico de la actividad económica mundial.

En el proceso de comercio internacional se realizan diversos contratos. El principal de ellos es el contrato de compraventa internacional de mercaderías. De igual

manera, la comercialización de productos en un país determinado puede dar lugar a contratos de agencia, de distribución y de representación.

El contrato de compraventa internacional de mercaderías está regido por la Convención de las Naciones Unidas sobre Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías, que fue aprobada y suscrita en Viena el 11 de abril de 1980. Este convenio entró en vigencia el 1 de enero de 1988. El Convenio regula los diversos aspectos de la compraventa internacional, los derechos y obligaciones de las partes contratantes con relación a la compraventa de mercaderías. Por otra parte, en los contratos de compraventa se señalan las Condiciones y los Medios de Pago en que se transarán las operaciones comerciales.

Las Condiciones de Pago; en un contrato de compraventa internacional pueden establecerse las condiciones de pago más diversas; el financiamiento puede estar ligado a cualquiera de ellas. Algunos son:

Al Contado; el pago al contado varía de acuerdo al momento en que se efectúa el pago, que puede ser al confirmarse el pedido, al momento del embarque, al momento de negociar los documentos de embarque, o al momento de recibir la mercadería por parte del comprador. En el primer caso no se requiere financiamiento, en los otros podrá ser necesario un financiamiento de preembarque.

En Cuenta Corriente; cuando existe una relación muy favorable entre el exportador y el comprador extranjero pueden establecer este sistema, el cual requiere que en ambos países existan regímenes comerciales cambiarios sin restricciones que dificulten la transacción.

En Consignación; esta condición de pago implica que el derecho de propiedad de la mercancía no se traspasa hasta el momento de su venta en el extranjero. Esta modalidad entraña muchos riesgos para el exportador, quien sólo recibirá el pago luego de la venta efectiva, sin embargo es una modalidad usada en la venta de productos perecibles.

A Crédito; La compraventa se paga en un plazo después del embarque. Las transacciones al crédito son frecuentes y requerirán de financiamiento de post-embarque. El tipo de crédito otorgado principalmente será de proveedores y los documentos de pago que recibirá el exportador podrán ser pagarés o letras de cambio.

Los Medios de Pago; todas las transacciones en el Comercio Internacional cualesquiera sean las condiciones de pago implican un medio para realizar el pago de la operación. Estos medios de pago juegan un rol fundamental, no sólo por ser la forma como se realiza la transacción, sino porque dan origen al financiamiento. Los principales medios internacionales de pago son los siguientes:

Pago Anticipado; éste consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en la plaza del exportador el importe de la compraventa. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien eventualmente y hasta deliberadamente puede demorar indebidamente el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. El uso de esta modalidad es excepcional, cuando por ejemplo el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto de la tecnología.

Pago Directo; éste se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. El pago directo representa una cierta forma de anticipación con la variante de que quien recibe toda la ventaja es el comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino. Puede suceder que el importador retire las mercancías y demore deliberada e indebidamente el pago, o que finalmente no lo realice, con graves pérdidas para el exportador quien, en el mejor de los casos tendrá que hacer regresar los bienes a su destino, asumiendo costos no previstos, con lo cual habrá sufrido una pérdida efectiva. En esta

modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente.

Cobranzas Documentarias; éstas se definen como el manejo por los bancos de documentos que pueden ser financieros o comerciales; según las instrucciones que reciban, con el fin de lograr el cobro y/o la aceptación de documentos financieros. El exportador entrega sus documentos a un banco para que éste, bajo las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación. La Cobranza Documentaria representa menos riesgos que el pago directo y el anticipado ya que en esta modalidad intervienen uno o más bancos, pero dicha intervención no constituye una garantía en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de compraventa acordado entre las partes.

El Crédito Documentario; La carta de Crédito o Crédito Documentario, ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago para operaciones de compra-venta internacionales de mercancías, no sólo por las seguridades que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que intervienen en la compraventa internacional. La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de créditos sean irrevocables y confirmadas.

En cuanto a la forma del contrato, no es necesario que sea por escrito, ni está sujeto a requisito de forma (esta norma no rige en los estados cuya legislación nacional establezca que el contrato de compraventa sólo podrá constar por escrito). En el término por escrito se comprende, el telegrama y el fax.

En 1990, al aprobarse la nueva versión de los INCOTERMS, se incorporó los mensajes electrónicos EDI que son comunicaciones a través de computadoras.

Formato típico; La Convención que rige la compraventa internacional de mercaderías establece que un contrato no tiene necesariamente que celebrarse por escrito; es decir puede pactarse aún verbalmente o por teléfono.

El riesgo de ello es la falta de las evidencias; por esta razón es preferible el contrato por escrito. Un contrato por escrito puede constar en un telegrama, telex, fax o en una comunicación de computadora (EDI).

De lo expuesto anteriormente se deduce que la regulación legal, no está restringida únicamente al Código civil, en donde se encuentran los preceptos comunes, sino que se la encuentra en el Código de comercio y en las normas de las leyes administrativas, y más aún en las regulaciones de carácter extranjero, propias del Derecho Internacional.

1.3 CÓDIGO CIVIL ECUATORIANO.

En el libro IV “De las Obligaciones y de los Contratos” se encuentran las normas que regulan los contratos, entre ellos la compraventa y nos dan las pautas y lineamientos a los que se deberán sujetar las nuevas figuras jurídicas, como lo es en este estudio el contrato de compraventa electrónica.

Partiremos así de la definición de contrato que nuestro Código Civil nos da en su artículo 1481, que reza de la siguiente manera:

“Contrato o convención es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa. Cada parte puede ser una o muchas personas.”

Definición que es general para todo tipo de contratos

Análisis del libro IV de nuestro código civil; En la actualidad en el Ecuador, la forma más elemental de ver la compraventa consiste en el cambio de una cosa por un precio. Este intercambio se produce por efecto de un contrato que se forma por el consentimiento de las partes y surte efecto, ya sea de manera instantánea, o bien como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contraídas por el vendedor y el comprador. El consentimiento es la esencia misma del contrato; el contrato de compraventa se convierte en contrato solemne, cuando se refiere a inmuebles y en otros casos y en otros casos en los que no basta el consentimiento sino la escritura pública; y la transferencia del dominio se produce por su inscripción. Esto se debe a la protección que nuestro sistema civil ha querido dar a la propiedad raíz.

Para el entendimiento del contrato de compraventa, esta se encuentra definida en el artículo 1759. En este artículo encontramos la definición de Compraventa, que reza de la siguiente manera:

“Compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa, y la otra a pagarla en dinero. El que contrae la obligación de dar la cosa se llama vendedor, y el que contrae la de pagarla en dinero comprador.

El dinero que el comprador se obliga a dar por la cosa vendida se llama precio.”⁸

Del concepto dado por nuestro código civil hay un punto bastante criticable y que ha sido materia de estudio y discusión por todos nosotros en algún momento de nuestra vida estudiantil. Punto que hace referencia a que el contrato de compraventa no solo genera la obligación de dar o entregar una cosa, sino la TRANSFERENCIA de la misma.

Aspecto que una vez que lo hemos analizado en el aula con nuestro Excelente Maestro el Doctor Hernán Coello García, nos damos cuenta que una de la funciones primordiales de este contrato como es la de TRANSFERIR la propiedad no es tomada en cuenta.

Por tanto, de lo que hemos discutido y analizado en el aula se ha llegado a la conclusión por parte de nuestro Maestro el Dr. Hernán Coello, que el concepto de compraventa debiera quedar expresado de la siguiente manera:" Compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a TRANSFERIR una cosa, y la otra a pagarla en dinero. El que contrae la obligación de TRANSFERIR la cosa se llama VENDEDOR, y el que contrae la de pagar el dinero, COMPRADOR. El dinero que el comprador se obliga a dar por la cosa vendida se llama PRECIO".

Definición que a mi criterio considero la más adecuada y de contenido completo.

⁸ Corporación de estudios y Publicaciones; Código Civil con Jurisprudencia; Pág. 252; Talleres de la corporación de estudios y publicaciones, enero 2003

1.4 CÓDIGO DE COMERCIO.

En nuestra legislación se ha dividido a la compraventa de acuerdo a su función económica, tenemos así la compraventa civil y la mercantil.

El Código Civil ecuatoriano en el artículo 1759 establece que: "Compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa y la otra a pagarla en dinero. El que contrae la obligación de dar la cosa se llama vendedor, y el que contrae la obligación de pagar en dinero, comprador.

El dinero que el comprador se obliga a dar por la cosa vendida se llama precio"

En el Código de Comercio en su artículo 3, numerales 1 y 2 establece lo siguiente: *"Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:*

1.- *La compra o permuta de cosas muebles, hechas con el ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma u otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieran comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias;*

2.- *La compra y venta de un establecimiento de comercio y de las acciones de una sociedad mercantil;"*⁹

Enumerando de esta manera cuales son los actos de comercio, que nos interesan en este estudio. Y una vez que hemos expuesto cuales son las normas legales que rigen en cada área; tanto la Civil como la Mercantil analizaremos a continuación los preceptos del Código de Comercio referentes a la materia que nos interesa: la Compraventa Electrónica.

⁹ Código de Comercio.

Análisis del libro segundo, código de comercio ecuatoriano; En el Ecuador la compraventa se regula tanto por Código Civil como por el Código de Comercio, y se habla de un contrato civil y de un contrato mercantil. Este hecho se justifica argumentando que las necesidades del comercio han llevado a configurar de una manera más ágil la compraventa mercantil. Empero, a pesar de las nuevas formas de comercio que han surgido, se opina que las normas bien pueden reducirse a la previstas en el Código Civil ya que las pequeñas diferencia existentes no ameritan la existencia de dos cuerpos legales diferentes, bastaría señalar, por vía de excepción tal o cual norma que permita transacciones más rápidas.

Al hablar de la compraventa Electrónica y desde el punto de vista que pienso enfocar su importancia, es necesario que me remita al Código de Comercio, ya que aquí se encuentran los preceptos legales que nos ayudarán a comprender la importancia del estudio de este tema y el por qué de la necesidad inmediata de normar esta nueva modalidad de contrato, como es la compraventa electrónica que ha aparecido y evoluciona de la mano con los avances tecnológicos que se dan en el día a día, creando derecho y obligaciones para las partes contratantes, sin que estos tengan claras las normas a las que deben sujetarse en este tipo de transacciones, dejando así un vacío jurídico que es perjudicial para las partes y para la utilidad que este contrato brinda.

En el artículo 140 del Código de Comercio se establece: *"El contrato es mercantil desde el momento que se celebre con un comerciante matriculado. Perderá esta prerrogativa si el comerciante no ha sido matriculado en el tiempo determinado por el Código de Comercio"*¹⁰

De este artículo que se encuentra en el libro segundo "De los Contratos y Obligaciones Mercantiles en General", y, en especial los comprendidos en el título segundo referente a la "COMPRAVENTA" podemos concluir que se trata de compraventa civil, cuando en ésta no tiene la calidad de comerciante cualesquiera de las partes, calidad que se obtiene previo el cumplimiento de ciertos requisitos.

¹⁰ Código de Comercio.

Elemento que es indispensable para que el contrato se enmarque y rija por las leyes mercantiles, en este caso por el Código de Comercio.

Incluso, para que la compraventa sea considerada como mercantil tiene que cumplir con ciertas condiciones como son: que el comprador tenga la intención de revender la cosa y el ánimo de obtener lucro de la reventa; estos elementos deben estar presentes al momento de celebrar el contrato, de no ser así ésta sería una compraventa civil, inclusive si el comprador decidiese vender la cosa posteriormente y obtiene utilidad.

CAPÍTULO II

2.1 CONVENCIÓN DE VIENA.

La Convención de Viena sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías y el Comercio Electrónico.

El 11 de abril de 1980 fue adoptada una de las más importantes convenciones en materia de comercio internacional. El objetivo principal del evento fue el de instaurar un régimen uniforme con respecto a los contratos de compraventa internacional de mercaderías. El término internacional muestra la vocación natural de la Ley uniforme a aplicarse al comercio electrónico, que por definición tiende hacia la internacionalidad, e interpretada de una manera más amplia busca la transnacionalidad. Si en la época de su negociación la Red, conocida en esos tiempos como el *Arpanet*, ya existía, tenemos que recordar que fue una red esencialmente universitaria, cerrada a los operadores comerciales. Esto explica porqué la Convención no es destinada -a priori, aunque es su vocación natural- a regir las actividades comerciales en el espacio virtual. Con la consagración del *e-commerce*, y ahora del *m-commerce*, muchos juristas reclaman una revolución del derecho; en verdad se necesita solamente una adaptación. Tal es también el sentir con relación a la Ley uniforme sobre la compraventa internacional de mercaderías. Pero antes de poder demostrarlo, primero se debe verificar si las disposiciones de la Convención sobre el ámbito de aplicación permiten considerar la Ley uniforme como aplicable a las transacciones virtuales (I). Si la respuesta es afirmativa, podremos tomar algunos ejemplos de disposiciones y verificar la adecuación del texto convencional con este nuevo modo de transacciones que es el comercio electrónico (II).

El ámbito de aplicación: el contexto virtual pone a mano tres nociones esenciales que condicionan el ámbito de aplicación, a saber: a) establecimiento, b) de mercaderías y, c) de escrito.

La noción de establecimiento. La Convención prevé su aplicación cuando las partes tienen establecimientos en Estados diferentes. El artículo 10 precisa que *en caso de una pluralidad de establecimientos, tiene que ser tomado en cuenta el que guarde la relación más estrecha con el contrato y su cumplimiento, habida cuenta de las circunstancias conocidas o previstas por las partes en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración*. Esto debería permitirnos acoger la noción de establecimiento virtual. Por cierto, hasta ahora la doctrina rechaza considerar como establecimiento por ejemplo una oficina provisional para realizar un contrato dado, porque se acuerda definir el establecimiento *como un lugar estable, permanente para concluir negocios* y algunas veces se añade la exigencia de la personalidad moral propia. Por lo tanto de dos cosas una.

Si prevalece la concepción estricta, un sitio Web no podrá ser considerado como un establecimiento. Si se acepta aprehender la noción de establecimiento en sentido lato, permitiría considerar el sitio Web como establecimiento en el sentido de la convención. Esta última interpretación crea un concepto más amplio; lo cual además, se sitúa en la corriente del derecho positivo, que empieza a abrirse paso en esta dirección. Así, en Francia -de manera indirecta- y en Alemania -de manera directa- las cortes sancionaron las intromisiones en la intimidad del domicilio virtual y el Senado español consagró, sobre la base del artículo 18 de la Constitución, la *inviolabilidad del domicilio electrónico*. Nos parece que es una evolución natural en la medida que el domicilio no es solamente un corpus sino también un *animus* y es este último el que prevalece, particularmente en las relaciones comerciales en donde el domicilio no es tanto un elemento esencial de la privacidad de la persona humana (el hogar o el *chez soi* de la jurisprudencia francesa), sino un enlace de una persona a una jurisdicción, fuente de derechos y deberes. Si el domicilio virtual está siendo reconocido, el domicilio elegido tiene que serlo también a *fortiori*, en el contexto de la Convención de Viena, particularmente cuando ella supuestamente tiene el poder de adaptarse al tiempo. El artículo 7.2 indica en efecto que para las cuestiones que no están expresamente resueltas en la Convención, tienen que ser dirimidos de conformidad con los principios generales en los que se basa dicha Convención.

Entonces ¿cómo se podrá conjugar el establecimiento virtual con el establecimiento físico? Primero necesitamos introducir una clarificación semántica. Distinguiamos entre contratos en línea (*on-line*) y contratos virtuales. Los primeros son contratos que son concluidos en línea pero su ejecución se hace en el mundo material, como por ejemplo la entrega de mercaderías físicas. Los segundos no son solamente celebrados en el espacio virtual, pero su ejecución se hace también en el Internet de manera desmaterializada.

En primer lugar, tomemos un ejemplo en donde las dos partes están en dos Estados diferentes. Un comprador francés concluye un contrato en un sitio registrado bajo un *cctld* alemán y que el establecimiento físico del vendedor se encuentra en los Países Bajos. El establecimiento que tiene el vínculo más estrecho es aquel que se encuentra en el espacio virtual, esto además que el comprador tuvo la impresión de haber concluido un contrato en un sitio alemán y no con un establecimiento holandés. Al contrario, si se trata de un sitio registrado bajo un *gtld* como el famoso *.com*, se tiene que retener el establecimiento físico o, a falta, la residencia habitual del vendedor. Asimismo, si el comprador francés concluye en el mismo sitio un contrato sobre frutas, debiendo ser entregadas por una filial italiana, es el establecimiento *sis* en Italia quien tiene la relación más estrecha.

En segundo lugar, supongamos que un comprador francés celebra el contrato en un sitio alemán, tenido por una empresa establecida en Francia. ¿La Convención se aplica? Antes de responder, se debe precisar que la *internacionalidad* del contrato se aprecia, según la Ley uniforme, tanto de manera objetiva como subjetiva. Si la convención establece primeramente una realidad objetiva -dos establecimientos en dos Estados diferentes-, ella añade en el segundo párrafo del primer artículo: *No se tendrá en cuenta el hecho de que las partes tengan sus establecimientos en Estados diferentes cuando ello no resulte del contrato, ni de los tratos entre ellas, ni de información revelada por las partes en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración.*

En nuestro ejemplo, si se acepta la noción de establecimiento virtual, hay una intencionalidad objetiva. Para la apreciación subjetiva, tenemos que distinguir, ya sea que el vendedor francés anunció de manera visible que tiene su establecimiento en

Francia y la Convención no tendría que aplicarse; sea que no lo hizo y se puede estimar que el comprador francés pudo pensar que se trata de un sitio exclusivamente alemán cuyos contratos, a falta de una cláusula de *electio juris*, son sumisos a la Ley uniforme.

La aplicación de la Ley uniforme no es solamente condicionada por un ámbito de aplicación territorial sino también por un ámbito de aplicación material puesto que la transacción debe portarse sobre una mercadería en el sentido de la Convención.

La noción de mercaderías: La Convención de Viena también alimentó el debate doctrinal sobre el punto de saber si los programas teledescargados debían ser considerados como mercaderías en presencia de su naturaleza inmateral, esto además que la Comisión europea considera en el marco del derecho fiscal que la teledescarga debe ser calificada de prestación de servicio. No obstante, algunas sentencias comparten el punto de vista que no importa el medio de distribución del software -soporte fijo como el *cd-room* o teledescarga- porque se trata siempre de una mercadería, esto ya que el software no es excluido expresamente de la Convención como la electricidad. Se debe resaltar, que siguiendo el tribunal de Colonia, Alemania, esta jurisprudencia es válida solamente para el software estandarizado, que puede ser considerado como una cosa mobiliaria y no cuando se trata de establecer software sobre medida.

Sin embargo, no es suficiente que haya una transacción portando sobre una mercadería entre dos establecimientos extranjeros, aunque tiene que existir un contrato para constatarla, lo que plantea el problema de la forma del escrito.

El escrito: a priori, la Convención no puede aplicarse a los contratos celebrados electrónicamente, porque el artículo 13 dispone que la expresión 'por escrito' comprende también el telegrama y el télex. La redacción luego no es enumerativa, sino más bien limitativa. El profesor Eiselen, con relación a la aplicación de la Convención a los EDI, propone leer el artículo 13 a la luz del artículo 24 que nos dice: *A los efectos de esa parte de la presente convención, la oferta, la declaración de aceptación a cualquier manifestación de intención 'llega' al destinatario cuando se le comunica verbalmente o se entrega por cualquier otro medio al destinatario personalmente, o en su establecimiento o dirección postal o, si no tiene*

establecimiento ni dirección postal, en su residencia habitual. Para este autor, el término ‘por cualquier otro medio’ y la analogía ayudante del fax y del télex, debería permitir el acoger el escrito electrónico. De hecho, según él, lo que importa es el espíritu del artículo 24 que quiere que la oferta por ejemplo sea recibida ya personalmente por el destinatario o ya en un lugar en donde recibe normalmente las comunicaciones de este tipo. Eso debería admitir por ejemplo los correos electrónicos. El hecho de que esta interpretación nos guste, no quiere decir que estemos persuadidos que sea justo. Primero, el artículo 24 no define el escrito, sin embargo habla de los medios con los cuales el escrito puede llegar al destinatario. Consecuentemente, se podría decir que un escrito puede llegar por medios electrónicos, pero eso no nos dice si un correo electrónico es un escrito en el sentido de la Ley uniforme. Segundo, el profesor Eiselen se refiere al artículo 7.2 y es sobre este punto que nos le acercamos. El espíritu de la Convención es el de salvar lo más posible el contrato. El hecho de justamente subrayar que el telex y el telegrama son ‘escritos’ prueba bien que al contrario la Ley uniforme no quiere limitarse a la única forma de un contrato sobre papel, esto además que el principio de la Convención es el informalismo. Ella tiene pues por objetivo aprehender toda nueva forma de expresión del consentimiento. Sin embargo, se tiene que mencionar la interferencia del artículo 96 que prevé la posibilidad de una reserva por parte de los Estados en donde la legislación exige expresamente que un contrato tenga que ser concluido por escrito. En esta hipótesis, tiene que referirse al derecho interno para saber si un contrato electrónico puede equivaler a un contrato ‘escrito’. Se ve de mismo si el forum es un Estado parte, pero que una de los partes tiene su establecimiento en un Estado no parte o, *a fortiori*, si la jurisdicción competente es la de un Estado no parte o un tribunal arbitral. En cada una de estas hipótesis, en efecto, la aplicación eventual de la Convención puede resultar de la regla de derecho internacional privado del forum, la cual será la que concierne las cuestiones de forma. Consecuentemente, el artículo 13 no será aplicable que si la ley designada por esta regla es la de un Estado parte, validando así el contrato virtual, o la regla de conflicto designa una ley interna que reconoce también este tipo de contrato.

Dado esto, debemos precisar que al artículo 11 concierne únicamente la validez del contrato, sin pronunciarse sobre la validez eventual de las diferentes estipulaciones contractuales en si mismo. Así, numerosas legislaciones prevén la nulidad de algunas

de ellas, cuando éstas tienen como soporte documentos estandarizados o subordinen su eficacia a la condición que ellas hayan sido aprovechadas específicamente por el contratante a quien estos formularios fueron propuestos -situación corriente en el Internet. Luego parece que cada vez, en virtud del derecho internacional privado del forum, estas leyes tienen que aplicarse sin que se pueda oponer las disposiciones del artículo 11.

Una vez que se ha establecido que la Ley uniforme se aplica, tenemos que interrogarnos si las disposiciones substanciales son capaces de acoger las nuevas situaciones resultantes del comercio electrónico.

Problemas substanciales. Nos limitaremos a analizar las cuestiones principales, centrándonos en un primer momento en las comunicaciones y los plazos (A), antes de ver, en un segundo lugar, éstas en relación con la puesta a disposición de las mercaderías (B).

A. - Las comunicaciones electrónicas y los plazos.

Algunas disposiciones de la Convención contienen términos como 'mandato', 'llegado' o 'fijado'. Con respecto al Internet, estos tienen que ser redefinidos a la luz de la Ley uniforme.

Para las comunicaciones pre-contractuales, el artículo 24, que ya evocamos, prevé que cualquier manifestación de intención puede llegar por cualquier medio y pues también vía correo electrónico. El artículo 15 prevé que la oferta surtirá efecto cuando llegue al destinatario y que su retiro es válido si 'llega al destinatario antes o al mismo tiempo que la oferta'. Según la interpretación establecida, para el correo tradicional, se trata del momento cuando este llega en el buzón postal del destinatario y no en el momento en que es leído.

Esto nos hace ver, con respecto a las comunicaciones electrónicas, que se tiene que considerar como llegado un correo electrónico que se encuentra almacenado sobre un servidor de mensajería del destinatario. Y, al contrario del correo tradicional, es más fácil probar el hecho, de la constatación de la existencia de los archivos .log del

proveedor de mensajería. El artículo 20, con relación al plazo de aceptación, distingue entre el plazo fijado por correo y esto por cualquier modo de comunicación. Ya que se pueda considerar que el correo electrónico sea del todo asimilable a la carta, y luego el plazo debería correr a partir de la fecha que figura, sería a lo mejor más conforme al texto de asimilar el correo electrónico a la noción de ‘cualquier otro medio de comunicación’ y consecuentemente de hacer correr el plazo a partir del momento que éste ha llegado al servidor de mensajería del destinatario.

Sin embargo, los contratos *click-wrap* ponen una dificultad muy particular. En efecto, la oferta sobre una página Web no ‘llega’ al destinatario; es al futuro comprador de volverse sobre el sitio para ver la oferta. En realidad no se trata de una oferta sino de una *invitatio ad offerendum* según el artículo 14.2, salvo si la persona que hizo la proposición indicó claramente lo contrario. Sin embargo, tal es muchas veces el caso para la compraventa de programas en el Internet por ejemplo y que constituyen pues *ofertas ad incertas* personas. En la medida que el artículo 24 define el termino ‘llegar’ en el sentido de una acción positiva de la parte del vendedor -él tiene que enviar la oferta- y una acción pasiva del futuro comprador -él recibe la oferta- nos parece imposible de recurrir a cualquier analogía para incluir las ofertas figurando sobre una página Web y, consecuentemente, consideramos esta cuestión como no resuelta por la Convención y preconizamos de recurrir a la ley aplicable en virtud de las normas de derecho internacional privado. Esto explica porqué desaprobamos la posición de los autores, para quiénes la oferta es ‘llegada’ en el momento en donde ella se fija sobre la pantalla del futuro comprador. Esto se justifica además porque el cyber-comerciante no tiene siempre el ‘control’ de sus páginas Web. En efecto, imaginamos que una oferta virtual en la fecha del primero de enero dice que esta es válida durante tres meses, pero que el dos de enero el vendedor cambia la página precisando que la oferta es solamente válida durante un mes; que el primero de marzo un internauta visita la página, pero que su proveedor tiene sobre su servidor *proxy* una copia caché de la primera página y no de la actual, el usuario del Internet verá de facto una página que no está calada. ¿Se tendría que decir que la primera oferta -en realidad errónea- debe continuar a producir efectos? No lo pensamos. Del punto de vista tecnológico, es seguro que incumbe al solicitante el tomar las medidas para evitar este tipo de situación. Para esto, dispone de

herramientas como los *metatags* siguientes: indicando la validez de la página conteniendo la oferta e impidiendo la duplicación de las páginas. A pesar de estas precauciones, el vendedor nunca podrá estar seguro que hay páginas duplicadas, porque los *metatags* no impiden el *coaching* manual. Algunos objetarán que pertenece a la otra parte de ser diligente y utilizar la función “*reload*”, presente en todos los navegadores, que tiene por función buscar la página sobre el servidor original y no sobre el servidor *proxy-cache*. Con todo, nos parece que es muy severo el hacer depender la ‘suerte’ de la oferta de las capacidades técnicas del internauta. Por esto, queríamos negar cualquier valor a una oferta cumplida, lo mismo si esta continúa siendo visible en el Internet. Al contrario, si el comerciante manda por correo electrónico una oferta errónea, siempre podrá enviar un segundo mensaje - según las condiciones estipuladas por la Convención- para rectificar su oferta. En último lugar, se puede estimar que las ofertas sobre páginas Web, las cuales son enviadas por el medio de los *channels*, ‘llegan’ en el sentido de la Convención al destinatario una vez que la página Web es registrada sobre el disco duro de la computadora del destinatario.

Para las comunicaciones post-contractuales, se debe analizar el artículo 27 que dispone que una parte no sea privada de sus derechos si por ejemplo una notificación o petición tuvo un retraso o no llegó a su destinatario por causa de un error de transmisión. Para que el artículo pueda ser invocado luego, es suficiente que la otra parte haya ‘enviado’ la comunicación. Para el comercio electrónico, esto quiere decir que el expediente haya enviado su mensaje sobre el servidor de mensajería de su proveedor de mensajería.

Una vez que la transacción es celebrada, el vendedor debe poner a disposición la mercadería, acción que no puede ser calificada sin dificultad en el ámbito cibernético.

B.- Entrega de las mercaderías.

Si con respecto a las mercaderías materiales, la Convención no pone muchos problemas con relación al comercio electrónico, no es así para las mercaderías inmateriales como los programas y títulos musicales teledescargables en el Internet.

Primero, el artículo 31 distingue entre mercaderías teniendo que ser transportadas o no. Esto quiere decir que en el Internet, tendría que distinguirse entre las hipótesis en donde el vendedor se compromete a enviar al cliente el archivo comprado y está en donde le incumbe al comprador ir a buscar el archivo, sobre el servidor del vendedor. Sin embargo, nos parece que no es posible extender la analogía al punto de decir que el hecho de enviar un archivo equivaldría a un 'transporte'. En efecto, un transportista guarda la dirección y el control de la mercadería transportada; tal no es la situación en la Red. El único actor que se podría calificar de transportista sería el proveedor de acceso que el vendedor utiliza para enviar los archivos. No obstante, él no tiene ningún control sobre el 'viaje' del archivo; este último, descompuesto en paquetes IP, tomará cualquier camino atravesando decenas de servidores en donde cada vez un incidente puede sobrevenir y destruir un paquete IP. Cada paquete perdido en ruta impedirá la reconstrucción del archivo a la llegada y pues la entrega conforme de la mercadería. Para este caso hay un *vacuum juris* en el texto convencional y se debe recurrir al derecho interno designado para la norma de derecho internacional privado del forum. Consecuentemente, la única obligación de la Convención de Viena incumbiendo al vendedor es ésta de la puesta a disposición de la mercadería.

El artículo 31 prevé así la obligación para el vendedor de no oponerse a la recogida del archivo por su contratante. Si a priori, esta condición parece poder ser fácilmente cumplida en el universo digital, porque es suficiente para el vendedor, poner el archivo sobre un servidor en donde el comprador puede teledescargarlo, ¿es también así en cuanto a la hipótesis en donde el mismo vendedor, por ejemplo no tiene suficientes *modems* para recibir sus clientes y que por consecuencia es técnicamente imposible de conectarse al servidor por razones de 'recalentamiento' de las conexiones? ¿El comprador tiene que armarse de paciencia e intentar durante días recuperar su archivo comprado o se puede estimar que el vendedor no 'puso a disposición' la mercadería vendida por causa de la estructura técnica desfalleciente? ¿El último puede argumentar que se trata de circunstancias aciagas? A decir verdad, pensamos que se trata realmente de una imposibilidad de obtener la mercadería; pero ella es puesta a disposición. Por el contrario, se podrá, según las circunstancias, retener una falta del vendedor por el retraso ocasionado. En resumen, el artículo 31

no suscita problemas particulares en el contexto del comercio electrónico. No es lo mismo para la transmisión de riesgo.

Cuál internauta no conoció la desventura siguiente: él rellena el formulario de compraventa de un programa en el Internet, se conecta al servidor del vendedor para teledescargar el producto comprado, la transferencia empieza y justo en pleno centro de la misma la conexión se interrumpe, o que él consiguió teledescargar el programa, pero que no funciona debido a la pérdida de paquetes IP en el transcurso de la conexión. En la mayoría de los casos, esto no es grave, porque los vendedores permiten, una vez el pago hecho, conectarse tantas veces como sea necesario para teledescargar el producto requerido. Sin embargo ¿qué pasa si el vendedor rechaza una segunda conexión? (por ejemplo si se trata de un archivo incopiable, con el fin de evitar que el comprador tenga a disposición numerosos ejemplos del archivo) ¿Se puede considerar, en aplicación del artículo 69, que el comprador recogió la mercadería, y pues debe soportar los riesgos, mismo si la dicha mercadería nunca llegó en su casa? ¿Se debe decir, al contrario, que la mercadería nunca fue recogida por la ruptura de la conexión? La cuestión tiene toda su importancia con respecto al artículo 66 que prevé que *la pérdida o el deterioro de las mercaderías sobrevenidas después de la transmisión del riesgo al comprador no liberarán a éste de su obligación de pagar el precio, a menos que se deban a un acto u omisión del vendedor*. El *in fine* del artículo no puede jugar porque ni la ruptura de conexión, ni la pérdida de los paquetes IP son culpa de un hecho del vendedor. En verdad, la solución no se encuentra en cualquier interpretación de los artículos en cuestión; ella resulta de un aspecto práctico. En efecto, recordamos que en el sistema de la Convención, la prueba es libre y la buena fe presumida. Esto quiere decir que en la práctica si el comprador declara no haber recibido el producto comprado, el vendedor puede solamente creerlo. Por ello existe la obligación de permitir un nuevo acceso a su servidor.

Sin embargo, la Ley uniforme hace también pesar una obligación de colaboración al comprador porque el artículo 60 dispone que él tiene que *realizar todos los actos que razonablemente quepa esperar de él para que el vendedor pueda efectuar la entrega y en hacerse cargo de las mercaderías*. Esto tiene como consecuencia que si el vendedor por ejemplo estipula en el contrato de compraventa que la teledescarga no

puede hacerse correctamente que si el comprador dispone de un modem de 56.6 k y que a pesar de todo el comprador intenta la teledescarga con un modem de 28.8 k, lo cual le es falible. Consecuentemente, el vendedor puede, en aplicación del artículo 63 exigir el pago del precio, esto además que sus archivos .log podrán establecer el tipo de modem utilizado.

Conclusión: Este rápido sobrevuelo de algunos problemas nos permite demostrar que el advenimiento del Internet no exige de la Convención de Viena una re-escritura sino una re-interpretación. Al contrario de otras convenciones internacionales, la Ley uniforme por su cláusula de adaptación ofrece una flexibilidad suficiente a condición que los exegetas consientan hacer prueba de imaginación. Sin embargo, a fin de evitar muchas interpretaciones divergentes, sería buen método de reunir una conferencia internacional para adoptar una declaración interpretativa auténtica de la Convención -basado sobre el artículo 31.3.b de la Convención de Viena sobre el Derecho de los tratados- con respecto al comercio electrónico, como esta considerando por ejemplo la CNUDMI al sujeto de la noción de 'escrito' en la Convención de Nueva York sobre el arbitraje. Tal es nuestro punto de vista, subjetivo como cada opinión.¹¹

2.1.1 COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS.

CONTRATO DE COMPRAVENTA

El Contrato de Compra Venta es el factor central de toda transacción comercial, constituyéndose en el punto de partida del comercio internacional e instrumento jurídico de la actividad económica mundial.

En el proceso de comercio internacional se realizan diversos contratos. El principal de ellos es el contrato de compraventa internacional de mercaderías. De igual manera, la comercialización de productos en un país determinado puede dar lugar a contratos de agencia, de distribución y de representación. También es posible concertar contratos de *Joint Venture* para la producción de bienes y su posterior

¹¹ Prof. Dr. jur. J. A. Graham. - Catedrático en la Facultad Libre de Derecho de Monterrey, México. Abogado y Árbitro. <http://premium.vlex.com>

comercialización internacional. En el caso de Bolivia, la legislación contempla este tipo de contratos.

El contrato de compraventa internacional de mercaderías está regido por la Convención de las Naciones Unidas sobre Contratos de Compraventa Internacional de mercaderías, que fue aprobada y suscrita en Viena el 11 de abril de 1980. Este convenio entró en vigencia el 1 de enero de 1988.

El Convenio regula los diversos aspectos de la compraventa internacional, los derechos y obligaciones de las partes contratantes con relación a la compraventa de mercaderías. Por otra parte, en los contratos de compra-venta se señalan *las Condiciones y los Medios de Pago* en que se transarán las operaciones comerciales.

Las Condiciones de Pago; en un contrato de compra-venta internacional puede establecerse las condiciones de pago más diversas; el financiamiento puede estar ligado a cualquiera de ellas. Algunos son:

1. ***Al Contado;*** el pago al contado varía de acuerdo al momento en que se efectúa el pago, que puede ser al confirmarse el pedido, al momento del embarque, al momento de negociar los documentos de embarque, o al momento de recibir la mercadería por parte del comprador. En el primer caso no se requiere financiamiento, en los otros podrá ser necesario un financiamiento de pre-embarque.
2. ***En Cuenta Corriente;*** cuando existe una relación muy favorable entre el exportador y el comprador extranjero pueden establecer este sistema, el cual requiere que en ambos países existan regímenes comerciales cambiarios sin restricciones que dificulten la transacción.
3. ***En Consignación;*** esta condición de pago implica que el derecho de propiedad de la mercancía no se traspa hasta el momento de su venta en el extranjero. Esta modalidad entraña muchos riesgos para el exportador, quien sólo recibirá el pago luego de la venta efectiva, sin embargo es una modalidad usada en la venta de productos perecibles.
4. ***A Crédito;*** La compraventa se paga en un plazo después del embarque. Las transacciones al crédito son frecuentes y requerirán de financiamiento de post-embarque. El tipo de crédito otorgado principalmente será de

proveedores y los documentos de pago que recibirá el exportador podrán ser pagarés o letras de cambio.

Los Medios de Pago; todas las transacciones en el Comercio Internacional cualesquiera sean las condiciones de pago implican un medio para realizar el pago de la operación. Estos medios de pago juegan un rol fundamental, no sólo por ser la forma como se realiza la transacción, sino porque dan origen al financiamiento. Los principales medios internacionales de pago son los siguientes:

1. **Pago Anticipado;** éste consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en la plaza del exportador el importe de la compra-venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien eventualmente y hasta deliberadamente puede demorar indebidamente el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. El uso de esta modalidad es excepcional, cuando por ejemplo el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto de la tecnología.
2. **Pago Directo;** éste se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. El pago directo representa una cierta forma de anticipación con la variante de que quien recibe toda la ventaja es el comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino. Puede suceder que el importador retire las mercancías y demore deliberada e indebidamente el pago, o que finalmente no lo realice, con graves pérdidas para el exportador quien, en el mejor de los casos tendrá que hacer regresar los bienes a su destino, asumiendo costos no previstos, con lo cual habrá sufrido una pérdida efectiva. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente.
3. **Cobranzas Documentarias;** éstas se definen como el manejo por los bancos de documentos que pueden ser financieros o comerciales; según las

instrucciones que reciban, con el fin de lograr el cobro y/o la aceptación de documentos financieros. El exportador entrega sus documentos a un banco para que éste, bajo las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación. La Cobranza Documentaria representa menos riesgos que el pago directo y el anticipado ya que en esta modalidad intervienen uno o más bancos, pero dicha intervención no constituye una garantía en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de compra-venta acordado entre las partes.

4. **El Crédito Documentario;** La Carta de Crédito o Crédito Documentario, ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago para operaciones de compra-venta internacionales de mercancías, no sólo por las seguridades que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que intervienen en la compra-venta internacional. La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de créditos sean irrevocables y confirmadas.

En cuanto a la forma del contrato, no es necesario que sea por escrito, ni está sujeto a requisito de forma (esta norma no rige en los estados cuya legislación nacional establezca que el contrato de compraventa sólo podrá constar por escrito). En el término por escrito se comprende, el telegrama y el fax.

En 1990, al aprobarse la nueva versión de los INCOTERMS, se incorporó los mensajes electrónicos EDI que son comunicaciones a través de computadoras.

El contrato comienza a formarse a partir de una oferta. La oferta debe ser una propuesta específica indicando la mercadería, la cantidad y el precio. Debe estar dirigida a persona determinada. La oferta puede ser retirada, revocada o rechazada; en este último caso se extingue la oferta.

La oferta surtirá efecto cuando ésta llegue al destinatario. Toda declaración u otro acto del destinatario que indique asentimiento a una oferta constituirán aceptación. La aceptación de la oferta surtirá efecto en el momento en que la indicación de asentimiento llega al oferente dentro del plazo que éste haya fijado.

La oferta detallada debe contener los siguientes datos:

- * Descripción exacta de la mercadería y del embalaje.
- * Medidas y pesos específicos.
- * Especificaciones de calidad.
- * Precio unitario en dólares u otra divisa.
- * Condiciones de pago.
- * Condiciones de entrega.

¿Cómo se realiza un contrato de compra venta?

Es difícil citar un contrato tipo que se pueda aplicar a todos los acuerdos de exportación; no obstante, es importante considerar ciertas disposiciones mínimas o condiciones generales, que son útiles para la elaboración de cualquier contrato. A continuación se detallan las condiciones que pueden servir de referencia para los contratos de exportación:

- * Nombre y dirección de las partes.
- * Producto, normas y características: El contrato de exportación debe especificar explícitamente el nombre del producto y sus normas técnicas, tamaños en que se provee el producto, normas y características nacionales e internacionales, su posición arancelaria, requisitos especiales del comprador, características de las muestras, envase, embalaje, etc.
- * Cantidad: La cantidad debe redactarse en cifras y letras especificando si se trata de unidades, peso o volumen. Cuando la cantidad de los productos se mencione por peso o volumen, deberá mencionarse la unidad de que se trata. Por ejemplo: toneladas, kilogramos, etc.
- * Embalaje, etiquetado y marcas: Los requisitos referentes a embalaje, etiquetado y a las marcas varían cuando se exporta y se deberá describir claramente en el contrato. Asimismo si la mercancía estará inutilizada. Ejemplo: en pallets, contenedores, etc.
- * Valor total del contrato: El valor total del contrato debe mencionarse en letras y números, así como la moneda utilizada y el país al que hace referencia.
- * Condiciones de entrega: El precio del contrato debe estar relacionado directamente con un Término de Comercio que estipule las condiciones de entrega (preferentemente de conformidad con los Incoterms 2000)

- * Descuentos y comisiones: El contrato deberá estipular también a cuánto se eleva el descuento o comisión, quien debe pagarlas y a quien. La base del cálculo de la comisión y el porcentaje también deben mencionarse claramente. Los descuentos y/o comisiones pueden estar o no incluidos en el precio de las exportaciones, según lo decidan conjuntamente el exportador y el importador.
- * Impuestos, aranceles y tasas: De acuerdo a las condiciones de entrega se entiende que el precio establecido por el vendedor incluye impuestos, aranceles y tasas relativas a la exportación de la mercancía. De igual manera, las eventuales tasas del país importador corren a cargo del comprador.
- * Lugares: Aunque el Termino de Comercio indica específicamente un solo lugar, es conveniente especificar el lugar de despacho y el lugar de entrega y de ser posible debe indicarse el lugar de toma a cargo por el transportista, el punto de embarque, el punto de desembarque y el destino de la mercancía.
- * Periodos de entrega o de envío: Las fechas de la entrega o de envío deberán mencionarse, en lo posible específicamente o ya sea a partir de: 1°) la fecha del contrato, 2°) la fecha de notificación de la emisión de una carta de crédito irrevocable o 3°) de la fecha de recepción del anuncio de la concesión de la licencia de importación por el vendedor. Asimismo debe indicarse la fecha tope para la presentación de los documentos a partir de la fecha de embarque.
- * Envío parcial / trasbordo / agrupación del envío: El contrato debe estipular explícitamente si las partes en el contrato han acordado un envío parcial o un trasbordo, así como el punto de trasbordo y eventualmente el número de envíos parciales concertados. Cuando se prevea enviar los bienes bajo régimen de “agrupación de envío de exportación”, esto se mencionará en el contrato.
- * Condiciones especiales de Transporte: Si bien el Término de Comercio acordado, puede estar relacionado con el medio de transporte, este Término de Comercio no debe confundirse con las condiciones de la Contratación del Transporte, debiendo especificarse en el contrato cualquier condición especial que sea requerida. Ejemplo: Si el flete incluye los gastos de descarga.
- * Condiciones especiales de Seguros: De acuerdo al Término de Comercio y en forma similar al transporte, el contrato debe estipular claramente las condiciones del seguro de la mercancía contra las pérdidas, desperfectos o

destrucción que puedan ocurrir durante el transporte. El contrato debe mencionar la cobertura de riesgos, su incidencia, la moneda del seguro, la suma asegurada, etc.

- * **Documentos:** Cuando se trate de otros documentos distintos a la Factura Comercial, al Documento de Transporte o al Documento de Seguro, debe estipularse en el contrato, qué otros documentos son necesarios y quién debe emitir estos documentos, con sus especificaciones.
- * **Inspección:** Aunque muchos productos están sometidos a inspecciones antes de la expedición por agencias designadas, los compradores extranjeros pueden estipular sus propias condiciones y tipo de inspección y exigir que lo efectúe otra empresa. Las partes deben establecer claramente la naturaleza y método de inspección, así como la agencia encargada de efectuar la inspección de los bienes, cuando difieran de los previstos en el control de calidad y las normas de inspección antes de la expedición, en estos casos debe aclararse en el contrato quien asumirá estos costos por inspecciones adicionales.
- * **Licencias y permisos:** La obtención de una licencia para la internación de ciertos productos en el país del comprador puede ser más difícil en algunos países que en otros, por lo que las partes en el contrato deben declarar claramente si la transacción de exportación requiere o no una licencia de importación y quién debe solicitarla.
- * **Condiciones de pago:** Debe indicarse si el pago es anticipado, al contado o al crédito, e incluso para aquellos casos de *al contado* si el pago se realizará al embarque o contra presentación de documentos, ya sea en el país del exportador o del importador. Un solo contrato puede estipular diferentes condiciones de pago dividiendo en porcentajes la transacción.
- * **Medios de Pago:** De acuerdo a la(s) condición(es) de pago pactadas, debe especificarse el o los medios de pago a utilizar, ya sea pago directo, cobranza o carta de crédito, aclarando la modalidad de estos o sea transferencia, orden de pago, cheque bancario, efectivo, cobranza contra pago, cobranza contra aceptación y pago, carta de crédito irrevocable o irrevocable y confirmada, transferible, de pago a la vista, de pago diferido, aceptación o negociación de giros o letras de cambio, etc. Es recomendable que el exportador negocie preferentemente su pago mediante carta de crédito irrevocable y confirmado.

- * Garantía: Si fueran requeridas garantías contractuales, deben estipularse el tipo y la fecha de vencimiento de las mismas.
- * Incumplimiento de contrato por causas de “fuerza mayor”: Las partes en el contrato deben definir ciertas circunstancias en las cuales se las libera de las responsabilidades contraídas en el contrato. Dichas disposiciones, denominadas de *fuerza mayor*, tienen por objeto definir las medidas que cabe tomar en caso de incumplimiento por circunstancias insuperables acaecidas tras la firma del contrato.
- * Retrasos de entrega o pago: El contrato definirá la cuantía que se le abona al comprador a título de daños y perjuicios en caso de retraso en la entrega por razones ajenas a la fuerza mayor o por incumplimiento de terceros. Asimismo definirá el interés que se le abonará al vendedor por el retraso en el pago por razones ajenas o de fuerza mayor o por incumplimiento de terceros.
- * Recursos: Es conveniente incluir alguna posibilidad de recursos en el contrato, en caso de que se incumplan determinadas partes del mismo. Dichos recursos deberían corresponder a las disposiciones obligatorias aplicables a la jurisdicción del contrato.
- * Arbitraje: El contrato incluirá también una disposición de arbitraje, para la resolución rápida y amistosa de diferencias o contenciosos que puedan surgir entre las partes.
- * Idioma: Si es posible debe especificarse el idioma del contrato que prevalecerá en caso de diferencias entre las partes.
- * Jurisdicción: El contrato debe especificar la jurisdicción por la que se rige y debe estipular la ley nacional aplicable al contrato.
- * Firma de las partes: Debe notarse que en muchos casos el contrato de compraventa internacional es pactado mediante el envío de una oferta y la aceptación de la misma, intercambios efectuados por medios de comunicación en los cuales no siempre es posible que estén firmados o que se pueda autenticar la firma, por lo que las partes deberán tener en cuenta el monto total de la transacción y si es necesario que se formalice este acuerdo mediante la firma de ambas partes en un contrato.

2.2 LA CONVENCIÓN DE VIENA SOBRE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

La Convención que rige la compraventa internacional de mercaderías establece que un contrato no tiene necesariamente que celebrarse por escrito; es decir puede pactarse aún verbalmente o por teléfono.

El riesgo de ello es la falta de las evidencias; por esta razón es preferible el contrato por escrito. Un contrato por escrito puede constar en un telegrama, telex, fax o en una comunicación de computadora a computadora (EDI). Un contrato por escrito suele configurarse en una carta de crédito.

A continuación se listan las cláusulas que debe contener un contrato internacional:
Modelo de contrato tipo (Propuesto por Naciones Unidas).

Preámbulo.

Personas contratantes, poderes, definiciones, etc.

Condiciones del contrato:

1. Objeto del contrato: Naturaleza, descripción cualitativa y cuantitativa del producto.
2. Vigencia.

Obligaciones del vendedor:

3. Entrega de la mercadería: Fecha, transporte, embalaje, certificados diversos, plazos, fecha de comienzo del plazo.
4. Reserva de dominio.
5. Control de conformidad: Muestras, modalidades.
6. Cláusulas, desperfectos de la garantía, reclamos, reparaciones.
7. Instrucciones sobre utilización, planos, manuales.

Obligaciones del comprador:

8. Modalidades de Pago: Términos de pago, lugar de pago.

9. Crédito otorgado.

10. Garantías diversas.

Traspaso de riesgo y de la propiedad:

11. Traspaso de riesgo: Modalidad de entrega, INCOTERMS 2000, fuerza mayor.

12. Traspaso de propiedad.

Servicio posventa:

13. Garantía: reparación, mantenimiento.

Precio y modalidad de pago:

14. Precio: pormenores de las prestaciones comprendidas.

15. Monedas convertibles: Moneda de pago.

16. Revisión del precio.

17. Garantía de pago.

Arbitraje:

18. Arbitraje, Tribunal competente: Órganos, decisiones.

Otras cláusulas:

19. Secreto profesional.

20. Propiedad industrial.

21. Idioma de contrato.

22. Derecho del contrato.

23. Elección del domicilio.

24. Fecha y firmas autenticadas.

Si bien el comercio electrónico es un concepto amplio que involucra cualquier transacción comercial efectuada a través de medios electrónicos tales como el fax, el telefax, el teléfono, los EDI (*electronic data interchange*) e Internet¹², limitaremos su alcance considerando al comercio electrónico como la parte del comercio que se desarrolla a través de las redes.

¹² SARRA, Andrea Viviana “comercio electrónico y derecho”, pág. 279, Ed. Astrea

En el entorno del comercio por redes abiertas podemos distinguir dos tipos distintos: A) comercio electrónico directo, que se lleva a cabo íntegramente por vía electrónica, consistiendo en la entrega en línea de bienes intangibles; y B) comercio electrónico indirecto, que se realiza mediante pedidos de bienes y servicios, tanto materiales como intangibles a través de las redes, pero que requieren un proceso de entrega a través de los canales normales de distribución física.

Modalidades de contratación electrónica.

En materia de contratación electrónica, se presentan varias fases que comprenden, el consentimiento en las redes y el lugar de celebración.

Los efectos jurídicos de dichas exteriorizaciones de voluntad son distintos si la contratación es entre empresas o entre éstas y los consumidores.

Siguiendo a Lorenzetti¹³, podemos decir que las modalidades de la contratación electrónica se dan de dos maneras: 1) con el proveedor de acceso a Internet y 2) con el proveedor de bienes y servicios a través de la red.

En el primer supuesto el consumidor celebra un contrato con el proveedor de acceso a Internet quien, por un canon mensual, le asigna una dirección (dominio registrado) y que es individualizado a través de algún signo o palabras suministradas por el usuario. Con ello, tiene derecho a recibir y enviar información por correo electrónico con carácter de exclusividad a través de una clave. Asimismo tiene acceso a una página llamada de presentación donde suministra información en forma pública y sin restricciones, recibiendo también comunicaciones electrónicas.

El segundo supuesto, una vez asignado el acceso a Internet, el usuario ingresa al mismo libremente visitando distintos sitios, recabando información y pudiendo contratar, configurándose de esta forma el contrato electrónico.

¹³ LORENZETTI, Ricardo Luis, “Comercio electrónico y defensa del consumidor”, publicado en www.latinlex.com.ar/contenidos/doctrinas/doctrina41.htm

El contrato electrónico. El contrato en el ordenamiento jurídico argentino se rige por el principio de la autonomía de la voluntad. La voluntad humana sigue siendo la base de todo acuerdo. Lo que se modifica por los avances tecnológicos son las formas de manifestación de la oferta y de la aceptación. La problemática surge en vista al grado de seguridad que brindan dichos recursos y la aceptación jurídica de los mismos ante un supuesto de incumplimiento contractual¹⁴.

En el derecho argentino la contratación electrónica ha sido reconocida por la Ley de defensa del consumidor, incluye la venta efectuada por medio de comunicación electrónica (Internet); siendo la norma de orden público.

El contrato electrónico es el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles. Al respecto podemos decir que el contrato a través de Internet sin elementos extranacionales, se considera perfeccionado con el intercambio de la oferta y la aceptación, sin modificaciones de las mismas. La voluntad de las partes de contratar va a ser exteriorizada a través de la computadora y de las telecomunicaciones en combinación.

Por lo tanto la contratación electrónica por medios digitales, es la que se lleva a cabo desde la formación del consentimiento hasta la ejecución del contrato, mediante dispositivos de enlaces electrónicos que se comunican interactivamente por canales de red basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados, con el fin de crear, modificar, transferir, conservar o aniquilar derechos¹⁵.

El consentimiento en línea (online). Como regla general el contrato electrónico es un contrato a distancia. Por ello es necesario dilucidar si se trata de un contrato celebrado entre personas físicamente presentes o entre ausentes.

En las contrataciones por vía telefónica, la doctrina ha considerado separadamente el momento y el lugar de celebración. Con el uso del teléfono la comunicación es

¹⁴ ALLENDE, Lisandro, “comercio electrónico. Aspectos generales, normativos y contractuales”, publicado en la Revista El Derecho n° 10291 del 10/07/2001, pág. 1/5 , www.eldial.com

¹⁵ Obra citada en nota n° 7, pág.361

instantánea, por lo que se considera que es entre presentes. En cambio, con relación al lugar, como las personas están físicamente distantes, el contrato es regido por las normas relativas a la contratación entre ausentes.

En este último caso hay una distancia geográfica que se traduce en un tiempo de comunicación jurídicamente relevante, pero el medio utilizado neutraliza la geografía, ya que la comunicación es instantánea.

En el contrato electrónico las relaciones son más complejas y diversas, por lo que debemos distinguir: 1) cuando un contrato es celebrado entre presentes y ausentes 2) criterios de distribución del riesgo entre ausentes 3) la aplicación de estos criterios en los contratos electrónicos.

Criterio para distinguir cuando un contrato es celebrado entre ausentes o entre presentes.

Lorenzetti¹⁶ señala cuatro criterios:

a) presencia física de los contrayentes: si las personas no están físicamente presentes se requiere un tiempo para que el contrato se perfeccione. Se lo califica como contrato a distancia, siendo la situación similar a la comunicación por fax o por carta.

b) la celebración instantánea o discontinua: el consentimiento entre personas que no están físicamente presentes pero que su comunicación es instantánea. Se ha dicho que en los contratos entre ausentes, no importa tanto la presencia física sino su declaración, y que más que la distancia física importa la jurídica. Sobre esta base se ha establecido: 1) dos personas distantes que emiten declaraciones instantáneas: vínculo entre presentes; 2) si dichas personas están en países diferentes se aplican las reglas del derecho internacional privado: vínculo entre ausentes; 3) respecto a la contratación electrónica, cuando hay diálogos interactivos que importan actos instantáneos, la celebración es entre presentes;

¹⁶ LORENZETTI, Ricardo L. "Comercio electrónico", Ed. Abelardo Perrot, pág.191/193

c) la distribución de riesgos: la contratación entre ausentes se caracteriza porque entre la oferta y la aceptación existe un tiempo relevante en cuanto a la posibilidad de ocurrencia de riesgos que hay que distribuir. Los riesgos son: muerte, incapacidad, quiebra o retractación. Esto se puede resolver en cada caso en particular; consignando las previsiones pertinentes en los contratos o por medio de una ley.

d) el tiempo y el espacio como conceptos normativos: no se trata de averiguar si hay presencia física o ausencia entre los contratantes, sino de distribuir el riesgo como se haría en ausencia de costos de transacción, conforme a algún criterio legislativo razonable. Por ello el tiempo real y el espacio real son conceptos de base empírica que no pueden coincidir con el tiempo jurídico y el espacio jurídico, que son espacios normativos y no empíricos. Por ejemplo en la contratación electrónica, el sujeto que contrata con una computadora en viaje no está en un lugar real determinado, pero el lugar jurídico imputado es su dominio.

Relaciones de consumo - venta a distancia. Cuando se trata de contratos de consumo se considera que es una contratación a distancia. El artículo 33 de la ley 24240 prevé que es una venta por correspondencia la que se efectúa por medio electrónico o similar y la respuesta se realiza por iguales medios, resultando aplicable el derecho a la revocación (art. 34) y la prohibición de propuestas y envíos no autorizados (art.35).

Aquellos contratos que no constituyen una relación de consumo y que se celebran en forma no instantánea, son contratos entre ausentes.

En el derecho argentino se aplica la regla de la expedición: el contrato se perfecciona desde el momento en que el aceptante exterioriza su voluntad; acreditando el envío de un mensaje electrónico de aceptación.

En el derecho comparado y en el proyecto de reformas del código civil, se aplica la regla de la recepción: el contrato se perfecciona desde el momento en que el mensaje que contiene la aceptación ingresa al sistema informático del oferente, siendo indiferente el conocimiento efectivo que este pueda tener del mismo.

Lugar de celebración del contrato electrónico. El lugar de celebración del contrato tiene efectos importantes para fijar la competencia; la ley aplicable; el carácter nacional o internacional del contrato y para interpretarlo conforme los usos y costumbres.

En la mayoría de los casos que presentan conflictos hay lugar de celebración y cumplimiento fijados. Pero las relaciones virtuales tienden a ser autónomas por su configuración de sistema, lo que hace que en algunos sectores, el lugar sea virtual. Es una evolución hacia la abstracción totalmente controlable: el domicilio de las personas físicas o jurídicas, el lugar de los contratos en las relaciones globales es una cuestión de atribución de efectos jurídicos y no de determinar quien vive en ese lugar o si estuvo presente o no en la celebración o ejecución del contrato.

El lugar jurídico puede ser un nombre de dominio, que no coincida con el lugar real donde efectivamente este el sujeto. La noción de lugar es un concepto normativo¹⁷.

Principio general. Como regla general es el que fijen las partes (derecho dispositivo); en su defecto el lugar del contrato se juzgará en donde lo diga el legislador y en este punto hay diferencias importantes. Si se trata de una empresa: el domicilio del oferente debe ser precisado, distinguiéndose entre domicilio principal y sucursales; y en la contratación electrónica se agrega donde esta organizado el sistema informático. La ley modelo de UNCITRAL indica que el lugar de celebración del contrato es donde el destinatario tiene la sede principal; independientemente del lugar de instalación del sistema informático. Art. 15: “Un mensaje electrónico se considera expedido en el local donde el remitente tenga su establecimiento y recibido en donde el destinatario tenga su establecimiento”.

Por nuestra parte, proponemos como alternativa el lugar donde está ubicado el servidor con el cual se celebró el contrato de acceso.

Relaciones de consumo. Se acepta el domicilio del consumidor como lugar de celebración; es una forma de protección a la parte más débil.

¹⁷ LORENZETTI, Ricardo L. Ob. Citada pág. 199

Respeto de las cláusulas de prórroga de jurisdicción; se distingue si las relaciones son de consumo o entre empresas. En este último supuesto debe haber una causal o justificación razonable para aplicarlas a efectos de garantizar el derecho a la jurisdicción. Si las relaciones son de consumo o en contratos por adhesión deben ser interpretadas contra el estipulante considerándolas abusivas.

2.3 CASO PRÁCTICO.

Ver anexo # 1

CAPITULO III

3.1 DERECHO COMPARADO, ASPECTOS JURÍDICOS DE LA COMPRAVENTA ELECTRÓNICA.

En este punto el derecho comparado al que estaremos refiriendo es el Derecho Argentino y a sus juristas. Esto es por ser uno de los pioneros en crear las normas que regulan las conductas propias de esta área del derecho como es el comercio electrónico.

Nadie puede negar que la Internet se haya convertido en una de las fuentes de consulta de acceso universal, cuya cobertura cada vez se va ampliando. En los últimos años ha tenido un crecimiento inusitado, a tal punto que se ha vuelto un lugar al que toda persona puede tener acceso, por los más diversos motivos, entre de los cuales cuentan los negocios. Sin embargo, aparejado al desarrollo de esta importante fuente de información se ha dado el desarrollo de actividades poco legales o en algunos de los casos, fuera de la ley.

Por esta razón, existe una preocupación creciente por la legalidad y la capacidad de cumplimiento de las partes sobre los términos de la contratación en línea. Los aspectos jurídicos del comercio electrónico se centran en la seguridad jurídica. Éste, al ser relativamente global, carece de fronteras y es acentuadamente implícito, su particularidad es ser visto como enormemente inseguro.

Uno de los temas que demarca una problemática de difícil solución es el del efectivo cumplimiento de la ley. Los inconvenientes relacionados a ello, básicamente, son: la posibilidad efectiva de identificación del usuario que cometió el ilícito; la posibilidad de hacerlo responsable del daño; la obtención de la prueba, y la determinación de la jurisdicción y la legislación aplicable.

El surgimiento del comercio electrónico ha presentado un importante desafío al concepto tradicional de jurisdicción. La posibilidad de realizar actividades

comerciales a distancia sin necesidad de considerar las fronteras geográficas, la utilización de técnicas de encriptación o el envío de información de forma tal que su rastreo sea dificultoso, hacen que surjan problemas como los que se enumeran a continuación:

- 1) Asegurar que los ilícitos cometidos a través de las redes sean detectados.
- 2) Localizar y, según el caso, decodificar la información del registro de transacciones efectuadas.
- 3) Identificar las partes intervinientes en las transacciones a través de redes y obtener prueba admisible en juicio.
- 4) Llevar a cabo lo mencionado anteriormente cuando el presunto autor del ilícito y la prueba del hecho están localizados fuera de los límites geográficos del país.

Los hechos demuestran que las naciones deben adoptar criterios comunes en el marco de políticas de mutua cooperación.¹⁸

En materia de contratación electrónica, se presentan varias fases que comprenden, el consentimiento en las redes y el lugar de celebración. Los efectos jurídicos de dichas exteriorizaciones de voluntad son distintos si la contratación es entre empresas o entre éstas y los consumidores. Siguiendo a Lorenzetti¹⁹, podemos decir que las modalidades de la contratación electrónica se dan de dos maneras: 1) con el proveedor de acceso a Internet y 2) con el proveedor de bienes y servicios a través de la red. En el primer supuesto el consumidor celebra un contrato con el proveedor de acceso a Internet quien, por un canon mensual, le asigna una dirección (dominio registrado) y que es individualizado a través de algún signo o palabras suministradas por el usuario. Con ello, tiene derecho a recibir y enviar información por correo electrónico con carácter de exclusividad a través de una clave. Asimismo tiene

¹⁸ SARRA, Andrea Viviana, 2001, *Comercio electrónico y derecho*, Editorial ASTREA, Buenos Aires - Argentina.

¹⁹ LORENZETTI, Ricardo Luis, "Comercio electrónico y defensa del consumidor", publicado en www.latinlex.com.ar/contenidos/doctrinas/doctrina41.htm

acceso a una página llamada de presentación donde suministra información en forma pública y sin restricciones, recibiendo también comunicaciones electrónicas. El segundo supuesto, una vez asignado el acceso a Internet, el usuario ingresa al mismo libremente visitando distintos sitios, recabando información y pudiendo contratar, configurándose de esta forma el contrato electrónico.

EL CONTRATO ELECTRÓNICO El contrato en el derecho argentino se rige por el principio de la autonomía de la voluntad (Arts. 1137, 1197 y consiguientes del Código Civil). La voluntad humana sigue siendo la base de todo acuerdo. Lo que se modifica por los avances tecnológicos son las formas de manifestación de la oferta y de la aceptación. La problemática surge en vista al grado de seguridad que brindan dichos recursos y la aceptación jurídica de los mismos ante un supuesto de incumplimiento contractual²⁰.

En el derecho argentino la contratación electrónica ha sido reconocida por la Ley 24240 de defensa del consumidor, que en su Art. 33, incluye la venta efectuada por medio de comunicación electrónica (Internet); siendo la norma de orden público. El contrato electrónico es el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles. Al respecto podemos decir que el contrato a través de Internet sin elementos extranacionales, se considera perfeccionado con el intercambio de la oferta y la aceptación, sin modificaciones de las mismas. La voluntad de las partes de contratar va a ser exteriorizada a través de la computadora y de las telecomunicaciones en combinación.

Por lo tanto la contratación electrónica por medios digitales, es la que se lleva a cabo desde la formación del consentimiento hasta la ejecución del contrato, mediante dispositivos de enlaces electrónicos que se comunican interactivamente por canales de red basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados, con el fin de crear, modificar, transferir, conservar o aniquilar derechos²¹.

²⁰ ALLENDE, Lisandro, "Comercio Electrónico: Aspectos generales, normativos y contractuales", publicado en la Revista El Derecho n° 10291 del 10/07/2001, pág. 1/5

²¹ Obra citada en nota n° 7, pág.361

EL CONSENTIMIENTO EN LÍNEA (ONLINE). Como regla general el contrato electrónico es un contrato a distancia. Por ello es necesario dilucidar si se trata de un contrato celebrado entre personas físicamente presentes o entre ausentes.

En las contrataciones por vía telefónica, la doctrina ha considerado separadamente el momento y el lugar de celebración. Con el uso del teléfono la comunicación es instantánea, por lo que se considera que es entre presentes. En cambio, con relación al lugar, como las personas están físicamente distantes, el contrato es regido por las normas relativas a la contratación entre ausentes. En este último caso hay una distancia geográfica que se traduce en un tiempo de comunicación jurídicamente relevante, pero el medio utilizado neutraliza la geografía, ya que la comunicación es instantánea.

En el contrato electrónico las relaciones son más complejas y diversas, por lo que debemos distinguir: 1) cuando un contrato es celebrado entre presentes y ausentes 2) criterios de distribución del riesgo entre ausentes 3) la aplicación de estos criterios en los contratos electrónicos.

CRITERIO PARA DISTINGUIR CUANDO UN CONTRATO ES CELEBRADO ENTRE AUSENTES O ENTRE PRESENTES. Lorenzetti²² señala cuatro criterios:

a) presencia física de los contrayentes: si las personas no están físicamente presentes se requiere un tiempo para que el contrato se perfeccione. Se lo califica como contrato a distancia, siendo la situación similar a la comunicación por fax o por carta.

b) la celebración instantánea o discontinua: el consentimiento entre personas que no están físicamente presentes pero que su comunicación es instantánea. Se ha dicho que en los contratos entre ausentes, no importa tanto la presencia física sino su declaración, y que más que la distancia física importa la jurídica. Sobre esta base se ha establecido: 1) dos personas distantes que emiten declaraciones instantáneas: vínculo entre presentes; 2) si dichas personas están en países diferentes se aplican las reglas del derecho internacional privado: vínculo entre ausentes; 3) respecto a la

²² LORENZETTI, Ricardo L. "Comercio electrónico", Ed. Abelardo Perrot, pág.191/193

contratación electrónica, cuando hay diálogos interactivos que importan actos instantáneos, la celebración es entre presentes.

c) la distribución de riesgos: la contratación entre ausentes se caracteriza porque entre la oferta y la aceptación existe un tiempo relevante en cuanto a la posibilidad de ocurrencia de riesgos que hay que distribuir. Los riesgos son: muerte, incapacidad, quiebra o retractación. Esto se puede resolver en cada caso en particular; consignando las previsiones pertinentes en los contratos o por medio de una ley.

d) el tiempo y el espacio como conceptos normativos: no se trata de averiguar si hay presencia física o ausencia entre los contratantes, sino de distribuir el riesgo como se haría en ausencia de costos de transacción, conforme a algún criterio legislativo razonable. Por ello el tiempo real y el espacio real son conceptos de base empírica que no pueden coincidir con el tiempo jurídico y el espacio jurídico, que son espacios normativos y no empíricos. Por ejemplo en la contratación electrónica, el sujeto que contrata con una computadora en viaje no está en un lugar real determinado, pero el lugar jurídico imputado es su dominio.

RELACIONES DE CONSUMO - VENTA A DISTANCIA. Cuando se trata de contratos de consumo se considera que es una contratación a distancia. El artículo 33 de la ley 24240 prevé que es una venta por correspondencia la que se efectúa por medio electrónico o similar y la respuesta se realiza por iguales medios, resultando aplicable el derecho a la revocación (art. 34) y la prohibición de propuestas y envíos no autorizados (art.35).

Aquellos contratos que no constituyen una relación de consumo y que se celebran en forma no instantánea, son contratos entre ausente.

En el derecho argentino se aplica la regla de la expedición: el contrato se perfecciona desde el momento en que el aceptante exterioriza su voluntad; acreditando el envío de un mensaje electrónico de aceptación.

En el derecho comparado y en el proyecto de reformas del código civil, se aplica la regla de la recepción: el contrato se perfecciona desde el momento en que el mensaje

que contiene la aceptación ingresa al sistema informático del oferente, siendo indiferente el conocimiento efectivo que este pueda tener del mismo.

LUGAR DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO ELECTRÓNICO. El lugar de celebración del contrato tiene efectos importantes para fijar la competencia; la ley aplicable; el carácter nacional o internacional del contrato y para interpretarlo conforme los usos y costumbres.

En la mayoría de los casos que presentan conflictos hay lugar de celebración y cumplimiento fijados. Pero las relaciones virtuales tienden a ser autónomas por su configuración de sistema, lo que hace que en algunos sectores, el lugar sea virtual. Es una evolución hacia la abstracción totalmente controlable: el domicilio de las personas físicas o jurídicas, el lugar de los contratos en las relaciones globales es una cuestión de atribución de efectos jurídicos y no de determinar quien vive en ese lugar o si estuvo presente o no en la celebración o ejecución del contrato.

El lugar jurídico puede ser un nombre de dominio, que no coincida con el lugar real donde efectivamente este el sujeto. La noción de lugar es un concepto normativo²³.

PRINCIPIO GENERAL. Como regla general es el que fijen las partes (derecho dispositivo); en su defecto el lugar del contrato se juzgara en donde lo diga el legislador y en este punto hay diferencias importantes. Si se trata de una empresa: el domicilio del oferente debe ser precisado, distinguiéndose entre domicilio principal y sucursales; y en la contratación electrónica se agrega donde esta organizado el sistema informático. La ley modelo de UNCITRAL indica que el lugar de celebración del contrato es donde el destinatario tiene la sede principal; independientemente del lugar de instalación del sistema informático. Art. 15: “Un mensaje electrónico se considera expedido en el local donde el remitente tenga su establecimiento y recibido en donde el destinatario tenga su establecimiento.

Por nuestra parte, proponemos como alternativa el lugar donde está ubicado el servidor con el cual se celebros el contrato de acceso.

²³ LORENZETTI, Ricardo L. Ob. Citada pág. 199

RELACIONES DE CONSUMO. Se acepta el domicilio del consumidor como lugar de celebración; es una forma de protección a la parte más débil. Respeto de las cláusulas de prorrogación de jurisdicción; se distingue si las relaciones son de consumo o entre empresas. En este último supuesto debe haber una causal o justificación razonable para aplicarlas a efectos de garantizar el derecho a la jurisdicción. Si las relaciones son de consumo o en contratos por adhesión deben ser interpretadas contra el estipulante considerándolas abusivas.

CONDICIONES DE LA OFERTA Y DE LA VENTA.

El Art. 7 de la ley de defensa del consumidor dispone expresamente que la oferta dirigida al público en general (consumidores potenciales indeterminados) obliga a quien la emite. Esta disposición, sólo aplicable a las relaciones de consumo, modifica el Art. 1148 del Código Civil que establece que la oferta debe realizarse a persona determinada. Asimismo, dicho artículo deroga tácitamente el Art. 454 del Código de Comercio que establece que “Las ofertas indeterminadas contenidas en un prospecto o en una circular, no obliga al que las hizo”.

Debido a que los oferentes en Internet no saben ni pueden saber el número de usuarios que responderán a sus ofrecimientos comerciales, se configuraría la propuesta de ofertas a personas indeterminadas que obligan al oferente ante la eventual aceptación por parte del consumidor. Por lo que inferimos que la aceptación de las ofertas virtuales debe regirse por la ley 24240, según la cual en caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable al consumidor (Art. 3).

Relacionado con el tema, la ley 24240, en su Art. 8, hace referencia a los efectos de la publicidad prescribiendo textualmente que “Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor”.

El derecho a la información del consumidor ha sido calificado como un subprincipio del ordenamiento jurídico, convirtiéndose en una nota característica

del objeto de los contratos a la par de su licitud, su determinación y su posibilidad de realización.

En cuanto al contenido de la información, ha de ser cierta y objetiva, veraz, eficaz, detallada y suficiente, y recaer sobre las cosas y servicios ofrecidos. La obligación de informar por parte del oferente comienza en la etapa precontractual, e incluso antes a través de la oferta pública del bien o servicio²⁴.

LA ACEPTACIÓN DE LA OFERTA. La exteriorización de la voluntad a través de Internet se produce como señales electromagnéticas representadas por una cadena de decodificaciones y conversiones en lenguaje legible, siendo de gran importancia, determinar el momento de perfeccionamiento de dicha voluntad negocial. Así el contrato puede perfeccionarse en el momento de la recepción de los pulsos electromagnéticos o por el contrario en el momento en que el destinatario puede percibir sensorialmente la declaración.

El instante de perfeccionamiento va a depender de la herramienta de comunicación que empleen las partes en Internet, como también si lo consideramos un contrato entre presentes o entre ausentes, conforme a las pautas antes establecidas. Según el artículo 1155 del código civil, la aceptación efectuada entre ausentes puede retractarse antes de que llegue al oferente²⁵. Pero en los contratos electrónicos ello es imposible atento a la velocidad de la información. Cuando el contrato se considera celebrado, se pasa de la etapa de la gestación a la de cumplimiento y no caben arrepentimientos ni desistimientos válidos. Acudir entonces a una retractación configura una inexactitud, un error jurídico, correspondiendo satisfacer los daños emergentes y el lucro cesante²⁶.

LA FORMA EN EL CONTRATO DE COMPRAVENTA.- En referencia a la forma del contrato vale citar lo aprendido en nuestras clases de derecho civil

²⁴ VAQUEZ FERREIRA, Roberto y PEYRANO, Marcos “Análisis de la ley 24240 de defensa del consumidor”. Obligaciones. Contratos Bueres, Highton pág. 240 Ed. Hammurabi

²⁵ SPOTA, “Tratado de Derecho Civil”, Parte General, 6º, 1958, T1, vol 3

²⁶ MOSSET ITURRASPE, comentario al art. 1155 del Cod. Civil. Obligaciones. Contratos Bueres, Highton Pág. 583. Ed. Hammurabi

contratos, con este objeto cito al Dr. Hernán Coello García, quien en sus apuntes de clase menciona lo siguiente.

La compraventa es, por definición, un contrato consensual. Este contrato se perfecciona, conforme a la regla del inciso primero del Art. 1767, por el consentimiento de las partes acerca de la cosa y del precio. La regla es, por consiguiente, la de que el contrato de compraventa es consensual. Pero el mismo precepto citado señala tres excepciones a la regla, al imponer que la venta de bienes raíces, la de una servidumbre y la de una sucesión hereditaria, no se miren como perfectas si no se ha otorgado la correspondiente escritura pública. A estas tres excepciones deben agregarse las que también se hallan reconocidas dentro del ordenamiento jurídico vigente y que son: la venta de bienes de incapaces, la que resulta de la ejecución forzada y las ventas que, aunque se refieran a cosas muebles, las partes han estipulado que no se entenderá perfecta la venta mientras no se otorgue escritura pública.

Vamos a referirnos a cada una de estas posibilidades, expresando, además, la formalidad que en cada caso debe cumplirse:

a) La venta de bienes raíces.- La forma requerida es, conforme a la disposición indicada, la escritura pública. La formalidad ha sido exigida para esta clase de bienes desde el Derecho Romano que la impuso respecto de lo que se denominó en este entonces las cosas "*mancipi*". La tradición romana se conserva en nuestro sistema que impone la formalidad, independientemente del escaso valor que pudiera tener un inmueble, y frente al valor intransferible que podría atribuirse a un bien mueble que, no obstante su alto valor, puede venderse verbalmente.

b) La venta de una servidumbre.- Las servidumbres radican en los inmuebles. La regla general había sido, en consecuencia, suficiente; no obstante, el Art. 946 del Código Civil Ecuatoriano, refiriéndose expresamente a este problema dispone que "Las servidumbres discontinuas de todas clases y las servidumbres continuas no aparentes sólo pueden adquirirse por medio de un título; ni aun el goce inmemorial bastará para constituir las". (Ejemplo de servidumbre discontinua: la de tránsito, porque requiere de un hecho actual del hombre; ejemplo de servidumbre discontinua

no aparente: la que no consta de una señal exterior, como la misma de tránsito que no se ha establecido mediante un sendero)

c) La de una sucesión hereditaria. La venta de una sucesión hereditaria supone simplemente la transferencia de la calidad de heredero. La ley impone que esta clase de contrato ha de otorgarse por escritura pública y no cabe ni siquiera suponer, cuando hablamos en estricto derecho, la posibilidad de que la escritura deba inscribirse, aduciéndose, como se ha llegado a expresar, que la intención de la ley es la de que, si en la sucesión existen bienes raíces, debe inscribirse la escritura. Sobre este errado criterio hemos de volver cuando hablemos del contrato de cesión del derecho de herencia. **Becaria** sobre la jurisprudencia, nos enseña que " No hay cosa más peligrosa que aquel axioma común de que es necesario consultar el espíritu de la ley. Esto es un dique roto al torrente de las opiniones... Cada hombre tiene su punto de vista, y cada hombre en tiempos diferentes tiene uno distinto. El espíritu de la ley sería, pues, el resultado de la buena o mala lógica del juez, de una buena o mala digestión; dependería de la violencia de las pasiones, de la debilidad del que sufre, de las relaciones del juez con el ofendido y de todas aquellas pequeñas fuerzas que cambian las apariencias de cada sujeto en el ánimo fluctuante del hombre...De aquí que veamos ser castigados los mismos delitos por un mismo tribunal de modo diverso, en diversos tiempos, todo ello por haber consultado no la constante y fija voz de la ley, sino la movediza inestabilidad de las interpretaciones."

d) La venta de bienes raíces y muebles preciosos de los incapaces. Requiere, conforme a la regla del Art.790 del Código de Procedimiento Civil, la formalidad de la subasta. En efecto, el inciso segundo de esta norma dice que " Si se trata de rematar bienes raíces, o muebles preciosos, o que tengan valor de afección, pertenecientes a menores o a otras personas que estén bajo tutela o curaduría, se justificará sumariamente la necesidad o utilidad de la venta; y el juez dispondrá que se haga ésta en subasta, con las formalidades prescritas para el remate forzoso; y será el juez quien acepte y califique las posturas." La norma siguiente del mismo Código prevé la posibilidad de que el incapaz se halle bajo la patria potestad o la guarda de su padre o madre; en cuyo caso, queda a voluntad de éstos, llenados los requisitos puntualizados en la antedicha disposición verificar la venta mediante escritura pública o en subasta. Si los bienes pertenecen a incapaces que no se hallen en los

casos antedichos, es forzoso que se subasten los bienes, y el juez no puede remitir al guardador de esta formalidad.

e) No obstante no requerirse de formalidad alguna por el imperio de la ley, las partes pueden convenir en que la venta de bienes muebles no se entienda perfecta mientras no se otorgue la escritura pública, conforme a la regla del Art. 1768, en relación con el principio que formula el Art. 1588. De este modo, el acuerdo lícito de los contratantes, que les vincula como ley, debe ser necesariamente cumplido.

f) Finalmente, aunque se trate de una venta mercantil, siendo así que puede celebrarse por personas que no ejerzan el comercio, debemos citar estos dos casos: la venta con reserva de dominio, que debe otorgarse mediante tres ejemplares, que, inscritos en el registro mercantil, deben entregarse uno a cada parte y conservarse el tercero en el registro; y la venta de un establecimiento de comercio, que se sujeta a la regla del Art. 183 del Código de Comercio, y debe hacerse por escritura pública, so pena de nulidad.

CLÁUSULAS ABUSIVAS. Al utilizarse cláusulas generales en los contratos en línea, estos pueden ser calificados como contratos de adhesión a condiciones generales de contratación.

Las condiciones generales y su aceptación constituyen un documento electrónico. Estas condiciones fuerzan de manera inevitable al usuario a comprobar que las tuvo que leer antes de aceptar. En esta línea, la corte del estado de California (EE.UU.) consideró que el usuario queda vinculado al pulsar el botón que dice “aceptar” después de haber tenido la oportunidad de leer las condiciones de contratación²⁷.

El decreto reglamentario 1794/98 de la ley de defensa del consumidor, establece que se consideran términos o cláusulas abusivas las que afecten inequitativamente al consumidor o usuario en el cotejo entre los derechos y obligaciones de ambas partes. Esta norma es de orden público y por tanto, plenamente aplicable a los contratos de adhesión.

²⁷ Hotmail Corporation v Van Money Pie Inc. 1998

En materia de contratación electrónica se han considerado abusivas las cláusulas que prorrogan la jurisdicción, las que invierten la carga de la prueba, las que limitan los derechos del consumidor, entre otras.

ENTREGA DEL PRODUCTO. Otro de los aspectos a dilucidar cuando se realizan las transacciones por Internet, es el que se refiere a la entrega del producto comprado. Si las partes se domicilian dentro de nuestro país rige el artículo 1409 y concordantes del código civil en cuanto a la forma de entrega, lugar, domicilio de pago y demás aspectos de la transacción. El problema se presenta cuando el proveedor con el cual se contrata es de otro país.

Según el derecho internacional privado argentino, un contrato es internacional cuando está destinado a cumplirse en una jurisdicción distinta a la de su celebración; o si su celebración se vincula a varios sistemas jurídicos en razón de que los domicilios de las partes están en países diferentes. En éste ultimo caso será de aplicación la Convención de la Haya de 1986 según la cual, el vendedor es quien asume a su cargo el cumplimiento de la obligación, de la entrega de la cosa y de la transferencia de la propiedad; pero si no se determinó un lugar determinado de entrega, el vendedor se libera poniendo a disposición del comprador la mercadería.

Cuando es de aplicación la ley 24240(Der. Argentino), su artículo 34 prevé la posibilidad de que el consumidor rechace la compra efectuada, para lo cual deben darse 2 requisitos: A) que la devolución se produzca dentro de los 5 días corridos a partir de que se entregó la cosa o se celebre el contrato. B) devolver el producto en idénticas condiciones y correr con los gastos de la devolución²⁸.

Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada y el vendedor debe informar por escrito de esta facultad al comprador en todo documento que le envíe con motivo de la operación realizada. Pero esto no es de aplicación cuando se trata de bienes bajo forma digital, porque el consumidor puede copiar todo el contenido y luego ejercitar

²⁸ COLANGELO, María Noel y ALVAREZ, Carlos Emiliano

su derecho de receso; coincidimos así con Lorenzetti²⁹ cuando dice que sería antifuncional y que no puede aplicarse por ausencia de norma expresa al respecto.

3.1.1 RÉGIMEN LEGAL APLICABLE EN EL ECUADOR.

El régimen legal aplicable en el Ecuador, lo constituye la ley vigente que ha sido concebida para el efecto, la misma que fue publicada el 17 de abril de 2002 en suplemento del Registro Oficial No 557. La mencionada ley consta en el anexo 2.

3.1.2 LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

A partir de la década de los noventa hubo una creciente tendencia por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la práctica mercantil internacional, la cual adquirió unos alcances hasta entonces insospechados, que llevaron a distintas disciplinas del conocimiento a estudiar las condiciones en que se desarrollaban las relaciones mercantiles internacionales y los efectos jurídicos que las mismas producían.

Partiendo de la base de que el comercio electrónico consiste tan sólo en una modalidad mercantil que agiliza las relaciones existentes entre comerciantes y personas distantes, se hace necesario disminuir en ese ámbito la incertidumbre jurídica derivada de la forma como se desarrolla dicha modalidad.

El desarrollo tecnológico ha permitido agilizar y hacer mucho más operante la prestación de los servicios y el intercambio de bienes tangibles o intangibles, lo cual resalta la importancia de incorporar dentro de una estructura legal, normas que faciliten las condiciones para acceder a canales eficientes de derecho mercantil internacional.

El inicio del estudio de los avances que sobre la materia adelantaban organismos internacionales y otros Estados, se incorporaron con el afán de reducir la

²⁹ LORENZETTI, Ricardo Luis ob. Citada Pág. 246

incertidumbre causada por el uso de las nuevas herramientas tecnológicas en los ámbitos comerciales.

Sobre la base de las discusiones dadas en el seno de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional -CNUDMI- y en algunos antecedentes del ordenamiento jurídico, ya existían algunos intentos por tratar el tema y una leve aproximación de la legislación a los aspectos relacionados con el comercio electrónico.

La necesidad de permitir la entrada de las tecnologías en el quehacer cotidiano de las empresas y de dotarlas de instrumentos jurídicos ágiles y acordes con el desarrollo tecnológico y la dinámica mercantil del mundo, resultaron escasos para responder a las exigencias de esa dinámica, por lo que fue necesario observar y estudiar los debates jurídicos y técnicos internacionales.³⁰

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Entre uno de los puntos de referencia tenidos en cuenta fue el trabajo realizado en el marco de las Naciones Unidas y especialmente el adelantado por la CNUDMI, organismos que ya habían presentado estudios y propuestas en relación con materias de derecho mercantil internacional, como el transporte de mercancías, arbitraje, compraventa internacional, entre otros, y que también habían iniciado un trabajo referente al uso de las nuevas herramientas tecnológicas en el campo de las relaciones comerciales internacionales.

La Asamblea General de la ONU, mediante Resolución 51/162 de 1996, aprobó la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico elaborada por la CNUDMI y recomendó su incorporación a los ordenamientos internos como un instrumento útil para agilizar las relaciones jurídicas entre particulares. La Ley Modelo tiene la finalidad de servir de referencia a los países en la evaluación y modernización de ciertos aspectos de sus

³⁰ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Grupo de estudios en Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática, 2002, *Internet. Comercio Electrónico & Telecomunicaciones*, Bogotá – Colombia.

leyes y prácticas en las comunicaciones con medios computarizados y otras técnicas modernas y en la promulgación de la legislación pertinente donde no existiera.

La iniciativa legislativa colombiana fue fruto del acercamiento con los organismos internacionales interesados en el tema y de los debates e investigaciones realizados por la Comisión Redactora de la Ley colombiana, donde tuvieron asiento representantes de organismos públicos y privados, los cuales concluyeron que la Ley Modelo propuesta por la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional – CNUDMI – era el instrumento idóneo de referencia para adecuar el derecho interno a las tendencias jurídicas internacionales.

3.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA COMPRAVENTA ELECTRÓNICA Y EN LÍNEA (ONLINE).

Las empresas virtuales generan sus ingresos a través de la publicidad y el comercio electrónico. El precio, la velocidad, la experiencia de compra, la personalización y los servicios ampliados se convierten en las variables fundamentales del mercado en línea (online).

El Internet ha tenido efectos diversos sobre nuestra sociedad. La dimensión de su impacto se irradia de manera ilimitada tanto en las relaciones íntersociales como en las diferentes disciplinas del saber: el derecho, la economía, la dirección de empresas, etc.

Los efectos de las nuevas tecnologías van por delante de la regulación jurídica lo cual se hace evidente en la medida que el derecho cumple con una función de reconocimiento y sanción de los hechos y actos que ocurren en la realidad social.

Hay más información sobre nuestras vidas en el mercado de bienes y servicios. Nos preocupa el tema de la propiedad intelectual, desde el punto de vista jurídico, ya que, entre otros efectos, Internet permitió denominar algunos sitios Web con nombres de marcas posicionadas en el mercado, por personas que no tenían su uso público, generando nuevos negocios con activos valiosos de otras empresas.

El impacto de Internet sobre los negocios no tiene límites. Ha permitido potenciar las capacidades empresariales, competir con mayor intensidad y lograr una presencia mundial con poca inversión; pero también ha generado conflictos con los canales tradicionales y desorganización en la cadena de valor de las empresas, especialmente en el área de producción y operaciones.

A continuación se presenta las principales ventajas y desventajas del comercio electrónico y en línea (online).

VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Para las Empresas

- *Reducción de costo real al hacer estudio de mercado.*
- *Desaparecen los límites geográficos y de tiempo.*
- *Disponibilidad las 24 horas del día, 7 días a la semana, todo el año.*
- *Reducción de un 50% en costos de la puesta en marcha del comercio electrónico, en comparación con el comercio tradicional.*
- *Hacer más sencilla la labor de los negocios con sus clientes.*
- *Reducción considerable de inventarios.*
- *Agilizar las operaciones del negocio.*
- *Proporcionar nuevos medios para encontrar y servir a clientes.*
- *Incorporar internacionalmente estrategias nuevas de relaciones entre clientes y proveedores.*
- *Reducir el tamaño del personal de la fuerza.*
- *Menos inversión en los presupuestos publicitarios.*
- *Reducción de precios por el bajo coste del uso de Internet en comparación con otros medios de promoción, lo cual implica mayor competitividad.*
- *Cercanía a los clientes y mayor interactividad y personalización de la oferta.*
- *Desarrollo de ventas electrónicas.*
- *Globalización y acceso a mercados potenciales de millones de clientes.*
- *Implantar tácticas en la venta de productos para crear fidelidad en los clientes.*

Para los clientes

- *Abarata costos y precios*
- *Da poder al consumidor de elegir en un mercado global acorde a sus necesidades*

- *Un medio que da poder al consumidor de elegir en un mercado global acorde a sus necesidades.*
- *Brinda información pre-venta y posible prueba del producto antes de la compra.*
- *Inmediatez al realizar los pedidos.*
- *Servicio pre y post-venta on-line.*
- *Reducción de la cadena de distribución, lo que le permite adquirir un producto a un mejor precio.*
- *Mayor interactividad y personalización de la demanda.*
- *Información inmediata sobre cualquier producto, y disponibilidad de acceder a la información en el momento que así lo requiera.*
- *Permite el acceso a más información.*

DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- *Desconocimiento de la empresa. No conocer la empresa que vende es un riesgo del comercio electrónico, ya que ésta puede estar en otro país o en el mismo, pero en muchos casos las "empresas" o "personas-empresa" que ofrecen sus productos o servicios por Internet ni siquiera están constituidas legalmente en su país y no se trata mas que de gente que esta "probando suerte en Internet".*
- *Forma de Pago. Aunque ha avanzado mucho el comercio electrónico, todavía no hay una transmisión de datos segura el 100%. Y esto es un problema pues nadie quiere dar sus datos de la Tarjeta de Crédito por Internet. De todos modos se ha de decir que ha mejorado mucho.*
- *Intangibilidad. Mirar, tocar, hurgar. Aunque esto no sea sinónimo de compra, siempre ayuda a realizar una compra.*
- *El idioma. A veces las páginas web que visitamos están en otro idioma distinto al nuestro; a veces, los avances tecnológicos permiten traducir una página a nuestra lengua materna. Con lo cual podríamos decir que éste es un factor "casi resuelto". (Hay que añadir que las traducciones que se obtienen no son excelentes ni mucho menos, pero por lo menos nos ayudan a entender de que nos están hablando o que nos pretenden vender).*
- *Conocer quien vende. Ya sea una persona o conocer de que empresa se trata. En definitiva saber quien es, como es, etc. Simplemente es una forma*

inconsciente de tener más confianza hacia esa empresa o persona y los productos que vende.

- *Poder volver (post y pre-venta). Con todo ello podemos reclamar en caso de ser necesario o pedir un servicio "post-venta". Al conocerlo sabemos donde poder ir. El cliente espera recibir una atención "pre-venta" o "post-venta".*
- *Privacidad y seguridad. La mayoría de los usuarios no confía en el Web como canal de pago. En la actualidad, las compras se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, pero aún no es seguro introducirlo en Internet sin conocimiento alguno. Cualquiera que transfiera datos de una tarjeta de crédito mediante Internet, no puede estar seguro de la identidad del vendedor. Análogamente, éste no lo está sobre la del comprador. Quien paga no puede asegurarse de que su número de tarjeta de crédito no sea recogido y sea utilizado para algún propósito malicioso; por otra parte, el vendedor no puede asegurar que el dueño de la tarjeta de crédito rechace la adquisición. Resulta irónico que ya existan y funcionen correctamente los sistemas de pago electrónico para las grandes operaciones comerciales, mientras que los problemas se centren en las operaciones pequeñas, que son mucho más frecuentes.³¹*
- *Cabe anotar como último punto otra desventaja como son los elevados costos de despacho de las mercaderías.*

³¹ Beatriz Carreño, <http://www1.monografias.com/trabajos15/comercio-electronico/comercio-electronico.shtml>

CAPITULO IV

4.1 MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO Y SISTEMAS DE SEGURIDAD APLICABLES

4.1.1 MEDIOS DE PAGO

El comercio electrónico en cualquiera de sus dos modalidades -directo e indirecto- requiere de métodos de pago digital instantáneo, especialmente cuando se trata de transacciones de pequeños montos y los potenciales consumidores son anónimos y están distribuidos por todo el mundo. Esta situación ha ocasionado que se diseñen e implementen nuevos y diversos sistemas de pago digital que han adquirido un rol preponderante en este tipo de comercio.

Para las transacciones comerciales se considera que los sistemas de pago digital deben reunir determinadas características, entre las que se encuentran la amplia aceptabilidad como medio de pago; la posibilidad de proteger la identidad del consumidor; la convertibilidad; la confiabilidad y seguridad, y la simplicidad de su utilización.

Estos sistemas basados en redes necesitan condiciones de seguridad extremas, lo que encarece sustancialmente el costo por transacción. Otras utilizan como mecanismo de pago las tarjetas de crédito, que pueden ser autorizadas *online u offline* pero, como el anterior, éste es un sistema que eleva considerablemente el costo por transacción, aunque en este caso por falta de seguridad, lo que ocasiona un alto grado de riesgo de estafas y defraudaciones. Por último, se encuentran los mecanismos de valor almacenado, usualmente denominados moneda digital.

Actualmente, el método de pago más usado es el de tarjetas de crédito, puesto que se trata de un sistema mundialmente aceptado y ampliamente utilizado. Estos mecanismos tienen la ventaja de permitir al consumidor pagar en cualquier sitio *web*

sin importar la moneda en que está expresado el importe, ya que la conversión se realiza de manera automática. Entre las desventajas se cuenta la facilidad de su utilización fraudulenta. Para evitar estas situaciones existen diversos sistemas de encriptación de la información, especialmente diseñados para los pagos efectuados con tarjetas de crédito. El más conocido de ellos es el SET (*secure electronic transaction*), diseñado para realizar transacciones comerciales seguras por medio de Internet.

Conceptos. – En primer lugar se define qué es banca digital y uno de sus derivados la moneda digital.

Banca Digital.- Se entiende por banca digital la provisión de servicios y productos bancarios por medio de canales digitales. Algunos de estos productos y servicios son el gerenciamiento de cuentas, el asesoramiento financiero, el pago digital y la moneda digital.

La banca digital está caracterizada por dos aspectos fundamentales que señalamos a continuación.

a) La naturaleza de los canales de transferencia, los cuales pueden ser: redes cerradas, de acceso restringido a los participantes del sistema, por lo que están limitadas a los términos de los acuerdos previos entre partes, o redes abiertas, que no tienen ningún tipo de restricción, como por ejemplo, Internet.

b) Los medios por los cuales los clientes tienen acceso a esos canales. Los dispositivos más utilizados son: 1) terminales de venta; 2) cajeros automáticos. (ATM); 3) teléfono; 4) computadoras personales; 5) dispositivos portables, y 6) tarjetas inteligentes.

La Moneda Digital:

La moneda digital es un producto de valor almacenado, que constituye un mecanismo de pago previo para efectuar transacciones mediante terminales de venta o redes de computadoras. En estos instrumentos de pago previo, se registra un

determinado monto que queda disponible o pertenece al cliente y que se almacena en el dispositivo que permanece en su poder. El valor de la suma de dinero almacenada resta o aumenta cada vez que el cliente utiliza la tarjeta para efectuar alguna compra u otro tipo de transacción.

Según el sistema se puede clasificar en tarjetas o redes.

a) Sistemas basados en tarjetas (tarjetas de pago previo para propósitos múltiples). Éstos están basados en hardware y proveen al cliente de un dispositivo informático portable. Se trata de tarjetas plásticas que poseen un circuito integrado y que contienen un microprocesador. El sistema operativo y el software de aplicación son insertados en el chip durante su fabricación. Estas tarjetas son utilizadas en sistemas de pago de clientes, entre los que se encuentran las tarjetas de débito y los "monederos digitales". En cuanto a estos últimos, se denominan así cuando estos productos basados en tarjetas incluyen dispositivos electrónicos de computadora un poco más sofisticados, con gran capacidad de procesamiento de datos.

b) Sistemas basados en redes (que se utilizan para realizar pagos mediante redes abiertas de computadoras). Éstos emplean software específico instalado en el hardware estándar de computadora, que utilizan los sistemas operativos convencionales. A estos sistemas se los denomina moneda digital propiamente dicha o productos de acceso, y permiten al cliente el acceso convencional a los productos de servicios bancarios y de pago (por ejemplo: tarjetas de crédito o transferencia electrónica de fondos), a través de redes de computadoras (como Internet) o cualquier otro tipo de enlace de telecomunicaciones.

MODALIDADES. - La representación de ese valor almacenado en los dispositivos puede estar diseñada de tres formas distintas.

a) Productos basados en balance. Es el caso de las transacciones que son representadas como créditos y débitos en un balance.

b) Productos basados en notas bancarias. Es el supuesto de las transacciones que son realizadas mediante la transferencia de notas bancarias entre dispositivos, es decir

se toman las transferencias realizadas entre el cliente y el del comerciante. Las notas bancarias digitales son identificadas con un número de serie y asociadas con una denominación fija que no admite cambio.

c) Cheque digital. Es un certificado digital único que el banco entrega a sus clientes. Son identificados mediante una cuanta determinada y se almacenan en chequeras digitales, especialmente diseñadas con técnicas criptográficas que impiden su falsificación. Cuando el cliente entrega un cheque, le ingresa el monto, el tipo de moneda, el nombre del beneficiario y lo firma digitalmente.

La transferibilidad de la moneda digital varía de acuerdo con los distintos diseños de sistemas de pago digital y está en relación con el mayor o menor grado de participación del operador del sistema en las transacciones.

Actualmente, sólo los comerciantes pueden efectivizar el pago efectuado digitalmente, a través de las entidades participantes del sistema. Por lo tanto, el cliente sólo puede efectuar pagos a un comerciante y éste sólo puede efectivizar los pagos que ha recibido a través de su banco adquirente.

IMPLEMENTACIÓN. - Estos sistemas de pago requieren ser establecidos mediante una serie de contratos: la relación contractual entre la entidad financiera (emisor) y el cliente, que debe establecer detalladamente los términos y condiciones; el contrato entre los comerciantes y las entidades financieras, y un reglamento específico que regule las responsabilidades de las entidades financieras participantes.

Uno de los aspectos más importantes de estos sistemas es que tanto los términos y condiciones que reglarán la relación entre el cliente y la entidad financiera, como el contrato entre ésta y el comerciante, se deben ajustar razonablemente a la finalidad perseguida por las partes, la cual deberá contemplar mínimamente que:

- a) el pago se realice por el monto correcto;
- b) el pago se efectúe a la persona correspondiente;
- c) el cliente no deba responder por los pagos que no ordenó, y

d) que el contrato entre la entidad financiera y el comerciante no tenga efecto vinculante para el cliente.

Se presume que es el cliente quien efectúa los pagos, por lo tanto, para evitar que sean hurtados o robados, los dispositivos cuentan con números de identificación (PIN) que deben ser ingresados previamente a la realización del pago o tienen incorporadas técnicas de criptografía que permiten la autenticación y la inalterabilidad de la información. Estos son comúnmente denominados métodos de acceso que requieren para su verificación de métodos de autenticación afines.

Uno de los inconvenientes relacionados con estos sistemas es que los clientes llevan consigo los dispositivos mediante los cuales se realiza la contabilidad de cuentas, con lo cual las entidades bancarias y financieras no tienen absoluto control de ellas.

Las características de los pagos digitales son:

- a) que la contabilidad se realiza fuera del ámbito de la entidad;
- b) que el sistema debe contar con métodos de acceso lo suficientemente seguros como para que sea sólo el cliente quien efectúe el pago, y
- c) que esté previsto un eficiente sistema de autenticación de modo de prevenir que una persona distinta del cliente pueda efectuar un pago con el dispositivo.

La confianza en estos sistemas de pago se genera, por un lado, mediante un régimen adecuado de supervisión de la emisión de la moneda digital que rija para las empresas proveedoras de estos sistemas y mediante el cual pueda garantizarse su estabilidad y solvencia. Por otro lado, es fundamental que se establezcan estándares de seguridad confeccionados sobre la base de estudios realizados sobre los riesgos de utilización fraudulenta y falsificación en los sistemas de pago digital y que se tipifiquen penalmente estas conductas.

SEGURIDAD. -. En la fabricación de las tarjetas, los dispositivos portables y los terminales, es fundamental que una sola persona o entidad no pueda disponer de la información completa del diseño del chip, de la inicialización de las claves de criptografía y de la inicialización y personalización de los datos ingresados.

Por lo general, las medidas de seguridad que se implementan mediante la separación de fases durante el proceso de realización de una tarjeta inteligente son: a) diseño, manufactura e inicialización del chip; b) incorporación del chip a la tarjeta plástica, y c) personalización.

La creciente actividad comercial en Internet ha fomentado el desarrollo de numerosos mecanismos o esquemas de pago específicos de lo más diversos. A continuación enunciamos algunos de estos esquemas.

- a) Órdenes de tarjetas de crédito transmitidas por correo electrónico, sin ningún tipo de encriptación.
- b) Utilización de software de encriptación para la transmisión de las órdenes de tarjetas de crédito.
- c) Sistema de cheque digital, que consiste en un software que permite a los usuarios crear el equivalente digital de los cheques en soporte papel y que pueden ser transmitidos a los minoristas a través de Internet. Esta operación da como resultado la transferencia de fondos mediante el sistema de clearing convencional, desde una cuenta bancaria existente.
- d) Notas bancarias digitales, que son emitidas a cambio de pagos previos hechos por los clientes. Generalmente son utilizadas como medio para realizar pagos de pequeños montos.
- e) Servicios de *home-banking*, que permiten la utilización de Internet como red de transporte para las órdenes de pago y para recuperar información sensible que posee el usuario.
- f) "*Malls* virtuales" de compra, en donde grupos de comerciantes ofrecen a los consumidores realizar sus compras a través de Internet, para lo cual prevén medios de pago específicos. Los consumidores que son miembros o usuarios del mall, son los únicos habilitados para efectuar los pagos de los productos ofertados por los comerciantes miembros. Son especies de "clubes privados de compra".

Si bien la seguridad es de vital importancia en el ámbito del cliente y el comerciante, hay que tener en cuenta que las fallas de seguridad que caen en la esfera de la entidad emisora o en el sistema de clearing pueden generar una significativa vulneración de todo el sistema de pago digital.

El quebrantamiento del sistema puede llevarse a cabo por medio de: a) defraudaciones; b) robos y hurtos; c) utilización del sistema con fines ilícitos, y d) violación a la privacidad de las personas, con respecto a las cuales el sistema maneja información.³²

4.1.2 ORGANISMOS DE VERIFICACIÓN DE DATOS

Un organismo de verificación de datos es cualquier entidad de confianza de las partes intervinientes en una transacción para proporcionar servicios de seguridad; aquella específica tercera parte de confianza que desempeña de forma fundamental la función de emisión de certificados se conoce, entre otras expresiones, como autoridad de certificación, entidad de certificación, proveedor o prestador de servicios de certificación o simplemente certificador. Como un juego de claves usado para crear una firma digital no tiene una asociación intrínseca con nadie, la solución es que una o más terceras partes, de confianza para las dos primeras partes, certifiquen la persona realmente asociada con un par de claves. La criptografía necesita pues, de una tercera parte de confianza: una entidad de certificación que debe realizar tal asociación vinculando una persona debidamente identificada con un par de claves determinado. Por ello, para asociar un par de claves con un potencial firmante, una entidad de certificación emite un certificado, un registro o documento electrónico que liga una clave pública con el sujeto del certificado, y confirma que el potencial firmante identificado en el certificado tiene la correspondiente clave privada"³³

De lo dicho se desprende que la principal función del certificado es asociar (directamente) la identidad de una persona determinada a una clave pública concreta e (indirectamente) a una clave privada. Así, el destinatario de un certificado que desee comprobar la firma digital creada por la persona que consta como titular del certificado puede usar la clave pública incluida en el mismo para verificar que la firma digital fue creada con la correspondiente clave privada. Tal verificación ofrece

³² SARRA, Andrea Viviana, 2001, *Comercio electrónico y derecho*, Editorial ASTREA, Buenos Aires - Argentina.

³³ MARTINEZ NADAL, *La ley de firma electrónica y Comercio electrónico, firma digital y autoridades de certificación*, edit. Civitas, Madrid, 1998.

una razonable seguridad de que la correspondiente clave privada es poseída por la persona mencionada en el certificado, y que la firma digital fue creada por esa persona determinada.

Quiere decir que el certificado es un documento electrónico que contiene un conjunto de información que vincula una clave pública con una persona o entidad determinada.

Consecuentemente, el sistema de certificados de clave pública supone la participación de los siguientes sujetos:

- a) la entidad de certificación;
- b) el titular del certificado; y
- c) el usuario o persona que confía en el certificado.

Por lo que refiere a la entidad de certificación, es una institución dedicada a proveer servicios de certificación mediante la emisión de certificados firmados digitalmente por dicha autoridad, usando una clave privada de firma.

En cuanto a su naturaleza, el Derecho comparado exhibe casos en los que se ha optado por que sean privadas y casos en los que se ha preferido darles un estatuto de Derecho público, distinguiéndose en esta última alternativa entre las que certifican al resto de las entidades de certificación privadas y las que se limitan a certificar las relaciones entre la Administración y los administrados.

Por otra parte, las entidades certificadoras pueden constituirse libremente o requerir de un acto de autorización por parte de un órgano estatal. De todos modos, es valor generalmente aceptado que deben reunir unos requisitos mínimos indispensables de carácter técnico, referidos a su personal, de solvencia, de fiabilidad, y referentes a planes de contingencia, entre otros.³⁴

³⁴ MARTINEZ NADAL, Apolonia, *Comercio electrónico, firma digital y autoridades de certificación*, edit. Civitas, Madrid, 1998.

En cuanto al titular del certificado, también llamado sujeto o suscriptor, es la persona o entidad incluida en el certificado, que tiene legítimamente la clave privada correspondiente a la clave pública que contiene el certificado.

La relación del titular del certificado con la entidad de certificación puede ser de dos tipos, según responda a una comunidad cerrada (en que exista alguna vinculación entre la entidad certificadora y los suscriptores) o abierta (en que la entidad certificadora es independiente de los suscriptores).

Finalmente, el usuario del certificado es la persona que obtiene la clave pública del suscriptor a través del certificado y que actúa basándose en él y en la clave pública que contiene.

Ordinariamente, lo que gráficamente se ha llamado el "ciclo vital" del certificado, reconoce tres aspectos principales: la generación y emisión, la distribución y la vigencia del mismo.

En primer lugar, en cuanto a la emisión del certificado, cabe distinguir las siguientes fases:

- a) solicitud y registro del solicitante;
- b) comprobación de la solicitud;
- c) emisión del certificado;
- d) envío de copia al solicitante y, en su caso, aceptación por éste; y
- e) publicación y archivo del certificado.

En segundo lugar, por lo que refiere a la distribución del certificado, ella se verifica a través de una serie de sistemas tendientes a posibilitar la verificación de una firma digital de una parte lejana o a cifrar datos de una persona destinados a una parte lejana, mediante la comunicación de la clave pública correspondiente.

En tercer lugar, la cuestión de la vigencia del certificado se relaciona con el hecho de que el certificado, como instrumento de distribución segura de claves públicas, no

puede tener una validez indefinida, sin perjuicio de la eventual revocación anticipada o suspensión del mismo si mediaren razones que así lo impusieren.³⁵

PANORAMA COMPARADO

El tema de la firma electrónica ha sido objeto de específica regulación en muchos países en los últimos años, comenzando por aquellos donde el desarrollo del comercio electrónico obligó a incorporar soluciones concretas al Derecho positivo.

En los Estados Unidos, corresponde destacar, como ejemplo pionero, el caso de la "*Utah Digital Signature Act*" de febrero de 1995, revisada en marzo de 1996, la cual consta de cinco partes.³⁶

La primera de ellas trata de la interpretación de la ley y enuncia los siguientes propósitos:

- a) facilitar el comercio por medio de mensajes electrónicos confiables;
- b) minimizar la incidencia de falsificaciones de firmas digitales y fraudes en el comercio electrónico; y
- c) establecer reglas uniformes relacionadas con la autenticación y confiabilidad de los mensajes electrónicos.

También contiene una serie de definiciones, entre las que se encuentran las de "sistema de criptografía asincrónica", "par de claves" y "firma digital". Se entiende por sistema de criptografía asincrónica un algoritmo o serie de algoritmos que proveen un par de claves seguras. El par de claves se define como una clave privada y su correspondiente clave pública en un sistema de criptografía asincrónica, que tiene la propiedad de que la clave pública puede verificar la firma digital que la clave privada ha creado. Firma digital significa, en el concepto que aporta la ley, la transformación de un mensaje usando un sistema de criptografía asincrónica tal que una persona, teniendo el mensaje inicial y la clave pública del firmante, puede

³⁵ MARTINEZ NADAL, Apolonia, Ob., Cit.

³⁶ CARLINO P, Bernardo, Firma digital y derecho societario electrónico, Edit. Rubinzal-cusoni, Buenos Aires, 1988.

determinar con precisión si la transformación ha sido creada usando la clave privada que corresponde a la clave pública, y si el mensaje ha sido alterado desde que se ha hecho la transformación.

La segunda parte trata sobre la concesión de licencias y la regulación de las autoridades certificadoras, estableciendo los requisitos que deben reunir quienes aspiren a desempeñarse en tal carácter.

La tercera parte se ocupa de los deberes de las autoridades certificadoras y del contenido de los certificados.

La parte cuarta regula los efectos de la firma digital disponiendo que donde una regla legal requiere una firma o prevé ciertas consecuencias en su ausencia, esta regla será satisfecha por una firma digital si está verificada como referida a una clave pública contenida en un certificado válidamente extendido por una autoridad certificadora, o si esa firma digital ha sido estampada por el firmante con la intención de firmar el mensaje.

La quinta parte refiere a los servicios estatales de archivo de claves públicas y los requisitos que deben reunir.

En Europa, Italia fue el primer país en regular normativamente sobre la firma digital, a través del *"Regolamento contenente modalità di applicazione dell' articolo 15, comma 2, della legge 15 marzo 1997, n° 59, in formazione, archiviazione e trasmissione di documenti con strumenti informatici e telematici"*.³⁷

El art. 1° de dicho Reglamento establece los conceptos de "firma digital", "par de claves asimétricas", "clave privada" y "certificado", entre otros. El art. 2° establece la validez y eficacia del documento electrónico. El art. 11 dispone que los contratos concluidos por medios informáticos y transmitidos con instrumentos telemáticos, son válidos y efectivos si están firmados usando firma digital, y el art. 16 contempla un sistema de firma digital autenticada.

³⁷ MARTINEZ NADAL, Apolonia, Ob, cit.

A diferencia de la ley de Utah, el Reglamento italiano bajo examen no regula las terceras partes de confianza, limitándose a definir las como sujetos públicos o privados que certifican y guardan las claves públicas de firma por diez o más años.

En Alemania rige la ley aprobada el 13 de junio de 1997, con la cual, a través de un texto breve y conciso, se procura la creación de condiciones generales para el uso seguro de la firma digital.³⁸

De acuerdo a su art. 2º, se define a la firma digital como "un sello creado con una clave privada de firmas sobre información digital que permite, mediante el uso de la clave pública asociada rotulada por un certificado de clave de un certificador,... que sean verificados el propietario de la clave de firma y el carácter de no falsificada de la información". En su mérito, se regula minuciosamente la actuación de una autoridad de certificación, que da fe de la atribución de claves públicas (art. 3º y siguientes.).

En Portugal, el decreto-ley N° 290-D/99 de 2 de agosto de 1999 procura, a través de 41 artículos, la regulación de la validez, eficacia y valor probatorio de los documentos electrónicos y de la firma digital, sin perjuicio de su extensión a otras formas de firma electrónica que satisfagan exigencias de seguridad idénticas a las de la firma digital.³⁹

Tras establecer las definiciones básicas (art. 2º) y regular la fuerza probatoria de los documentos electrónicos y la firma digital (art. 3º), regula el régimen jurídico de las firmas digitales (Artículos. 7º y 8º) y la actividad de certificación, tanto en su vertiente subjetiva (relativa a las entidades certificadoras: Artículos. 10 a 28 y 33 a 37) como objetiva (referente a los certificados: Artículos. 29 a 33).

En España se ha aprobado el decreto-ley N° 14/1999 de 17 de septiembre de 1999, el cual se estructura en cinco títulos que refieren respectivamente a Disposiciones generales, Prestación de servicios de certificación, Dispositivos de firma electrónica

³⁸ Revista: *Derecho de alta tecnología*, Buenos Aires, 1997, Año IX No 106.

³⁹ MARTINEZ NADAL, Apolonia, Ob, Cit.

y evaluación de su conformidad con la normativa aplicable, Tasa por el reconocimiento de acreditaciones y certificados, e Infracciones y sanciones.⁴⁰

Conforme a esta normativa, se distingue entre firma electrónica y firma electrónica avanzada (art. 2º, literales. a y b). La primera se define como "el conjunto de datos, en forma electrónica, anejos a otros datos electrónicos o asociados funcionalmente con ellos, utilizados como medio para identificar formalmente al autor o a los autores del documento que la recoge", en tanto que la segunda "es la firma electrónica que permite la identificación del signatario y ha sido creada por medios que éste mantiene bajo su exclusivo control, de manera que está vinculada únicamente al mismo y a los datos a los que se refiere, lo que permite que sea detectable cualquier modificación ulterior de éstos".

En materia de certificación de firmas, se prevé que la prestación de dicho servicio "no está sujeta a autorización previa y se realiza en régimen de libre competencia" (art. 4º). En cuanto a los certificados (entendidos como registros electrónicos que atestiguan que una clave pública pertenece a determinado individuo o entidad), el art. 8º exige los siguientes requisitos principales.⁴¹

- a) la indicación de que se expide como tal;
- b) el código identificativo único del certificado;
- c) la identificación del prestador del servicio de certificación;
- d) la firma electrónica avanzada del prestador del servicio de certificación;
- e) la identificación del signatario;
- f) los datos de verificación de firma equivalentes a aquellos de creación de firma;
- g) el plazo de validez del certificado; y
- h) los límites de uso del certificado y del valor de las transacciones para las que puede utilizarse, si se establecen.

Respecto a los prestadores de servicios de certificación, junto con las eventuales responsabilidades civil y penal en que pueden incurrir, la norma prevé asimismo la

⁴⁰ Revista de la Contratación Electrónica, Madrid, 2000, No 1.

⁴¹ GAETE GONZÁLEZ, Alberto, *Instrumento público electrónico*, Bosch, Madrid, 2000.

responsabilidad administrativa, disciplinada en el Título V, Infracciones y sanciones, en el cual se clasifican las infracciones en muy graves, graves y leves (Artículos. 24 y 25), se prevén las sanciones aplicables (art. 26), se contempla la adopción de medidas cautelares específicas (art. 27), y se fijan las bases del procedimiento sancionador (art. 28).

Evidentemente, las exigencias de la globalización del comercio electrónico imponen la necesidad de normas uniformes y generales, lo que explica el esfuerzo actual por adoptar normas comunitarias en el ámbito de los espacios integrados, así como esfuerzos de uniformización encarados por organismos internacionales, tales como la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI).⁴²

4.2 FIRMA DIGITAL

Desde el punto de vista del derecho, se le ha otorgado valor jurídico a las distintas representaciones de esa autenticación o confirmación de la identidad de la persona, de acuerdo con las sociedades. Básicamente, la firma sirve a los siguientes propósitos:

- a) Consentimiento. La firma expresa el consentimiento sobre lo escrito o la intención de asignarle efectos jurídicos.
- b) Solemnidad. El hecho de firmar un documento llama a la reflexión al firmante respecto del significado jurídico del acto que realiza y, en consecuencia, esta solemnidad tiende a evitar la asunción de compromisos de manera inconsciente.
- c) Prueba. Una firma autentica el cuerpo de escritura que le precede al identificar a su signatario. Cuando el signatario coloca al pie de un documento un rasgo distintivo que lo caracteriza.

⁴² MARTINEZ NADAL, Apolonia, Ob., Cit.

- d) Forma. En ocasiones, la firma hace a la validez de los actos jurídicos que se celebran. Tal es el caso de los actos formales *ad solemnitatem*, en los que la firma es un requisito inexcusable de su validez.

Una firma digital no es ajena a nada de lo mencionado, con la diferencia de que se aparta un poco más de sus representaciones habituales.

Actualmente, el ritmo de los negocios ha impuesto que la manera de exteriorizar acuerdos de voluntad sea más ágil y dinámica, al realizar transacciones o celebrarse contratos entre partes que ni siquiera se conocen, y por medios totalmente digitales. Pero para declarar la conformidad respecto de lo acordado, las partes necesitan un elemento al que pueda atribuírsele los mismos propósitos que los de la firma convencional.

En efecto, las prestaciones tecnológicas que brinda la firma digital la constituyen en un medio idóneo para cumplir con el fin propuesto:

- a) Autenticidad del signatario. Con la utilización de la criptografía de clave pública (que funciona sobre la base de un par de claves) se garantiza la autenticidad del signatario, es decir, se asegura que el emisor sea quien dice ser.
- b) No es un acto por omisión. El proceso tecnológico de firmar digitalmente un mensaje es un acto afirmativo. Por lo tanto, se garantiza que quien firma es consciente de sus consecuencias, a la vez que permite reflejar la voluntad del firmante.
- c) No repudio. Además de garantizar la identidad del emisor y la integridad del instrumento, estos métodos brindan el servicio de no repudio que es utilizado entre emisor y receptor. Es un medio de prueba que permite objetar la negativa tanto de haber recibido como de haber enviado el mensaje.

Muchas de las iniciativas de regulación y equivalencia funcional introducen adicionalmente el término de firma digital como una especie del género firma,

relacionándola directamente con el método de clave pública. Tal es el inciso del literal c) del artículo 2° de la Ley 521 de 1999 de Colombia, donde la firma digital se define como:

“Firma Digital. 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” (resaltado fuera del texto original).

Pero además, el artículo 28 de la Ley 521 reconoció expresamente la equivalencia de la firma manuscrita a la firma digital, con ciertos requisitos:

Art. 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.

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.

En esencia, la técnica de firma digital basada en clave pública utiliza una clave para generar la firma y otra para verificarla. Como ya se mencionó, la clave de verificación es llamada clave pública, porque cualquier persona puede verificar la firma con esta clave y la clave para generar la firma es llamada clave privada, dado que sólo el iniciador de la firma es el único que puede controlarla.

La dificultad de derivar la clave privada a partir de la clave pública es el factor que genera confianza a los usuarios de los sistemas de firma digital. Esto implica que, independientemente de que se conozca la clave pública, en la práctica, un tercero no podrá obtener la clave privada, evitando así que pueda firmar a nombre del dueño de la clave privada.

Como se deduce en la definición de firma digital, ésta es un valor numérico que se adhiere al mensaje de datos, por lo tanto, no cambia el texto original del mensaje, sólo le agrega información propia de la firma. De donde se puede colegir que un documento firmado digitalmente no oculta su contenido, característica también de los documentos físicos tradicionales firmados de forma manuscrita, puesto que puede existir un documento firmado en el cual no se reconozca la firma ni el autor de la misma, pero cuyo contenido sea legible.

Se trata de un procedimiento, que también puede basarse en la teoría de clave pública. El proceso de ocultar información es logrado mediante mecanismos adicionales como sobres sellados.

Otra característica de la firma digital consiste en que es generada a partir de dos elementos:

1. El mensaje de datos; y
2. La clave privada.

Por lo tanto hay una dependencia entre el documento y la firma digital (característica exigida en la definición de firma digital anteriormente mencionada), lo cual indicaría que en general si tengo dos documentos distintos firmados por la misma persona con la misma clave privada, su firma digital es distinta.

Más seguridad

Es evidente que entre los procesos de generación de la firma manuscrita y la digital, hay una gran diferencia: la firma manuscrita se genera de forma independiente del documento firmado, no hay relación entre la firma y el documento. Es por eso que cuando se quiere garantizar que un documento no se altere después de ser firmado, se

suele firmar cada una sus hojas. Sin embargo, este proceso no garantiza que no se agreguen palabras o letras.

Para evitar lo anterior, se puede utilizar tinta de seguridad, agregar componentes tales como plásticos transparentes o elementos similares sobre el documento, que garanticen que éste no se puede modificar sin que sea notorio el cambio.

A pesar de contar ahora con computadores que permiten escribir el texto y editarlo antes de imprimirlo, llenando los espacios en blanco de forma automática, sin repetir las páginas enteras del documento por un simple error, como ocurría cuando se usaba la máquina de escribir, la seguridad de que el contenido no ha sido alterado en un documento está dada por elementos físicos que son costosos, o por un gran acto de fe.

Por el contrario, la firma digital, está directamente relacionada con el documento, así cualquier cambio en el texto inhabilitará la firma, mostrándola inválida en el momento de la verificación. El nivel de seguridad de la firma digital está dado por los métodos utilizados para la generación de la clave y de la firma digital, pues hay algunos que ofrecen más seguridad que otros.

Expiración de los atributos la firma digital.

Tal y como se mencionó, la dificultad de derivar la clave privada a partir de clave pública, es el fundamento de la seguridad en una firma digital.

No obstante, suponiendo la efectividad de los métodos usados y la adecuada implementación de los mismos sin ninguna debilidad, subsiste la posibilidad de que un sistema de información pruebe con todas las posibles combinaciones de claves (dado que son simples números), hasta dar con la solución. En el momento que un tercero logre descifrar la clave privada de una persona, puede generar firmas de forma fraudulenta y, por lo tanto, se pierde la capacidad de identificar al iniciador del

mensaje. Es así como cualquier firma generada con esa clave privada, que ya no sería tan privada, deja de ser válida.⁴³

La Firma Digital en el Ecuador.

En el caso concreto de nuestro país con el apoyo de CORPECE (Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico) creada para este efecto, y con la participación activa de varios sectores interesados, se impulsó el Proyecto de Ley de Comercio Electrónico, Firmas Digitales y Mensajes de Datos.

Para la elaboración y estructuración del Proyecto de Ley, se invitó a una amplia base de sectores involucrados y se contó con la participación de importantes empresas del medio. Se partió de la revisión de la legislación ecuatoriana y junto con el apoyo de distintos proyectos de ley, sobre todo de la Ley Modelo propuesta por las Naciones Unidas a través de la CNUDMI (Comisión de las Naciones Unidas para el Mercado Internacional); Directivas Europeas sobre comercio electrónico, firma digital - Directiva de Propuesta COM (1998) 586 final-98/0325 9COD) de 11 de Noviembre de 1998, modificada por la propuesta COM (1999) 427 final- 98/0325 (COD) sobre Comercio Electrónico, Directiva 97/7/CE contratos a distancia del Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea. Directiva sobre Firma Electrónica modificada del Parlamento Europeo y del Consejo COM (1999) /95 final-98/0191 (COD), proyectos y anteproyectos de leyes de países europeos como Italia, España, Alemania, Luxemburgo, el Acta de Utah de los Estados Unidos de Norteamérica, estudios y proyectos latinoamericanos de Chile, Argentina, Uruguay, Colombia y Perú, investigaciones y publicaciones sobre el derecho de las nuevas tecnologías principalmente de universidades, así como doctrina especializada.

Es importante mencionar que nuestro proyecto de ley recoge, además del comercio electrónico, regulaciones sobre firmas digitales y mensajes de datos. Se trata de constituir un cuerpo legal de mayor alcance y aplicación práctica. En este punto se apega a la ley modelo de CNUDMI y por contraste se aparta de las Directivas de la

⁴³ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, Grupo de estudios en Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática, 2002, *Internet. Comercio Electrónico & Telecomunicaciones*, Bogotá – Colombia.

Comunidad Europea que legislan exclusivamente el tema del documento electrónico y la firma digital, regulaciones éstas aplicables a toda clase de actos y entornos tecnológicos, aunque no tengan aplicación comercial o económica. Sin embargo vale mencionar que no se ha tratado en el Proyecto de Ley temas como: nombres de dominio, impuestos relacionados con el tema y publicidad virtual, por citar algunos ejemplos.

Al margen -y a modo de dato informativo- es importante mencionar que no existe una ley sobre nombres de dominio (*domain names*) en el Ecuador. Estos nombres no son equiparables bajo ningún punto de vista a las marcas o cualquier otro signo distintivo, y que la entidad que los tramita y regula en nuestro país es NIC ECUADOR, sin que esto implique que no podamos acceder al nombre de dominio de nuestra predilección directamente a través de INTERNIC, sociedad estadounidense encargada de la administración y regulación de los nombres de dominio a nivel mundial.

Por otro lado, y a modo de paréntesis, todavía están en discusión las opiniones de los especialistas respecto del cambio que impone el Internet en materia fiscal. En este sentido y sin adoptar una posición definida, lo que se ha considerado como más conveniente ha sido delimitar los principios de política fiscal en base a los cuales enfrentar los retos que supone el comercio electrónico, en tanto se instrumentan y perfeccionan soluciones prácticas. En definitiva: se deberá estimar y evaluar qué actos podría tener una implicación fiscal antes de determinar y establecer la carga impositiva que deberá aplicarse sobre las operaciones realizadas en el ámbito del comercio electrónico.

Volviendo a materia, el proyecto de Ley de Comercio Electrónico fue presentado oficialmente en la Secretaría del Congreso Nacional con fecha 14 de septiembre de 1999. Desde entonces, y básicamente por la volatilidad política, se ha ido rezagando su discusión, debate y potencial aprobación. Sin embargo, en un dictamen preliminar ya fue declarada “conveniente y constitucionalmente viable” hecho importante y que ya significa que al menos tenemos la puerta abierta. Lo contrario simplemente hubiera significado esperar al menos que otro Congreso vuelva a conformarse, para un nuevo intento de que se la apruebe.

Los Diputados de la Comisión de lo Civil y Penal y sus asesores conocen el contenido del proyecto y se han hecho aclaraciones adicionales respecto del complemento y sustento tecnológico, que servirán para un mejor entendimiento y análisis.

El principal obstáculo encontrado es la dificultad para abandonar la conceptualización tradicional de los distintos instrumentos que regularían esta ley, como los mensajes de datos - documentos electrónicos -, firma digital o electrónica, certificados digitales, entre otros. De ahí en adelante los cuestionamientos han girado más en cuanto a la forma que en lo que respecta al contenido. Sin perjuicio de lo cual, y con el apoyo de CORPECE, colaboración y reuniones que están programadas y que se requieran a futuro, se espera que en los próximos días finalmente pase el Proyecto al seno del Congreso y se apruebe.

Contenido básico del proyecto

El proyecto de Ley de Comercio Electrónico se compone de tres Títulos, más un Título preliminar que contiene un Glosario de términos que sirve de introducción a un tema de alto contenido tecnológico, como es el comercio electrónico. No se trata de hacer una exposición larga y detallada de todo el contenido de los distintos artículos, que se explican por sí solos tras la simple lectura del proyecto. Sin embargo, es importante poner énfasis en los siguientes aspectos del proyecto legal:

- **Mensajes de Datos:** el proyecto los define como “aquellos documentos en formato electrónico con información electrónica o digital que se genera o almacena por cualquier medio”. Conceptualizando esta definición podemos afirmar que se trata de un término genérico que engloba a: documentos electrónicos, correo electrónico, páginas *web*, telegrama, telex, fax, facsímil e intercambio electrónico de datos (más conocido como EDI - *electronical data interchange*) A decir de algunos juristas especializados, “son el punto central de toda la tecnología de la información dedicada

a soportar las operaciones comerciales electrónicas”⁴⁴. La relación de los mensajes de datos con documentos electrónicos está dada porque se trata de información (con soporte digital o no) generada o transmitida por medios electrónicos. También se los llama documentos digitales: digital, el soporte, electrónico, el medio de transmisión.

Es innegable que gracias a los medios informáticos se ha sustituido los documentos tradicionales vinculados necesariamente con el papel y la firma manuscrita, con documentos en nuevos soportes. El tratadista Davara Rodríguez, opina que “el documento puede ser tal, tanto si se encuentra sobre un papel o sobre cualquier otro soporte apto según su naturaleza. No se debe identificar documento con escritura, en un sentido estricto atendiendo solamente a la tradicional escritura realizada por el hombre, que en un primer análisis y debido a la costumbre generalizada, lleva al concepto papel”.⁴⁵ En el mismo sentido Álvarez Cienfuegos, manifiesta que el documento, como objeto corporal que refleja una realidad fáctica con trascendencia jurídica, no puede identificarse ni con el papel como soporte ni con la escritura como unidad de significación.⁴⁶

El documento electrónico se concibe como un medio de expresión de voluntad con efectos de creación, modificación o extinción de derechos y obligaciones por medio de la electrónica, informática y telemática.

Lo fundamental es que el Proyecto de Ley, siguiendo las tendencias legislativas internacionales en este tema, así como la Ley Modelo de CNUDMI (Art. 5) garantiza el “principio de equivalencia funcional”, que se refiere a que el contenido de un documento electrónico surte los mismos efectos que el contenido de un documento en soporte papel. La equivalencia funcional implica aplicar a los mensajes de datos un principio de no discriminación respecto de las declaraciones de voluntad, independientemente de la forma en que hayan sido expresadas.

⁴⁴ Gutiérrez Álvaro, *El comercio electrónico en el derecho comparado*. Revista Electrónica de Derecho Informático, REDI. Colombia. <http://publicaciones.derecho.org/redi>.

⁴⁵ Davara, Rodríguez, citado por: Rico Carrillo Marilliana en: Validez y Regulación legal del documento y la contratación electrónica. REDI. <http://publicaciones.derecho.org/redi>.

⁴⁶ Álvarez, Cienfuegos, citado por: Rico Carrillo Marilliana en: Validez y Regulación legal del documento y la contratación electrónica. REDI. <http://publicaciones.derecho.org/redi>.

Así dispone el proyecto: “Art. 3.- Efectos de la Ley: Se reconoce la fuerza jurídica y la validez de los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, así como la información que éstos contengan. Los mensajes de datos su información y contenido tendrán igual valor jurídico que los instrumentos públicos y privados, y su eficacia y valoración se someterán al cumplimiento de lo establecido en esta ley”.

Respecto de que el documento deba constar por escrito, el Art. 7 del proyecto de ley, dispone: “Cuando las leyes requieran que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos si la información que este contiene es accesible para su ulterior consulta” En definitiva, lo importante en la equiparación legal de los documentos tradicionales con los documentos electrónicos es la posibilidad de recuperación del mensaje para que su contenido sea accesible posteriormente y reconocido por la partes o terceros. Esto significa su permanencia en el tiempo. Incluso se ha introducido en el Artículo 9, específicamente la conservación de los mensajes de datos.

A este respecto el proyecto de ley dedica el noveno artículo. “Art. 9.- Conservación de los mensajes de datos.- 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 siguientes condiciones:

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

La obligación de conservar ciertos documentos, registros o informaciones no será aplicable a aquellos datos que tengan por única finalidad facilitar el envío o recepción del mensaje.

Toda persona podrá recurrir a los servicios de un tercero para observar o verificar los requisitos señalados en éste artículo”.

De otro lado, la Ley de Comercio Electrónico en materia de prueba, establecería que “el mensaje de datos cualquiera sea su procedencia o generación, será considerado como medio de prueba con todos los efectos legales que tienen los principios probatorios determinados en las leyes que regulan la materia” (Art. 48 y SS.)

Finalmente cabe destacar, que la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, incorporaría en su articulado regulaciones sobre los documentos públicos electrónicos o copias electrónicas auténticas, que son aquellos “documentos escritos que se transformen en documentos electrónicos en presencia de un Notario y a la inversa” (Art. 44)

Firma electrónica o digital.- Esta figura está definida por el proyecto de ley como “dato en formato electrónico asignado a un documento electrónico o mensaje de datos por el autor del mismo”

La firma digital es indispensable dentro de las redes abiertas de información, como Internet y el comercio electrónico. Solamente a través de ella se genera un entorno seguro en relación con la autenticación digital vital para su desarrollo y expansión. El fin que persigue la firma digital es el mismo de la firma ológrafa: dar asentimiento y compromiso con el documento firmado.

Como afirman Arce y Días Lannes, abogados argentinos especialistas en el tema, a diferencia de la firma manuscrita, que es un trazo sobre el papel, la firma digital consiste en un apéndice al texto original. Este apéndice sería la firma digital.

El mecanismo utilizado para la firma digital debe ser criptográfico (arte de proteger la información en lo que respecta a su privacidad y a su integridad), de modo que este mecanismo utiliza dos claves diferentes: una para cifrar y otra para descifrar. Una clave es pública, esto es, de conocimiento general; otra, denominada clave privada, que se mantiene en total reserva, toda vez que no existe motivo para que nadie aparte de su autor necesite conocerla (punto medular de la seguridad del

sistema criptográfico). Ambas claves son generadas al mismo tiempo con un algoritmo matemático y guardan una relación tal entre ellas que la información que es encriptada con la clave pública solo puede ser descifrada con la clave privada.⁴⁷ Algunas legislaciones la denominan firma digital avanzada.

Para clarificar de mejor manera el concepto de firma electrónica, vale mencionar que la firma digital está íntimamente ligada al documento digital que la origina y que, junto a este documento y al certificado de clave pública correspondiente, permiten en conjunto, y de manera autosuficiente, verificar la integridad del documento y la identidad del creador de la firma.

Las características fundamentales de la firma digital o electrónica son: integridad, inalterabilidad y perdurabilidad. Están recogidas en el Art. 14 del Proyecto de Ley: “La firma electrónica en un mensaje de datos debe ser parte integrante del mensaje de datos, enviarse en un mismo acto y ser inalterable, de tal forma que si se cambia el documento o la firma, ésta se invalide. Cumplidos los requisitos de seguridad e inalterabilidad, se presumirá la integridad del mensaje de datos...”

* Integridad, significa que no ha sido modificada o que no carece de ninguna de sus partes integrantes. La firma digital a través de medios tecnológicos es capaz de detectar la integridad de la información que fuera firmada, en forma independiente al medio de su almacenamiento.

* Inalterabilidad, significa que la información no podrá ser adulterada cuando sea almacenada. La firma digital no impide que la información se altere sino que detecta si ésta ha sido alterada.

*Perdurabilidad, significa que la información perdura o se mantiene en el tiempo y es a la vez, una cualidad del medio de almacenamiento de la información.

⁴⁷ ARCE Alfonso José; DÍAZ LANNES Federico Santiago: La Firma Digital. Aspectos Jurídicos. Su aplicación a las comunicaciones previstas por la Ley 22. 172: R.E.D.I. (revista electrónica de derecho informático) <http://publicaciones.derecho.org/redi>.

Para tener validez jurídica las firmas deben permitir verificar tanto la identidad del Autor, como comprobar que dichos datos no han sufrido alteración desde que fueron firmados; en otras palabras, garantizar la autenticidad e integridad del documento. Para que la firma electrónica sea legalmente viable, debe recoger los siguientes requisitos:

- Ser única de la persona que la usa,
- Susceptible de ser verificada inequívocamente,
- Permanecer bajo exclusivo control de quien la usa,
- Estar ligada indefectiblemente a la información del mensaje de datos.

Así lo establece el Proyecto de Ley en su Art. 13. “Requisitos de la firma electrónica: Para tener validez, la firma electrónica reunirá como mínimo los siguientes requisitos:

- a).- Ser individual, única o vinculada exclusivamente a su titular, y capaz de ser mantenida bajo el estricto control de la persona a quien pertenece y usa.
- b).- Disponer de las seguridades necesarias que garanticen su integridad.
- c).- Ser verificable inequívocamente mediante mecanismos técnicos de comprobación, establecidos por la Ley, los Reglamentos o el acuerdo de las partes.

Cualquier requisito adicional a los aquí señalados, deberá constar expresamente en un acuerdo suscrito por las partes”.

El Proyecto de Ley dentro de su objetivo de permitir y fomentar el uso de firmas digitales o electrónicas contempla aspectos como:

- * Equiparación de la firma digital a la firma manuscrita (Art. 12)
- * Obligaciones vinculadas con la firma electrónica (Art. 15)
- * Obligaciones del titular de la firma electrónica (Art. 16)
- * Revocación, cancelación y suspensión de la firma digital (Art. 18 y 19)

Como ventajas de la firma electrónica en nuestro sistema legal están las de garantizar fehacientemente la autenticidad e integridad de un documento, imposibilidad de falsificación y el uso de terceros solo con consentimiento.

4.3 EL DELITO⁴⁸

4.3.1 CONDUCTAS ANÓMALAS

Existen hechos que pueden ser punibles con arreglo al derecho penal de un determinado país, pero no en otro. Por ejemplo, en Alemania está prohibida la publicación de la doctrina del revisionismo que niega la realidad del Holocausto, mientras que en otros países, no. También se puede citar el hecho de que en algunos países estén tipificados los ilícitos cometidos por medio de computadoras y no lo estén en otros. Esta circunstancia dificulta o imposibilita, en muchos casos, que prosperen los pedidos de extradición entre países en los que la conducta que motiva esa petición debe ser considerada delito en ambos Estados signatarios del tratado de extradición.

Existen actos reprochables legalmente que gozan de consenso respecto de su consideración como tales, pero varían en el tipo de protección que se les asigna. Por ejemplo, algunos países poseen legislaciones específicas y en otros la protección está dada por normas genéricas o por principios generales, no reglamentados específicamente o con diferente nivel de protección.

Existen límites tecnológicos que dificultan o hacen ineficaz el control, puesto que éste puede efectivizarse en sólo dos puntos: el de entrada y el de salida de la red. El problema se plantea, entonces, cuando debe determinarse en dónde se considerarán ubicados esos puntos:

1. en el servidor a través del que el usuario obtiene acceso;
2. en la terminal utilizada para leer o descargar la información, o
3. en el servidor en el que se publica la información.

Sin perjuicio de la necesidad de conocer el lugar en el que se origina una infracción legal, es importante poner énfasis, desde el punto de vista jurídico, en los actos que

⁴⁸ SARRA, Andrea Viviana, 2001, *Comercio electrónico y derecho*, Editorial ASTREA, Buenos Aires - Argentina.

constituyen hechos punibles y por tanto entran en la categoría de delito. Entre las conductas anómalas, que de acuerdo con la mayoría de las legislaciones constituyen delito y que son objeto de práctica constante a través de la red informática están las siguientes:

CONTRA LA SEGURIDAD Y EL ORDEN PÚBLICOS.

Uno de los aspectos fundamentales de la seguridad en las redes es el de aquellas cuestiones que comportan atentados contra la seguridad y el orden públicos (entre otros, el ciberterrorismo; la legitimación de activos provenientes de ilícitos; la incitación al odio sectario; la actividad de hackers y crackers) y la consecuente posibilidad de hacer efectivo o no el cumplimiento de la ley, en materia de extradición o persecución de los responsables.

La reacción social es negativa y los interrogantes son muchos, fundamentalmente los relacionados con la exportación del chip. En la implementación del sistema de comercialización internacional de éste se presentan inconvenientes.

Por otra parte, se prevé efectivizar el control judicial sobre la actividad de inteligencia mediante la necesidad de autorización judicial previa para ciertas actividades, la cual sólo sería otorgada si la medida fuera necesaria para la defensa nacional o la seguridad interior y no pudiera ser obtenida por otros medios. A continuación podemos citar algunos ejemplos de ello:

- 1) Interceptación de comunicaciones de las que los organismos de inteligencia no fueran destinatarios o que no fueran destinadas al público en general.
- 2) Interceptación de correspondencia en general.
- 3) Obtención de información guardada en computadoras o sus periféricos.
- 4) Obtención de información por acceso no autorizado.
- 5) Captación no autorizada de voces, sonidos o imágenes (ya sea por tratarse de lugares a los que no se tiene acceso o en momentos en que no se lo tiene), excepto aquellas que fueran obtenidas no encubiertamente en lugares públicos.

Los fundamentos de este proyecto se expresa que se ha evitado penalizar la divulgación del contenido de escuchas telefónicas u otras interceptaciones ilegales por parte de la prensa, puesto que debe considerarse que entre dos valores fundamentales como la privacidad y la "transparencia", debe privilegiarse este último, dado "el rol fundamental desempeñado por la prensa en la investigación de casos de corrupción".

Con respecto al terrorismo, y en virtud de que uno de los objetivos principales de este tipo de actos es que posean resonancia a escala mundial, vemos que ya no es relevante el lugar de su comisión, puesto que los medios globalizados de comunicación le otorgan la esperada difusión. Por lo tanto, su comisión ya no necesita estar circunscripta al área geográfica en conflicto, sino que pueden llevarse a cabo en cualquier otro punto del planeta

Si bien las motivaciones del terrorismo no han tenido, prácticamente, modificaciones en el transcurso de la historia, no ha sucedido lo mismo con los medios empleados para llevarlo a cabo. En la actualidad el ciberterrorista no utiliza tanques, explosivos, armas químicas o fanáticos suicidas, simplemente ataca con "ceros y unos" en el lugar donde, por el momento, se es más vulnerable, el sitio donde convergen la materia y la virtualidad: ese particular mundo digital.

Otro ejemplo es la posibilidad que tiene un ciberterrorista de ocasionar en forma remota el colapso de un determinado sistema financiero, con lo cual podría provocar la discontinuidad de las transacciones, modificar los niveles de reservas cambiarlas, alterar las cuentas bancarias, borrar información, en suma, causar un caos a partir de la generación de la desconfianza en el sistema financiero del país.

Además, todas estas situaciones generadas a partir de actos de terrorismo internacional tienen vinculación con el narcotráfico y el tráfico de armas, los cuales reconocen conductas desvaliosas relacionadas. Esta legitimación se realizar con mayor facilidad en las redes, y que se torna más difícil su detección.

Sin embargo, los atentados contra la seguridad y el orden públicos no son el único tipo de actividad responsable que se ha advertido en las redes abiertas, pues se

cometen, además, faltas contra el honor, la honestidad, la libertad, la propiedad y la fe pública, tomadas estas experiencias como bienes jurídicos sin tutela completa desde el punto de vista penal.

CONTRA EL HONOR Y LA INTEGRIDAD SEXUAL.

Los ilícitos previstos dentro de los delitos contra el honor son las calumnias e injurias. En general, los artículos del Código Penal que tipifican estas conductas pueden aplicarse a los casos en que estas actividades son realizadas a través de las redes.

Las conductas reprochables dentro de los delitos contra la integridad sexual son la promoción o facilitación de la corrupción de menores; la producción, publicación y distribución de imágenes pornográficas con menores, la facilitación de acceso a espectáculos pornográficos o suministro de material pornográfico, la ejecución por sí o por terceros de exhibiciones obscenas expuestas a ser vistas involuntariamente por terceros.

Con respecto a la corrupción de menores, cuando la actividad se lleva a cabo en el entorno de las redes, se realiza a través de los grupos de debate (*newsgroups*), las *chats*, e, incluso, el correo electrónico. La utilización de este medio para la corrupción de menores es un tema especialmente preocupante en los países con gran cantidad de usuarios conectados a Internet, puesto que un gran porcentaje de ellos son menores. Además, las derivaciones de este ilícito pueden ser aun más alarmantes, porque podría darse el caso de que el autor de la conducta llegara a encontrarse en el mundo físico con el menor, quien, entonces, podría ser víctima de otros delitos, como abuso sexual, daño en la salud física, muerte, etcétera.

Con relación a la producción, publicación o distribución de imágenes pornográficas y suministro de material pornográfico el problema se presenta con la identificación de la persona que las distribuye -lo que constituye, en principio, una prueba de difícil producción-, pero, fundamentalmente, con la posibilidad real de efectivizar la sanción y sacar de circulación el material.

Por último, existe la posibilidad tecnológica de realizar exhibiciones obscenas expuestas a ser vistas involuntariamente por terceros (art. 129, Código Penal, según ley 25.087), tanto en BBS, sitios *web*, o grupos de debate, por medio de las cámaras de video incorporadas al equipo del usuario que capta imágenes y sonidos y los transmiten online.

En efecto, en Internet los actos se desarrollan en sitio privado y quedan expuestos a ser vistos por terceros, pero difícilmente pueda sostenerse que no existe el elemento de voluntad en quien accede a las imágenes transmitidas. Distinto es el caso en que la persona es un menor.

No obstante, en todas estas situaciones es crucial poder determinar de dónde proviene el material vertido en Internet, con objeto tanto de identificar a la persona que realiza los actos ilícitos (para posibilitar, de este modo, la efectiva represión y que se saque de circulación el material) como de establecer qué tipo de control debería preverse (lo que incluye la determinación de la legislación aplicable y la jurisdicción competente).

Indudablemente, los hechos que más alertan respecto del potencial de Internet como foro de actividades ilícitas son aquellos en que, además de reproducirse escritos o imágenes obscenas (por ejemplo: pornografía), se utilizan las *chats* o los grupos de debate para tomar contacto con menores. Así el delito cometido en el ciberespacio puede llegar a tener consecuencias verdaderamente graves en el mundo real, como pueden ser abuso sexual, lesiones o muerte de un menor.

En estos casos se evidencian con claridad los problemas que se presentan con relación a este tipo de actividades en las redes. En el ciberespacio es más dificultosa la obtención de la prueba, además de verse seriamente disminuida la posibilidad de identificar al responsable. Esta última circunstancia ha hecho meditar respecto de si es conveniente que se permita la utilización de Internet en forma absolutamente anónima o son necesarios métodos que posibiliten la identificación de los usuarios.

Normalmente los usuarios de Internet están identificados electrónicamente, ya sea por la dirección de identificación de la página de la WWW (URL) o mediante la

dirección de correo electrónico o un mensaje en un grupo de debate. Pero la tecnología ha posibilitado, además, la utilización del correo electrónico o de los grupos de debate de manera absolutamente anónima.

En realidad, si bien es conveniente el anonimato para que las personas puedan expresar libremente sus ideas, es importante tener en cuenta que quien es libre de expresar sus ideas debe ser, asimismo, responsable por sus acciones. En este sentido, entonces, adquiere importancia la localización jurídica.

Para el caso de la utilización del correo electrónico, y en orden a conciliar el anonimato (que, por otra parte, es común en las comunicaciones tradicionales -p. ej., una carta sin identificación del remitente o una llamada desde un teléfono público-) con la necesidad de identificación del emisor para posibilitar la localización del delincuente en los casos de actividades ilícitas o contenidos nocivos o ilícitos, existen algunas propuestas.

Una de ellas es la reglamentación de la utilización de seudónimos que hagan posible una ulterior reconstrucción de la verdadera identidad del emisor y que, de ese modo, hagan posible su localización jurídica. Otra de las propuestas es que los remitentes anónimos hagan constar detalles sobre su identidad al proveedor de servicios de Internet (conocidos generalmente por su sigla en inglés: ISP), quien debería guardarlos. Todos esos datos estarían protegidos por las legislaciones sobre protección de datos personales y, por lo tanto, los ISP serían responsables jurídicamente por ellos.

CONTRA LA LIBERTAD, LA PROPIEDAD Y LA FE PÚBLICA.

En el caso de los delitos contra la libertad podemos encontrar, como conductas punibles, la violación de secretos, la propaganda o competencia desleal y los delitos contra la libertad de prensa.

En relación con los delitos contra la propiedad, deberían considerarse incluidos dos temas cruciales:

- 1) Los accesos indebidos a sistemas o a computadoras, y
- 2) la apropiación de información en ellos contenida.

Para el caso de los accesos indebidos, si bien la actividad de los *hackers* y *crackers* consiste en "ingresar" en propiedad privada mediante el acceso a sistemas de información privados, la conducta no resulta tipificada en nuestro ordenamiento jurídico, puesto que de la letra de la ley no surge que tal intromisión pueda ser considerada violación a la propiedad.

El segundo tema es el caso de los *crackers* que se apoderan de la información contenida en los sistemas a los cuales acceden indebidamente, la que, en ocasiones, suele ser de gran valor económico para el poseedor, quien queda privado de su goce. Sin embargo, se entiende que la información no es considerada "cosa", por lo cual no puede ser objeto de apoderamiento ilegítimo, según las figuras de hurto y robo.

Lo mismo sucede en el caso de los sistemas indebidamente accedidos que son dañados por la actividad misma del acceso o bien de manera intencional, por ejemplo, por medio de un virus de computadora. También en este caso pueden identificarse los dos aspectos ya mencionados: por un lado, el daño que se puede producir en la cosa mueble (hardware y software), y por el otro, el daño producido en la información contenida en el sistema.

Con respecto al segundo aspecto, es decir, el daño producido en la información, pueden realizarse consideraciones similares a las efectuadas al analizar el robo y el hurto.

Asimismo, están comprendidos dentro de los ilícitos contra la propiedad, las estafas y defraudaciones. En cuanto a los casos que nos interesan, debemos distinguir dos clases de actividades. Las primeras corresponden a las actividades que el usuario realiza enteramente con el sistema "interactuando" con él. Un ejemplo de ello es el de la persona que, mediante el quebrantamiento del sistema, extrae fondos de un cajero automático, lo cual podría encuadrarse en hurto, y es así porque se hallaría ausente un elemento de la estafa que es el ardid o engaño, del que necesariamente

debe ser víctima una persona, de modo que ella misma u otra resulten damnificadas al realizar una disposición patrimonial motivada en el error inducido.

Las otras clases de actividades son aquellas en las que el usuario debe interactuar con otro ser humano. Un ejemplo de ello es el de las compras realizadas por medio del comercio electrónico en las que la venta del producto requiere de la autorización de la persona encargada de verificar la operación. En este supuesto el hecho se consuma en el momento en que el encargado autoriza la operación. Aquí, sí está presente el engaño, de igual modo que al alterarse dolosamente el registro de kilovatios -energía eléctrica- o metros cúbicos de gas, se hace creer al personal que verifica los medidores que se ha consumido menos de lo real.

Otro de los casos de defraudaciones en el comercio electrónico es el de las "empresas virtuales" que no son tales. Se trata de uno de los problemas fundamentales que van en detrimento del comercio electrónico, puesto que debilita la confianza en ese tipo de transacciones. Las empresas enteramente virtuales tienen, al menos, dos características que las convierten en instrumentos propicios para cometer ilícitos. Por un lado, no requieren de importantes inversiones para ser puestas en funcionamiento, y por otro, aún no existen normas comerciales, penales o tributarias específicas que regulen ese tipo de actividad comercial virtual.

Con respecto a los delitos contra la fe pública, se abre un amplio espacio para el estudio de nuevas nociones, tales como los cheques y moneda digitales en los sistemas de pago digital.

"HACKERS", "CRACKERS" y "PHREAKERS"

En cuanto a los delitos contra la libertad, la propiedad y la fe pública, las figuras que aparecen como preponderantes son los *hackers*, los *crackers* y los *phreakers*.

Se denomina *hacker* a toda persona que, valiéndose de medios informáticos y de telecomunicaciones, accede remotamente y en forma no autorizada a sistemas de información cuyo acceso le está limitado. Su motivación es el simple deseo de quebrantar el sistema y ve en ello un desafío a su intelecto. Realiza esta actividad sin

intención de provocar daño en las cosas, aunque ocasionalmente y de manera accidental puede destruir información o dañar los sistemas.

Se utiliza el término *crac-ker* para denominar a toda persona que, por idénticos medios, accede a sistemas de información que le son limitados, pero con la intención de provocar un daño o apoderarse indebidamente de información.

Por último, *phreaker* es la persona que, para llevar a cabo la actividad de *hacker* o de *cracker*, utiliza indebidamente líneas telefónicas puesto que, más allá del valor de los pulsos telefónicos utilizados, su motivación es evitar ser rastreado por el software específico diseñado para el efecto.

Uno de los problemas fundamentales relacionados con estas actividades es la casi imposibilidad de probar que el sistema ha sido vulnerado, y de identificar al autor.

Existen legislaciones específicas que contemplan este tipo de actividad en otros países, aunque, por el momento, no han demostrado ser suficientemente efectivas en el control de este tipo de actividades ilícitas. En el mejor de los casos, las previsiones han demostrado ser adecuadas dentro de los límites fronterizos de las naciones, pero las falencias se presentan cuando se procura reprimir más allá de los bordes geográficos, y es precisamente ésta la característica distintiva de estos actos.

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo creo importante establecer algunas conclusiones las que de alguna manera constituyen la síntesis del mismo.

- * Según se ha podido estudiar, la compraventa en la actualidad es un mecanismo de circulación de la mayor parte de los bienes, el mismo que remonta las fronteras nacionales y cobra mayor aplicación en al ámbito internacional. Se convierte de esta manera en el factor central de toda transacción comercial, constituyéndose en el punto de partida del comercio internacional y, el contrato respectivo en un instrumento jurídico de la actividad económica mundial.
- * La globalización propiciada por el avance de la tecnología, sobre todo en el campo de las comunicaciones, permite realizar negocios a través de la red de Internet, lo cual exige un amplio conocimiento de los aspectos jurídicos que implican las transacciones a través de la misma.
- * En cuanto a las normas jurídicas existentes con respecto al Comercio Electrónico en nuestro país, se opina que las normas bien pueden reducirse a la previstas en el Código Civil ya que las pequeñas diferencia existentes no ameritan la existencia de dos cuerpos legales diferentes, bastaría señalar, por vía de excepción tal o cual norma que permita transacciones más rápidas. Esto nos hace ver que la legislación ecuatoriana se encuentra con algún retraso en esta materia, no así en el caso de otros países, como México, Argentina o los países europeos.
- * En el proceso de comercio internacional se realizan diferentes formas de contratos, exigiendo de parte de aquel que los utiliza, un amplio conocimiento para poder realizar sus operaciones en las mejores condiciones, evitando problemas de orden legal que por suscitarse a la distancia se vuelven engorrosos y difíciles de solucionarlos con la celeridad necesaria para estos

casos, que por lo general están sujetos a contingencias que pueden llevar a pérdidas en las empresas. Este vacío jurídico que se ha creado resulta perjudicial para las partes, además, deja de lado la utilidad que el contrato brinda.

- * En el caso de los países con legislación sobre comercio electrónico, estos hacen prevalecer el derecho y han fijado con precisión el ámbito de dominio de los contratos, para lo cual exigen la mayor claridad posible en la determinación de las cláusulas de cada uno de los contratos.

- * Una problemática de difícil solución en el aspecto jurídico referente a los negocios por Internet es aquel que se refiere al cumplimiento efectivo de la ley, en caso de incumplimiento o comisión de un delito. Son varios los inconvenientes al respecto, contándose entre ellos la posibilidad efectiva de identificación del usuario que cometió el ilícito; la posibilidad de hacerlo responsable del daño; la obtención de la prueba, y la determinación de la jurisdicción y la legislación aplicable.

- El comercio electrónico supone un sinnúmero de ventajas que deben ser aprovechadas por todos los usuarios de Internet, tal es el caso de la utilización del tiempo con un máximo de provecho.

BIBLIOGRAFÍA:

La información en base a la cual se ha llevado a cabo este trabajo en su mayoría proviene del Internet, siendo estas entre otras las paginas Web consultadas:

<http://www.un.org>

<http://www.uncitral.org>

<http://www.vlex.com>

<http://www.ssitio.com>

<http://www.justiciaecuador.gov.ec>

<http://www.monografias.com>

<http://www.mercosur-news.com.uy>

<http://www.iworld.com.ar> –“diccionario de Internet”.

[http://www.derecho.org.\(Perú\)](http://www.derecho.org.(Perú)).

<http://www.bufetalmeida.com>

<http://www.publicaciones.derecho.org/rdp.Perú>.

<http://www.wto.org/indexsp.htm>

<http://www.premium.ulex.com>

<http://www.intracen.org>

<http://docsonline.wto.org>

<http://www.google.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://www.eluniverso.com>

<http://www.mmrree.gov.ec>

<http://www.lamira.com/ciencias-sociales/biblioteca>

<http://www.aeca.es>

<http://www.elprisma.com/apuntes>

<http://www.worldbank.org>

CODIGO CIVIL ECUATORIANO, Corporación de estudios y publicaciones, 2002

CONVENCION DE VIENA, Compraventa Internacional de Mercaderías.

<http://www.uncitral.org>

FERNANDEZ RUIZ, José Luís. Fundamentos de Derecho Mercantil. Editoriales de Derecho Reunidas. 1991.

MONTANER Y SIMON, Diccionario Enciclopédico Hispanoamericano. Tomo V.

DEVOTO MAURICIO. Comercio Electrónico y Firma Digital, La regulación del ciber espacio y las estrategias globales, Editorial La Ley.

ILLESCAS ORTIZ RAFAEL. Derecho de la Contratación Electrónica, Editorial Civitas.

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES FACULTAD DE DERECHO. Grupo de estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática, Internet Comercio Electrónico. Editorial Legis.

DE-LEON LUZ y BURGOS DANIEL. Comercio Electrónico, Publicidad y Marketing en Internet. Editorial Mc Graw Hill.

SARRA ANDREA VIVIANA. Comercio Electrónico y Derecho. Editorial Astrea.

DE MIGUEL ASENSIO PEDRO ALBERTO. Derecho Privado de Internet. Editorial Civitas.

GUARDIOLA SACARRERA ENRIQUE. Contrato de colaboración en el Comercio Internacional. Editorial Bosch.

PORDINI. Derecho de Internet.

LORENZETTI RICARDO L. Comercio Electrónico. Editorial Abeledo-Perrot.

PINOCHET OLAVE. Monografías Jurídicas, Contratos Electrónicos y Defensa del Consumidor. Editorial Marcial Pons.

ENCICLOPEDIA ELECTRONICA ENCARTA 1999.

ETCHEVERRY, Raúl Aníbal. Derecho Comercial y Económico. Parte General. Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos. Ecuador. Ley Modelo Sobre Comercio Electrónico. UNCITRAL. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act. Estados Unidos de América.

Ley Interamericana Uniforme Sobre Comercio Electrónico.

Ley sobre Documentos Electrónicos. Chile.

ANEXOS

ANEXO 1

Como realizar una Compra por Internet:

Lo que nos lleva a realizar una compra por el Internet, por lo general surge de una necesidad no satisfecha por el mercado local, las razones que nos llevan a explorar este nuevo campo son de diversa índole como pueden ser por ejemplo: que el artículo que deseamos no está disponible en el mercado, que sus características no son las mismas del producto que deseamos, que la marca no se encuentra en el mercado local, que el precio en el mercado local es considerablemente superior a la oferta encontrada en el mercado cibernauta. Por estas y más razones decidimos buscar en el Internet, un mercado nuevo, que se halla a nuestro alcance y que nos ofrece una ilimitada gama de artículos que van dirigidos a satisfacer todo tipo de necesidades, desde las más elementales como puede ser el comprar un boleto para un concierto, o reservar un boleto aéreo o en el ámbito industrial el adquirir maquinaria para reemplazar la ya obsoleta sin importar el lugar donde se encuentre el proveedor de la misma, o el proveerse de materia prima. Por otro lado, a través de la compraventa en línea podemos mostrar al mundo nuestros productos y en la práctica, las empresas están comenzando a usar Internet como un nuevo canal de ventas, sustituyendo las visitas personales, correo y teléfono por pedidos electrónicos, ya que gestionar un pedido por Internet cuesta mucho menos que hacerlo por las vías tradicionales. El comercio electrónico, se convierte así en una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño empresarial.

Propuesto así el tema, a continuación se puede observar como se lleva a cabo paso por paso una compra por Internet.

1.- LA NECESIDAD. Para nuestro ejemplo tomaremos el siguiente caso: la compra de un repuesto de bicicleta (esto es un codo de dirección para competencia de descenso), el mismo que no está disponible en el mercado por sus especiales características.



2.- LA BUSQUEDA. En esta parte utilizaremos las herramientas que el Internet nos proporciona para localizar la información que deseamos, siendo en esta ocasión el caso particular del objeto antes detallado. Para esto utilizaremos uno de los diversos buscadores que se ofrecen en la red, por ejemplo: google, yahoo, altavista, netscape entre otros.

3.- DETERMINACION DE LA SOLVENCIA DEL ESTABLECIMIENTO. Debemos cerciorarnos de que la tienda o establecimiento que ofrece el bien o servicio sea un establecimiento que cuente con los certificados respectivos de seguridad, para que de esta manera nuestra experiencia de compra sea lo más placentera y no nos llevemos sorpresas desagradables tales como: que la tienda en realidad no existe, que el producto no es el deseado, que el producto tiene fallas y éste no tiene garantía o que el producto nunca llegue a nuestras manos.

4.- COMPROBAR CARACTERISTICAS DEL OBJETO. Una vez que hemos encontrado el lugar donde podemos adquirir el bien o servicio que necesitamos, debemos tener muy en cuenta que puede presentarse el caso de que existan productos

de similares características, pero que en la realidad poseen diferencias que los tornan incompatibles con la necesidad que deseamos satisfacer. Este puede ser el caso del ejemplo propuesto, el repuesto que necesitamos por ejemplo tiene expresada sus dimensiones en pulgadas y el que nos ofrece la tienda en la que encontramos la mejor oferta, tiene el repuesto cuyas dimensiones son en milímetros y si no tomamos esto en consideración, para el momento en que tengamos el objeto en nuestras manos tendremos un problema mayor, no solo no nos va a servir, sino que ya hemos pagado por este.

El costo de reenvío para poder cambiarlo por el correcto encarecerá el valor del mismo y por ende nuestra compra ya no cumple con su objetivo que era el encontrar una buena oferta de precio bajo para el producto que requeríamos, además el tiempo de espera se alargará y en ocasiones puede inclusive incrementar el monto que dejamos de percibir por lucro cesante por ejemplo: una máquina que no produce por la falta de precaución al ordenar un repuesto.

5.- GARANTIAS. Las garantías no solo deben ser tomadas en cuenta para la vida útil del objeto (puede estar cubierto por un periodo de tiempo, puede tener una garantía limitada por defectos de fabricación o incluso nos pueden ofrecer una que cubra todo tipo de daños de operación). Sino que éstas deben tenerse muy en cuenta que posea una garantía por eventuales daños en el transporte.

Y lo más importante, que estas garantías sean ejecutables sin importar el lugar de destino final del objeto.

6.- MEDIOS DE PAGO. En este tipo de transacciones se presenta el problema de que las partes no se encuentran presentes en unidad de acto para realizar la transacción como ocurre generalmente en la compraventa ordinaria de un bien cualquiera. Por lo que contar con un medio de pago confiable es una prioridad para el desarrollo de esta actividad.

Medios de pago tradicionales. Los medios más utilizados en cualquier tipo de transacción comercial, electrónica o no. Por ejemplo:

Contrarrembolso. Es el único medio de pago utilizado en el comercio electrónico que implica la utilización de dinero en efectivo. Desde el punto de vista del vendedor este medio de pago conlleva dos inconvenientes fundamentales: el retraso del pago y la necesidad de recolectar físicamente el dinero por parte de quien realiza la entrega.

Cargos en cuenta. Suele emplearse para cargos periódicos o suscripciones, por ejemplo, el pago del servicio de la televisión por cable.

Medios de pago específicos. En el ámbito del comercio electrónico, especialmente Internet. Tenemos:

Tarjeta de débito y de crédito. Es el medio más popular y de uso generalizado en el comercio electrónico. Para el comprador esto supone un débito al momento de realizar la compra o a futuro, cargo que puede llevar o no implícito el cobro de intereses (crédito). Para el vendedor, suponen un cobro más ágil y seguro, a cambio de una comisión retenida por la entidad emisora de la tarjeta. Descuenta el banco.

Se puede incluso anotar dentro de los medios de pago utilizado en cualquiera de los casos: pago anticipado (prepago o "*pay before*"), inmediato ("*pay now*") o posterior ("*pay after*").

Tarjetas chip. Las tarjetas chip o tarjetas inteligentes son aquellas que poseen una capacidad de almacenar información en un chip que forma parte de la tarjeta. Pueden almacenar todo tipo de información, la identificación de la persona titular de la cuenta que incluye determinadas claves cifradas, su balance bancario, su dirección etc.

El único inconveniente que se presenta es que no actúa como una tarjeta de crédito, la diferencia radica en que para poder realizar una compra con este tipo de tarjeta primero debemos cargarla con dinero, es decir que este tipo de tarjeta requiere de una precarga a través de un cajero automático tal como la precarga que debemos realizar en los teléfonos celulares para poder hacer uso de ellos. Complicando aun

más su uso, se requiere de un dispositivo que vaya conectado al ordenador, dispositivo que tendrá la habilidad de leer la información contenida en la tarjeta.

Cybercash. Es una verificadora de datos que actúa como intermediaria entre el comprador y la tienda; *cybercash* verifica la información y obtiene una autorización, ésta es pasada al comercio y ahí se perfecciona la operación.

Cibercash obtiene un porcentaje por esta operación.

First Virtual (FV). Es un sistema de pagos basado en el mantenimiento de cuentas virtuales de clientes que se liquidan periódicamente contra tarjetas de crédito.

Esto funciona de la siguiente manera: uno puede abrir una cuenta virtual con tan solo poseer una tarjeta de crédito que para el evento tiene que ser internacional. Esta tarjeta servirá para cancelar los consumos efectuados en la red en un determinado periodo que por lo general es mensual

Los consumos, claro está no se realizaran con la tarjeta de crédito estos se realizaran con la cuenta que nos será asignada, la misma que tendrá un nombre de usuario que nos identifica como titulares de la misma y una clave que nos permite hacer uso de ella. Esta cuenta posee nuestra información personal, de domicilio y bancaria. Permitiendo de esta manera que podamos realizar transacciones mas productivas y seguras. Un ejemplo claro y que se ha convertido en uno de los mas usados es *PAY PAL*.

7.- MEDIOS DE ENVIO. Los medios de envío por lo general son ofrecidos por el establecimiento, debido a que esté por lo general tiene acuerdos con los proveedores del servicio. Pero se debe tomar en cuenta si el servicio que se nos ofrece es el que necesitamos, por ser el caso que algunas tiendas solo envían los productos dentro del territorio nacional, o existen otras que ofrecen el servicio de envío internacional, servicio este que tiene un costo mucho mayor.

En este sentido y en el caso específico del Ecuador podemos optar por un servicio mixto, es decir en el evento que realicemos una transacción en los Estados Unidos si es este el caso podemos hacer uso del envío doméstico dentro de este país, valiéndonos de un domicilio en alguna de sus ciudades. Para esto es necesario que optemos por el servicio de una *courier* (empresa de entrega de mercaderías, similar al correo) ecuatoriano que facilite la importación de los artículos obtenidos en otro país.

Una vez que hemos determinado el *courier* que utilizaremos debemos determinar cuál de los servicios que nos ofrece para la importación del artículo es el que más nos conviene, tomando en cuenta el tiempo que durará la importación y el valor que nos cobrarán por la entrega del objeto en nuestras manos.

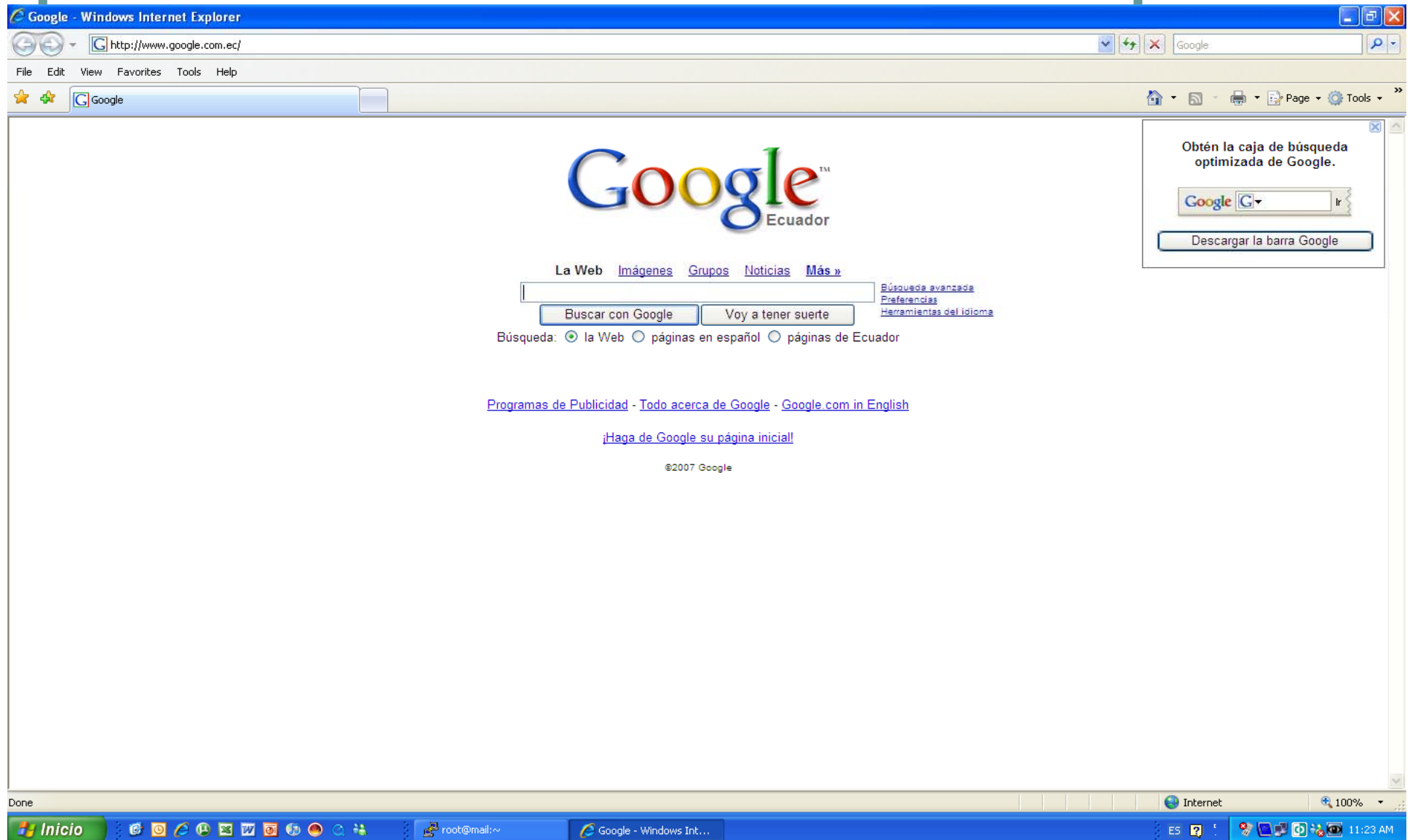
Por lo general los *couriers* ofrecen los siguientes servicios:

Transporte marítimo, el tiempo de arribo de la mercadería es mayor pero su costo es bajo.

En esta opción se puede pactar el pago por el peso del artículo o por su volumen, circunstancia que no se debe descuidar.

Transporte aéreo, a diferencia de la opción anterior el tiempo de arribo de la mercadería es considerablemente menor, pero el costo es calculado en base al peso (lb.) y al volumen del paquete. Se debe tener cuidado por que con esta opción el valor de la mercadería puede elevarse considerablemente.

BUSCADOR



Definir la necesidad.

The image shows a screenshot of the Google Ecuador homepage as seen in the Windows Internet Explorer browser. The browser's address bar shows the URL <http://www.google.com.ec/>. The page features the Google logo with 'Ecuador' underneath. Navigation links include 'La Web', 'Imágenes', 'Grupos', 'Noticias', and 'Más »'. A search bar contains the text 'golf clubs' and has buttons for 'Buscar con Google' and 'Voy a tener suerte'. Below the search bar are radio buttons for search preferences: 'la Web' (selected), 'páginas en español', and 'páginas de Ecuador'. On the right side, there is a promotional box for the 'Google G' search bar with a 'Descargar la barra Google' button. The Windows taskbar at the bottom shows the 'Inicio' button, several application icons, and the system tray with the time '11:40 AM'.

Google - Windows Internet Explorer

http://www.google.com.ec/

File Edit View Favorites Tools Help

Google

Google™
Ecuador

La Web Imágenes Grupos Noticias Más »

golf clubs

Buscar con Google Voy a tener suerte

Búsqueda avanzada
Preferencias
Herramientas del idioma

Búsqueda: la Web páginas en español páginas de Ecuador

Programas de Publicidad - [Todo acerca de Google](#) - [Google.com in English](#)

[¡Haga de Google su página inicial!](#)

©2007 Google

Obtén la caja de búsqueda optimizada de Google.

Google G Ir

Descargar la barra Google

Inicio

root@mail:~

Google - Windows Int...

Presentación1

Presentación2

ES

Internet 100%

11:40 AM

Resultados de búsqueda

golf clubs - Buscar con Google - Windows Internet Explorer

http://www.google.com/ec/search?hl=es&q=golf+clubs&btnG=Buscar+con+Google&meta=

File Edit View Favorites Tools Help

golf clubs - Buscar con Google

Resultados 1 - 10 de aproximadamente 13.600.000 de **golf clubs**. (0,24 segundos)

La Web

Left Handed Golf Clubs
www.ThomasGolf.com Free Custom Fitting by a Pro Club Builder. Get The Right Club Today!

Callaway Pre-Owned Store
Golf.amixnet.com Sold and Certified by Callaway. Many Discounts and Models Online.

Golf Clubs and More
Made-in-China.com Supply Quality Golf Clubs, Golf Bag Learn More? Enquiry Now!

Sugerencia: [Buscar sólo resultados en español](#). Puede especificar el idioma de búsqueda en [Preferencias](#).

Ping Golf Clubs, Callaway Drivers, Scotty Cameron Putters & More ... [Traduzca esta página]
We are your one-stop golf gear-shopping destination for the most comprehensive selection of Ping golf clubs, Callaway drivers, Scotty Cameron putters, ...
www.theworldofgolf.com/ - 55k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Golfsmith: Golf clubs, golf drivers, golf irons, golf wedges, golf ... [Traduzca esta página]
Buy drivers, irons, wedges, hybrids, putters and fairway woods from the biggest names in golf at Golfsmith - the player's source for golf clubs.
www.golfsmith.com/ps/browse.php?N=280951 - 53k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Golfsmith: Golf clubs, golf balls, golf accessories, golf shoes ... [Traduzca esta página]
The world's largest golf store for golf equipment, golf accessories, golf gear and golf clothing.
www.golfsmith.com/ - 64k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)
[Más resultados de www.golfsmith.com]

Golf Discount: Golf Clubs, Golf Equipment & Golf Bags [Traduzca esta página]
Golf Discount provides the highest quality clubs and accessories for your golf game.
www.golfdiscount.com/ - 12k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Golf Clubs: A Buyer's Guide at Golf Gear Review [Traduzca esta página]
Thousands of golf clubs reviewed including drivers, irons, wedges, utility clubs, putters and more!
www.golf-gear-review.com/golf_clubs.html - 8k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Callaway Golf Clubs: Drivers, Fairway Woods, Hybrids, Irons ...
Callaway Golf Clubs - A better game by design. ... 2007 Callaway Golf Company. All Rights Reserved. www.callawaygolfpreowned.com.
www.callawaygolf.com/es.CLUBS.html - 16k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Edwin Watts Golf - We carry golf clubs, golf balls, golf ... [Traduzca esta página]

Enlaces patrocinados

Massive Online Golf Sale
Great Golf Gear at Discount Prices
Get the New Golf Ball Finder Gadget
www.sandersongolf.com

Golf clubs
Golf Club - Buy Factory Direct
Pre-Qualified, Reliable Suppliers.
www.Alibaba.com

Golf Clubs
Compara precios de productos en miles de tiendas en Estados Unidos
www.PrecioMania.com

Inicio

root@mail~

golf clubs - Buscar co...

Presentación1

Presentación2

Internet 100%

ES

11:41 AM

DETERMINACION DE LA SOLVENCIA DEL ESTABLECIMIENTO

Golfsmith: Golf clubs, golf balls, golf accessories, golf shoes and golf apparel from Callaway - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith: Golf clubs, golf balls, golf accessories, golf ...

Cobra Golf TaylorMade
MacGregor Top Flite

PLAYER SERVICES
[Harvey Penick Golf Academy](#)
[GolfTEC / PGA Lessons](#)
[Player Rewards Program](#)
[USGA Handicap Service](#)
[Tennis Pro Rewards Program](#)
[Golfsmith ClubVantage](#)
[Club Trade-In Program](#)
[Golfsmith Credit Card](#)
[Gift Cards](#)
[In Store Pickup](#)
[Golfsmith Email Specials](#)
[Deals & Updates via RSS](#)

GOLF SMITH HELP
[Help Directory](#)
[Promotion Exclusions](#)
[FAQs](#)
[Track Order](#)
[Email Us](#)
Phone: 1.800.813.6897

FREE GIFT WITH BUSHNELL RANGE FINDER
Buy the Bushnell Pinseeker Tournament Edition and receive a free VIP card (a \$119 retail value). Redeem the card online for qualifying Bolle or Bushnell products - just in time for the holidays!

[Buy the Pinseeker Tournament Edition](#)
[See Full Promotion Details](#)

WHY SHOP GOLF SMITH?

- [In Store Pickup](#)
- [Expert Advice](#)
- [Custom Club Fitting](#)
- [Store Locator](#)
- [Catalogs](#)
- [\\$5.99 Flat-Rate Shipping!](#)
- [Low Price Guarantee](#)
- [Gift Cards](#)
- [Golfsmith Credit Card](#)

LOW PRICE GUARANTEE
PLAYABILITY GUARANTEE
BUY ONLINE - PICK IT UP IN-STORE

golfTEC
PGA Lessons
[Learn More!](#)

CATALOGS

[Browse online catalog](#)
[Catalog QuickBuy](#)
[Request a catalog](#)

RETAIL STORES
73 STORES and GROWING!
Announcing our newest store in Portland, OR!

[Find a store](#)
[Check Store Events](#)
[Careers at Golfsmith](#)
[Join our Rewards Program](#)

SIGNUP FOR GOLF SMITH EMAIL OFFERS!

Callaway TOP FLITE Odyssey TaylorMade adidas MAXFLI Nike Cleveland Mizuno PING ADAMSGOLF Lynx MacGregor

[Store Locator](#) | [Contact Us](#) | [My Account](#) | [Track Order](#) | [About Golfsmith](#) | [Careers](#) | [Affiliates](#) | [Investor Relations](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms of Use](#) | [Site Map](#)

[Golf Accessories](#) | [Golf Apparel](#) | [Golf Balls](#) | [Golf Carts](#) | [Golf Clubs](#) | [Custom Golf Club Fitting](#) | [Golf Gifts & Golf Games](#) | [Golf Gift Cards](#) | [Golf Gloves](#) | [Golf Club Grips](#) | [Golf Bags & Travel](#) | [Golf Home & Office](#) | [Golf Outlet](#) | [Personalized Golf Gear](#) | [Golf Practice & Training](#) | [Pre-owned Golf Clubs](#) | [Golf Shoes](#) | [Golf Sunglasses](#) | [Teams & Collegiate](#) | [Golf Video & Books](#)

Copyright 2007 Golfsmith International, Inc. All rights reserved.

[Sign up](#) for exclusive email only specials and offers. | [Deals & Updates via RSS](#)



Inicio

root@mail:~

Golfsmith: Golf clubs, ...

Presentación1.ppt

Internet 100%

ES 11:47 AM

Tipo de certificación

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window with the following details:

- Address Bar:** <http://www.golfsmith.com/>
- Page Title:** Golfsmith: Golf clubs, golf balls, golf accessories, golf shoes and golf apparel from Callaway
- Pop-up Window:** VeriSign Secured Seal - Windows Internet Explorer
- Pop-up Window Address Bar:** https://seal.verisign.com/splash?form_file=fd/splash.fdf&dn=WWW.GOLFSMITH.COM&lang=en
- Pop-up Window Content:**
 - Language: English
 - VeriSign Secured logo
 - Date and time: 30/10/2007 11:49
 - Text: **www.golfsmith.com uses VeriSign services as follows:**
 - Text: **One or more sub-domains within golfsmith.com can use VeriSign services to protect your credit card and other confidential information.**
 - Text: **Information exchanged with any address beginning with https is encrypted using SSL before transmission.**
 - Text: **For your best security while visiting sites, always make sure the address of the visited site matches the address you are expecting to see. Make sure that the URL of this page begins with "https://seal.verisign.com"**
 - Text: **>> REPORT SEAL MISUSE**
- Taskbar:** Shows the Start button (Inicio), several application icons, and the system tray with the time 11:50 AM.

Encontrar el objeto deseado

Golfsmith: Golf shirts, golf pants, golf shorts, golf skirts, golf skorts, golf rain gear, golf - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/ps/browse.php?N=392199&PHPSESSID=750f8ddf89b1802c8bab3b55a772867a

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith: Golf shirts, golf pants, golf shorts, golf skir...

View Shopping Cart
My Account
Store Locator | Catalogs
Track Order | Help
1.800.813.6897

GOLF STORE | **OUTLET** | **PRE-OWNED** | **CLUBMAKING** | **DRIVE for WOMEN** | **TENNIS** | **CUSTOM LOGO**

PLAY & LEARN ▶ Expert Advice | Player Services | Tee Times | What the Pros Play | Golf Travel | Tournament Gear | Golf Handicap

Search GO Brands Select Brand GO **\$5.99 Flat-Rate Shipping!**

FREE PERSONALIZATION ON GOLF BALLS! START SAVING NOW! ▶

GOLF STORE
HOT DEALS!
[Gift Cards](#)
[Golf Accessories](#)
[Golf Apparel](#)
[Golf Bags & Travel Covers](#)
[Golf Balls](#)
[Golf Carts](#)
[Golf Clubs](#)
[Golf Clubs - Custom Fit](#)
[Golf Electronics](#)
[Golf Gifts & Golf Games](#)
[Golf Gloves](#)
[Golf Grips](#)
[Golf Range Finders / GPS](#)
[Golf Shoes](#)
[Golf Sunglasses](#)
[Golf Training Aids](#)
[USGA Handicap Service](#)


GOLF SPECIALTY
[Special Offers](#)
[Home & Office](#)
[Personalized Golf Gear](#)
[Teams & Collegiate](#)
[Tournament & Corporate Gear](#)
[Video & Books](#)

APPAREL
Golf shirts, pants, shorts and outerwear are more than just clothing — they're golf equipment, providing moisture management and protection from the elements. Get great golf apparel at great values from the leading brands, including Nike Golf, Callaway Golf, Ashworth, PING, adidas Golf, Greg Norman, Under Armour and more.

Men's
Tops
[Golf T-Shirts](#)
[Short Sleeved Shirts](#)
[Sweaters and Vest](#)
[Long Sleeved Shirts](#)
Bottoms
[Golf Pants](#)
[Golf Shorts](#)
Outerwear
[Golf Fleece](#)
[Golf Rain Pants](#)
[Golf Rainsuits](#)
[Golf Wind Jackets](#)
[Golf Rain Jackets](#)
Accessories
[Golf Hats & Caps](#)
[Golf Jewelry](#)
[Leather Goods](#)

Women's
Tops
[Golf T-Shirts](#)
[Short Sleeved Shirts](#)
[Sweaters and Vests](#)
[Long Sleeved Shirts](#)
Bottoms
[Dresses](#)
[Golf Pants](#)
[Shorts](#)
[Skorts & Skirts](#)
Outerwear
[Golf Fleece](#)
[Golf Rain Pants](#)
[Golf Rainsuits](#)
[Golf Jackets & Vests](#)
Accessories
[Golf Handbags](#)
[Golf Hats & Caps](#)
[Golf Jewelry](#)

Junior's
[Golf Shirts](#)
[Golf Outerwear](#)








Seleccionar nuestro objeto.

Golf hats and caps - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/ps/browse.php?N=942212

File Edit View Favorites Tools Help

Golf hats and caps

| | | |
|---|--|---------------------|
|  | <p>★★★★★ Be the first to write a review.</p> <p>✓ 3 Months No Payment and No Interest ✗ See all Mizuno Men's Headwear</p> <p>In-Store Pickup Available</p> <p>CHOOSE OPTIONS</p> <p><input type="checkbox"/> COMPARE</p> | <p>Now: \$19.99</p> |
|  | <p>Titleist Slouch Cap</p> <p>★★★★★ Be the first to write a review.</p> <p>✓ 3 Months No Payment and No Interest ✗ See all Titleist Men's Headwear</p> <p>In-Store Pickup Available</p> <p>CHOOSE OPTIONS</p> <p><input type="checkbox"/> COMPARE</p> | <p>Now: \$19.99</p> |
|  | <p>Callaway Collegiate Cap</p> <p>Customer Rating: ★★★★★</p> <p>✓ 3 Months No Payment and No Interest ✗ See all Callaway Men's Headwear</p> <p>In-Store Pickup Available</p> <p>CHOOSE OPTIONS</p> <p><input type="checkbox"/> COMPARE</p> | <p>Now: \$9.99</p> |
|  | <p>Cleveland Flexfit Tour Action Cap</p> <p>Customer Rating: ★★★★★</p> <p>✓ 3 Months No Payment and No Interest ✗ See all Cleveland Men's Headwear</p> <p>In-Store Pickup Available</p> <p>CHOOSE OPTIONS</p> <p><input type="checkbox"/> COMPARE</p> | <p>Now: \$19.99</p> |
|  | <p>Callaway HX-FT5 Tour Mesh Cap</p> <p>Customer Rating: ★★★★★</p> <p>✓ 3 Months No Payment and No Interest ✗ See all Callaway Men's Headwear</p> <p>In-Store Pickup Available</p> <p>CHOOSE OPTIONS</p> <p><input type="checkbox"/> COMPARE</p> | <p>Now: \$21.99</p> |

◀ Prev [1 2 3 of 3] Next ▶ Last ▶

Internet 100%

Inicio Golf hats and caps - ... Presentación1.ppt ES 11:52 AM

COMPROBAR CARACTERISTICAS DEL OBJETO.

Golf hats and caps: Snake Eyes Snake Eyes Mesh Back Cap - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/ps/products/292177?&code=cross_sales&cm_re=ps_cs_-middle_-middle&cm_mmc=crosssell_-_ps_-_0_-_2

File Edit View Favorites Tools Help

Golf hats and caps: Snake Eyes Snake Eyes Mesh Bac...

Golfsmith GOLF & TENNIS 1967 **40th** ANNIVERSARY 2007

View Shopping Cart
My Account
Store Locator | Catalogs
Track Order | Help
1.800.813.6897

GOLF STORE **OUTLET** **PRE-OWNED** **CLUBMAKING** **DRIVE for WOMEN** **TENNIS** **CUSTOM LOGO**

PLAY & LEARN ▶ Expert Advice | Player Services | Tee Times | What the Pros Play | Golf Travel | Tournament Gear | Golf Handicap

Search [] GO Brands [Select Brand] GO **UPS \$5.99 Flat-Rate Shipping!**

FREE PERSONALIZATION ON GOLF BALLS! START SAVING NOW! ▶

Golf store > Apparel > Men's Apparel > Men's Headwear (remove)

GOLF STORE
HOT DEALS!
[Gift Cards](#)
[Golf Accessories](#)
[Golf Apparel](#)
[Golf Bags & Travel Covers](#)
[Golf Balls](#)
[Golf Cards](#)
[Golf Clubs](#)
[Golf Clubs - Custom Fit](#)
[Golf Electronics](#)
[Golf Gifts & Golf Games](#)
[Golf Gloves](#)
[Golf Grips](#)
[Golf Range Finders / GPS](#)
[Golf Shoes](#)
[Golf Sunglasses](#)
[Golf Training Aids](#)
[USGA Handicap Service](#)

GOLF SPECIALTY
[Special Offers](#)
[Home & Office](#)
[Personalized Golf Gear](#)
[Teams & Colleague](#)
[Tournament & Corporate Gear](#)
[Video & Books](#)

Snake Eyes Snake Eyes Mesh Back Cap
\$19.99

Select:
1. Blue/Black [v]
Quantity: [1]
Stock No: 292177
Availability:
In Stock
 Gift Box for \$2.99

In-stock items ordered by 9 am CST are shipped the same day.

ADD TO CART

Check Store Availability
Enter Zip [] **GO**

[View Larger Image](#) [View More Images](#)

[Compare this Item](#)
[Email a Friend](#)
[Add to Wishlist](#)
[See all Snake Eyes Men's Headwear](#)

★★★★★
Be the first to [write a review](#).

Your Shopping Cart is empty.
[Go To Checkout](#)

YOU MAY ALSO LIKE

[Unstructured Cap with Sandwich Bill](#)
Price: \$19.99

[Unstructured Cap](#)
Price: \$15.99

http://www.golfsmith.com/ps/products/292177?&code=cross_sales&cm_re=ps_cs_-middle_-middle&cm_mmc=crosssell_-_ps_-_0_-_2#

Inicio Golf hats and caps: S... Presentación1.ppt ES 11:53 AM

Agregar a la canasta de compras.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/ps/add_to_cart.php?cseq=cross_sales

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store

View Shopping Cart
My Account
Store Locator | Catalogs
Track Order | Help
1.800.813.6897

GOLF STORE | **OUTLET** | **PRE-OWNED** | **CLUBMAKING** | **DRIVE for WOMEN** | **TENNIS** | **CUSTOM LOGO**

PLAY & LEARN > Expert Advice | Player Services | Tee Times | What the Pros Play | Golf Travel | Tournament Gear | Golf Handicap

Search GO Brands Select Brand GO **UPS \$5.99 Flat-Rate Shipping!**

FREE PERSONALIZATION ON GOLF BALLS! START SAVING NOW! >

GOLF STORE
[HOT DEALS!](#)
[Gift Cards](#)
[Golf Accessories](#)
[Golf Apparel](#)
[Golf Bags & Travel Covers](#)
[Golf Balls](#)
[Golf Carts](#)
[Golf Clubs](#)
[Golf Clubs - Custom Fit](#)
[Golf Electronics](#)
[Golf Gifts & Golf Games](#)
[Golf Gloves](#)
[Golf Grips](#)
[Golf Range Finders / GPS](#)
[Golf Shoes](#)
[Golf Sunglasses](#)
[Golf Training Aids](#)
[USGA Handicap Service](#)




GOLF SPECIALTY
[Special Offers](#)
[Home & Office](#)
[Personalized Golf Gear](#)
[Teams & Collegiate](#)
[Tournament & Corporate Gear](#)
[Video & Books](#)

ITEM ADDED TO SHOPPING CART

| Stock No. | Product | Price | Quantity |
|-----------|---|---------|----------|
| 292177 | Snake Eyes Snake Eyes Mesh Back Cap | \$19.99 | 1 |

CONTINUE SHOPPING **VIEW CART** **CHECK OUT**

YOU MAY ALSO LIKE

| | | |
|--|---|---|
|  CIRCLE CONCHO BELT Was: 40.00 Now: \$19.99 |  Snake Eyes Contrast Piping Cap Price: \$17.99 |  Dri-FIT UV Tech Polo Price: \$45.00 |
|--|---|---|

http://www.golfsmith.com/products/292177/

Inicio | Golfsmith.com: Golf s... | Presentación1.ppt | ES | 11:54 AM

Costo de envío.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/sc_view_proc.php

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store


YOUR SHOPPING CART


Need help with your order? Call 1.800.813.6897

<< KEEP SHOPPING GOLFSMITH CHECKOUT

[Empty Cart](#) [Print Cart](#) [Email Cart](#) [Currency Converter](#)

Note: Some products do not qualify for online promotions. Please see our [complete list](#) of excluded items.

| Product Description | Quantity | Price | Ship or Pick Up ? | Availability | Total |
|---|--|---------|--|-----------------|---------|
| Delete  Snake Eyes Mesh Back Cap 292177 BLU/BLK | <input type="text" value="1"/> Update | \$19.99 | <input checked="" type="radio"/> Ship <input type="radio"/> In Store Pickup | Ships 31-OCT-07 | \$19.99 |
| Signature Gift Box <input type="radio"/> yes <input checked="" type="radio"/> no | | | | | |
| Products in your shopping cart will be saved for 4 hours. Prices are not guaranteed. | | | | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$19.99 |



Golfsmith Gift Card
Our gift card is always in season and can be used online, over the phone or at any Golfsmith superstore.
Value: \$25.00
[ADD TO CART](#)

Estimate Tax:
To estimate tax, enter ZIP code, and click Calculate

[CALCULATE](#)

Choose your shipping method:
Enter zip above, click Calculate and choose your shipping method to the right.

ESTIMATED SALES TAX: \$0.42

ESTIMATED SHIPPING: \$5.99

TOTAL: \$26.40

<< KEEP SHOPPING GOLFSMITH CHECKOUT

Other Payment Options


Check out with **PayPal**
The safer, easier way to pay

Google Checkout
Fast checkout through Google


GOLFSMITH CHECKOUT

[Learn more about our checkout options.](#)


Don't forget these Golfing essentials:



Biodegradable Zero Friction Tee
Touts laser-like ball control, increased ball speed and longer



2 3/4 Golf Tee 100 Pack
All White, Assorted Colors or Natural.
\$3.97 [ADD TO CART](#)



USGA Rules Booklets 2006-2007
The rules of golf change every year - are you up to date?

Inicio Internet 100%

Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt ES 11:55 AM

Registrar Ingreso.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

http://www.golfsmith.com/sc_view_proc.php

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store

Golfsmith
GOLF & TENNIS

1967 **40th** ANNIVERSARY 2007

View Shopping Cart
My Account
Store Locator | Catalogs
Track Order | Help
1.800.813.6897

GOLF STORE | **OUTLET** | **PRE-OWNED** | **CLUBMAKING** | **DRIVE for WOMEN** | **TENNIS** | **CUSTOM LOGO**

PLAY & LEARN ▶ Expert Advice | Player Services | Tee Times | What the Pros Play | Golf Travel | Tournament Gear | Golf Handicap

Search **GO** Brands **GO** **ups \$5.99 Flat-Rate Shipping!**

FREE PERSONALIZATION ON GOLF BALLS! **START SAVING NOW!**

1 SIGN IN **2 BILLING INFORMATION** **3 REVIEW & SUBMIT** Need help with your order? Call 1.800.813.6897

SIGN IN

New Guests

You do not need to create an account with us to checkout. Start the brief Guest checkout process by completing your address information below.

Address

All fields required unless noted.

First Name Last Name

Address 1

Address 2 (optional)

City State Zip Code
(Canadian: L5T-2J4)

Phone Number Email Address
(xxx) xxx-xxxx (somebody@somewhere.com)

Yes, sign me up for the FREE Golfsmith Player Rewards!

Returning Guests

Have you ordered from golfsmith.com before? Enter your email and password to access your account.

Enter Your Email Address:

Enter Your Password:

SIGN IN

[Forgot your password? Click Here](#)

Done

Internet 100%

Inicio Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt ES 11:57 AM

Comprobar datos personales.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

https://www.golfsmith.com/sc_billing.php?PHPSESSID=750f8ddf89b1802c6bab3b55a772867a

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store

Please verify shipping and billing addresses. To update, click on the "Change Address" button.

Your Address Information

Billing To:

OSCAR BRAVO
39 ROSSEVELT BLVD
EDISON, NJ 08837
US
(732)225-1818

CHANGE ADDRESS

Shipping To:

OSCAR BRAVO
39 ROSSEVELT BLVD
EDISON, NJ 08837
US
(732)225-1818

CHANGE ADDRESS

Please verify your order and enter your payment information.

Order Total [Edit Order](#)

| | |
|----------------------|----------------|
| Merchandise Total | \$19.99 |
| Shipping Total | \$5.99 |
| Estimated Sales Tax | \$0.42 |
| Gift Card(s) Applied | \$0.00 |
| Order Total | \$26.40 |

Payment Options

Credit Cards:

Please Note: We have introduced a [new Golfsmith Credit Card](#). Old Golfsmith Credit Cards are no longer accepted.

Payment Type:

Number:

Expiration Date: /

Gift Cards:

To redeem a gift card, enter the gift card number below and click the "Apply" button.

Gift Card Number: PIN:

[What's this?](#)

APPLY

If you are using multiple gift cards, enter one Gift Card number at a time and click the "Apply Gift Card" button. Click the "Continue" button after you have entered all gift cards.

Promotion Codes:

To use a Golfsmith Cash Card, please enter the code in the Promotion Code area below.

Have a promotion code?

RECALCULATE

Internet 100%

Inicio Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt ES 11:58 AM

MEDIOS DE PAGO.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

https://www.golfsmith.com/sc_billing.php?PHPSESSID=750f8ddf89b1802c6bab3b55a772867a

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store

Shipping To:

OSCAR BRAVO
39 ROSSEVELT BLVD
EDISON, NJ 08837
US
(732)225-1818

CHANGE ADDRESS

Credit Cards:

Payment Type: VISA

Number: 4924183002604014

Expiration Date: 08 / 2009

Please Note: We have introduced a [new Golfsmith Credit Card](#). Old Golfsmith Credit Cards are no longer accepted.

Gift Cards:

To redeem a gift card, enter the gift card number below and click the "Apply" button.

Gift Card Number: PIN:

APPLY

If you are using multiple gift cards, enter one Gift Card number at a time and click the "Apply Gift Card" button. Click the "Continue" button after you have entered all gift cards.

Promotion Codes:

To use a Golfsmith Cash Card, please enter the code in the Promotion Code area below.

Have a promotion code? RECALCULATE

CONTINUE

Shop with Confidence

- ✓ 115% Low Price Guarantee
- ✓ 90-Day Playability Guarantee
- ✓ Lowest International Shipping
- ✓ No Hassle, Easy Returns
- ✓ Secure Online Ordering

Callaway TOP FLUTE scobra ODYSSEY TaylorMade adidas MAXFLI Nike Cleveland Mizuno PING ADAMSGOLF Lynx MacGregor

Store Locator | Contact Us | My Account | Track Order | About Golfsmith | Careers | Affiliates | Investor Relations | Privacy Policy | Terms of Use | Site Map

Golf Accessories | Golf Apparel | Golf Balls | Golf Carts | Golf Clubs | Custom Golf Club Fitting | Golf Gifts & Golf Games | Golf Gift Cards | Golf Gloves

Inicio

Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt

Internet 100%

ES 11:59 AM

Ingresar la Orden.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

https://www.golfsmith.com/sc_billing.php

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store

1 SIGN IN **2 BILLING INFORMATION** **3 REVIEW & SUBMIT** Need help with your order? Call 1.800.813.6897

REVIEW ORDER & SUBMIT

SUBMIT ORDER

▶ Last Step! Please verify all order information and click the 'Submit Order' button.

Items Being Shipped [Edit Order](#)

| Product Description | Quantity | | Availability | Shipping Address | Edit Address | Total Price |
|--|----------|--------------------------|--------------|---|------------------------------|-------------|
| Snake Eyes Mesh Back Cap 292177 BLU/BLK | 1 | <input type="checkbox"/> | 31-OCT-07 | 39 ROSSEVELT BLVD EDISON, NJ 08837 US | | \$19.99 |

Your Shipping Method ▶ UPS Ground - \$5.99
NOTE: Due to specific manufacturer restrictions, some products are excluded from free shipping offers and other promotions. For a complete list, go to our [exclusions](#) page.

= Gift Box This is a gift order. Please do not include prices in the packing slip.

| Shipping to: | Billing to: | Edit Address Information |
|--|--|--|
| OSCAR BRAVO 39 ROSSEVELT BLVD EDISON, NJ 08837 US (732) 225-1818 | OSCAR BRAVO 39 ROSSEVELT BLVD EDISON, NJ 08837 US (732) 225-1818 | |

Order Total [Edit Payment Information](#)

| | |
|--|----------------|
| Sub-Total | \$19.99 |
| Shipping Charge | \$5.99 |
| Sales Tax | \$0.42 |
| TOTAL | \$26.40 |
| Gift Card(s) Applied | \$0.00 |
| TOTAL CHARGES: VISA XXXX XXXX XXXX 4014 EXP 08/09.* | \$26.40 |

SUBMIT ORDER

Shop with **115% Low Price Guarantee** **90-Day Playability Guarantee** **Lowest International Shipping**

Inicio

Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt

Internet 100%

ES 12:00 PM

Orden Completa.

Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

https://www.golfsmith.com/sc_review_proc.php

File Edit View Favorites Tools Help

Golfsmith.com: Golf store

Home Stop Print Page Tools

Thank you for shopping at Golfsmith!

Your order number is 124432686.
Please print this page for your records.

What's next?
We will begin processing your order immediately.

SHIPPED ITEMS:

- We will send you an **Order Confirmation** email to oscarbravo@yahoo.com within the next 24 hours.
- You will receive a **Shipping Confirmation** email as soon as your order has been packaged and shipped.


IN STORE PICKUP ITEMS:

- Please **do not** go to the store to pickup your item(s) before you receive your **Pickup Notification** email.
- As soon as your order is ready to be picked up (usually within two hours), we will send you a **Pickup Notification** email with instructions on how to pick up your order.

TRACK YOUR ORDER:

- Please save your order number, as you will need it to track your order status.
- You can access your order status anytime by clicking on the [Track Order](#) link on the top of any golfsmith.com web page.
- Once your order ships, your information will be updated to include a shipping tracking number that can be used to track delivery.

Need Any Help?
If you experience any issues or would like to share comments or concerns with us, please [send us an email](#) or call one of our expert caddies at 1-800-813-6897 (Monday-Friday, 6 am-11 pm and Saturday-Sunday, 8 am-5 pm CST).



Done

Internet 100%

Inicio

Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt

ES 12:00 PM

Registrar Salida.



Golfsmith.com: Golf store - Windows Internet Explorer

https://www.golfsmith.com/sc_review_proc.php

Golfsmith.com: Golf store

Golfsmith
GOLF & TENNIS

1967 **40th** 2007
ANNIVERSARY

[View Shopping Cart](#)
[My Account Log Out](#)
[Store Locator](#) | [Catalogs](#)
[Track Order](#) | [Help](#)
1.800.813.6897

[GOLF STORE](#) [OUTLET](#) [PRE-OWNED](#) [CLUBMAKING](#) [DRIVE for WOMEN](#) [TENNIS](#) [CUSTOM LOGO](#)

[PLAY & LEARN](#) ▶ [Expert Advice](#) | [Player Services](#) | [Tee Times](#) | [What the Pros Play](#) | [Golf Travel](#) | [Tournament Gear](#) | [Golf Handicap](#)

Search Brands **ups \$5.99 Flat-Rate Shipping!**

FREE PERSONALIZATION ON GOLF BALLS! [START SAVING NOW! ▶](#)

Thank you for shopping at Golfsmith!

Your order number is 124432686.
Please print this page for your records.

What's next?
We will begin processing your order immediately.

SHIPPED ITEMS:

- We will send you an **Order Confirmation** email to oscarbravo@yaho.com within the next 24 hours.
- You will receive a **Shipping Confirmation** email as soon as your order has been packaged and shipped.

IN STORE PICKUP ITEMS:

- Please **do not** go to the store to pickup your item(s) before you receive your **Pickup Notification** email.
- As soon as your order is ready to be picked up (usually within two hours), we will send you a **Pickup Notification** email with instructions on how to pick up your order.

TRACK YOUR ORDER:

- Please save your order number, as you will need it to track your order status.
- You can access your order status anytime by clicking on the [Track Order](#) link on the top of any golfsmith.com web page.
- Once your order ships, your information will be updated to include a shipping tracking number that can be used to track delivery.

Internet 100%

Inicio Golfsmith.com: Golf s... Presentación1.ppt ES 12:02 PM

Confirmación orden.

Yahoo! Mail - oscarbravo@yaho.com - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowLetter?MsgId=1219_4215906_14898_1985_1044_0_138937_2209_2793688781&Idx=2&YY=99222&y5beta=yes&y5beta=y Ir Vínculos >>

Yahoo! Mail - oscarbravo@yah... + Add Tab

Date: Tue, 30 Oct 2007 11:52:33 -0600

To: oscarbravo@yaho.com

Subject: Thank you for your order!

From: "Golfsmith Customer Care" <do_not_reply@golfsmith.com> [Add to Address Book](#) [Add Mobile Alert](#)

Dear Oscar Bravo,

Thank you for choosing Golfsmith. We have received your order and will be processing it shortly. You will receive another email when your order is ready to ship. If you chose In-Store Pickup, we'll send you an email when your order is ready to be picked up.

=====

YOUR GOLFSMITH ORDER

| | |
|--------------------|-------------|
| Customer Name: | Oscar Bravo |
| Customer No: | 10537821 |
| Online Order Date: | 30-OCT-2007 |
| Order Number: | 124432686 |

| | |
|-------------------|-----------|
| Merchandise Total | \$19.99 |
| Shipping | \$5.99 |
| Tax | \$0.42 |
| Order Total | \$26.40 * |

* Note: For items that are shipped to your home, or shipped to a Golfsmith store for pickup, your credit card will be charged when the item(s) ship.
For in-stock items to be picked up at a Golfsmith store, you will be asked to present your

Confirmación orden.

Yahoo! Mail - oscarbravo@yaho... - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowLetter?MsgId=1219_4215906_14898_1985_1044_0_138937_2209_2793688781&Idx=2&YY=99222&y5beta=yes&y5beta=y Ir Vínculos >>

Y! Search Web Bookmarks My My Yahoo! Yahoo! Messenger Mail

Yahoo! Mail - oscarbravo@yah... + Add Tab

ITEMS ORDERED

Order Number: 124432686

| Product | Quantity | Description |
|----------------|--------------|--------------------------|
| Price | Availability | |
| 292177 BLU/BLK | 1 | SNAKE EYES MESH BACK CAP |
| \$19.99 | 30-OCT-2007 | |

You will receive another email with a tracking number when this order ships.

Your order will be shipped to the following shipping address:

Oscar Bravo
39 Rossevelt Blvd
Edison, NJ, 08837, US

Shipped Item Order Status:
<http://www.golfsmith.com/orderstatus.php?on=124432686&pc=08837>
Please allow a minimum of 2 hours for us to process your order before checking its status.

Have questions or need assistance?
Contact us at <http://www.golfsmith.com/csemail.php> and one of our caddies will be happy to assist you.
To ensure seamless and fast service, please include your order information in your correspondence.

Confirmación orden.

Shipped Item Order Status:
<http://www.golfsmith.com/orderstatus.php?on=124432686&pc=08837>
Please allow a minimum of 2 hours for us to process your order before checking its status.

=====

Have questions or need assistance?
Contact us at <http://www.golfsmith.com/csemail.php> and one of our caddies will be happy to assist you.
To ensure seamless and fast service, please include your order information in your correspondence.

Prefer to call us?
Call [1-800-214-5730](tel:1-800-214-5730), Monday - Friday, 8am - 8pm CST

Return Policy:
At [golfsmith.com](http://www.golfsmith.com), we want you to be completely satisfied with your purchase.
You can view our return policy at http://www.golfsmith.com/ps/display_page?page_num=returns.

Delete Reply Forward Spam Move...

[Previous](#) | [Next](#) | [Back to Messages](#) [Save Message Text](#) | [Full Headers](#)

Check Mail Compose Search Mail Search the Web

Inicio Yahoo! Messenger Yahoo! Mail - os... Nueva carpeta Microsoft PowerP... 6:31

Confirmación envío.

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the Yahoo! Mail interface for user oscarbravo@yaho.com. The browser's address bar shows the URL: <http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowFolder?rb=Inbox&reset=1&YY=70331&y5beta=yes&y5beta=yes&order=down&sort=date&pos=0>. The page features a navigation bar with 'Mail', 'Contacts', 'Calendar', and 'Notepad'. A search bar is located at the top right. Below the navigation bar, there are buttons for 'Check Mail' and 'Compose'. The main content area is titled 'Inbox' and displays a list of four messages. The first message is from 'cust.serv@Golfsmith.com' with the subject 'Golfsmith Delivery Confirmation', dated 'Tue Oct 30, 2007' and 3k in size. The second message is from 'AADVANTAGE' with the subject 'AAadvantage eSummary At Your Request', dated 'Tue Oct 30, 2007' and 21k in size. The third message is from 'Golfsmith Customer Care' with the subject 'Thank you for your order!', dated 'Tue Oct 30, 2007' and 4k in size. The fourth message is from 'Amazon.com' with the subject 'Amazon.com recommends "Targus CHCK01 PDA/Handheld Stowaway Combo Case with Dual ..."', dated 'Mon Oct 29, 2007' and 51k in size. The interface includes a left sidebar with folders like 'Inbox (3)', 'Draft', 'Sent', 'Bulk (1785)', and 'Trash'. A taskbar at the bottom shows the system clock at 6:32 and several open applications including Yahoo! Messenger and Microsoft PowerPoint.

Yahoo! Mail - oscarbravo@yaho.com - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección <http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowFolder?rb=Inbox&reset=1&YY=70331&y5beta=yes&y5beta=yes&order=down&sort=date&pos=0>

Yahoo! MAIL Classic

Search: Web Search

0% APR for 60 Months OR \$6,000 Consumer Cash Allowance on 2007 Dodge Ram 1500 (Reg. and Quad Cab) AND OTHER GREAT OFFERS ON OUR AWARD-WINNING VEHICLES

Mail Contacts Calendar Notepad Mail Upgrades - Options

Check Mail Compose Search Mail Search the Web

Hot Web Finds Daily on THE 9

Folders [Add - Edit]

- Inbox (3)
- Draft
- Sent
- Bulk (1785) [Empty]
- Trash [Empty]
- My Folders [Hide]
- bjaccessories
- oscarpersonals

Search Shortcuts

Inbox

View: All Messages Messages 1-4 of 4 First | Previous | Next | Last

Switch to the new Yahoo! Mail

| <input type="checkbox"/> | Sender | Subject | Date | Size |
|--------------------------|-------------------------|--|------------------|------|
| <input type="checkbox"/> | cust.serv@Golfsmith.com | Golfsmith Delivery Confirmation | Tue Oct 30, 2007 | 3k |
| <input type="checkbox"/> | AADVANTAGE | AAadvantage eSummary At Your Request | Tue Oct 30, 2007 | 21k |
| <input type="checkbox"/> | Golfsmith Customer Care | Thank you for your order! | Tue Oct 30, 2007 | 4k |
| <input type="checkbox"/> | Amazon.com | Amazon.com recommends "Targus CHCK01 PDA/Handheld Stowaway Combo Case with Dual ..." | Mon Oct 29, 2007 | 51k |

Check All - Clear All Messages 1-4 of 4 First | Previous | Next | Last

http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowLetter?MsgId=210_4265052_18474_1774_784_0_139322_1624_3303406406&Idx=0&YY=34598&y5beta Internet

Inicio Yahoo! Messenger Yahoo! Mail - os... Nueva carpeta Microsoft PowerP... 6:32

Confirmación envío.

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a Yahoo! Mail interface. The browser's address bar shows the URL: `http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowLetter?MsgId=210_4265052_18474_1774_784_0_139322_1624_3303406406&Idx=0&YY=34598&y5beta=yes&y5beta=yes`. The page title is "Yahoo! Mail - oscarbravo@yaho...".

The email interface includes a left sidebar with folders: "Inbox (2)", "Draft", "Sent", "Bulk (1785)", "Trash", "My Folders" (containing "bjaccessories" and "oscarpersonals"), "Search Shortcuts" (containing "My Photos" and "My Attachments"), and promotional links for "Fall TV Season", "Daily picks at the new Yahoo! TV", and "Get the top 100".

The main content area shows a message header with the following details:

- Date: Tue, 30 Oct 2007 21:00:45 -0500 (CDT)
- From: cust.serv@Golfsmith.com
- To: oscarbravo@yahoo.com
- Subject: Golfsmith Delivery Confirmation

The body of the email contains shipping information:

Order Number: 124432686
Delivery ID: 25910816
Ship Date: 30-OCT-07
Ship Method: UPS Ground
Tracking Number: 127715520361450850

Ship To Address: Oscar Bravo
39 ROSSEVELT BLVD
EDISON, NJ 08837

The email text begins with "Dear Oscar" and states: "This email is to inform you that the following item(s) have been shipped:".

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the time 6:43 and several open applications, including "Yahoo! Mail - o...", "Nueva carpeta", and "Microsoft Power...".

Confirmación envío.

Yahoo! Mail - oscarbravo@yah... - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección http://us.f324.mail.yahoo.com/ym/ShowLetter?MsgId=210_4265052_18474_1774_784_0_139322_1624_3303406406&Idx=0&YY=34598&y5beta=yes&y5beta=yes Ir Vínculos >>

Y! Search Web Bookmarks My Yahoo! Yahoo! Messenger Mail

the new Yahoo! TV

Get the top 100 music videos

Your shipment:

| Product | Quantity | Description |
|-------------------|-------------|--------------------------|
| 292177-BLU/BLK--- | 1 | SNAKE EYES MESH BACK CAP |
| \$19.99 | 30-OCT-2007 | |

Track Your Package:

<http://wwwapps.ups.com/WebTracking/processInputRequest?HTMLVersion=5.0&TypeOfInquiryNumber=T&InquiryNu>

Note: Tracking information may not be accessible online before the end of the business day.

Return Policy:

At [golfsmith.com](http://www.golfsmith.com), we want you to be completely satisfied with your purchase.

You can view our return policy at http://www.golfsmith.com/ps/display_page?page_num=returns.

Order Status:

<http://www.golfsmith.com/orderstatus.php?on=112611298&pc=78634>

Please allow a minimum of 2 hours for us to process your order before checking its status.

Order Questions:

<http://www.golfsmith.com/csemail.php> or call 1-800-214-5730 Monday - Friday, 8am - 8pm CST.

Inicio Yahoo! Messenger Yahoo! Mail - o... Nueva carpeta Microsoft Power... 6:44

Entrega confirmada.

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the UPS website. The address bar shows the URL: http://wwwapps.ups.com/etracking/tracking.cgi?tracknums_displayed=5&TypeOfInquiryNumber=T&HTMLVersion=4.0&InquiryNumber1=1Z7715520361450850&track. The page title is "UPS: Tracking Information - Microsoft Internet Explorer".

The website header includes the UPS logo, navigation links (Home, About UPS, Contact UPS, Getting Started @ UPS.com), and a search bar. The main navigation menu includes Shipping, Tracking, Freight, Locations, Support, and Business Solutions. The "Tracking" section is active, showing a list of tracking options: Track Shipments, Track by Reference, Signature Tracking, Track by E-mail, Import Tracking Numbers, Wireless Tracking, Track with Quantum View, Access Flex Global View, Integrate Tracking Tools, Void a Shipment, and Help.

The "Track Shipments" section is displayed, showing a tracking summary for a package. The tracking number is 1Z 771 552 03 6145 085 0. The status is "Delivered". The package was delivered on 11/02/2007 at 3:50 P.M. to EDISON, NJ, US via GROUND service. The tracking results were provided by UPS on 11/07/2007 at 7:46 A.M. ET.

A notice at the bottom of the page states: "NOTICE: UPS authorizes you to use UPS tracking systems solely to track shipments tendered by or for you to UPS for delivery and for no other purpose. Any other use of UPS tracking systems and information is strictly prohibited."

The browser's taskbar shows the system tray with the time 7:47 and the taskbar with icons for Inicio, Yahoo! Messenger, 3 Internet E..., Nueva carpeta, Microsoft Power..., and Internet.

ANEXO 2

LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS

Ley No. 67. R. O. Suplemento 557 de 17 de Abril del 2002.

El H. CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet, ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado;

Que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos;

Que se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura;

Que a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet, se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una ley especializada sobre la materia;

Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales; y,

En ejercicio de sus atribuciones, expide la siguiente:

LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS

ELECTRONICAS Y MENSAJES DE DATOS

TITULO PRELIMINAR

Art. 1.- Objeto de la ley.- Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta ley y su reglamento.

Art. 3.- Incorporación por remisión.- Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure en el mismo, en forma de remisión o de anexo accesible mediante un enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes.

Art. 4.- Propiedad intelectual.- Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual.

Art. 5.- Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta ley y demás normas que rigen la materia.

Art. 6.- Información escrita.- Cuando la ley requiera u obligue que la información conste por escrito, este requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, siempre que la información que este contenga sea accesible para su posterior consulta.

Art. 7.- Información original.- Cuando la ley requiera u obligue que la información sea presentada o conservada en su forma original, este requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, si siendo requerido conforme a la ley, puede comprobarse que 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.

Se considera que un mensaje de datos permanece integro, si se mantiene completo e inalterable su contenido, salvo algún cambio de forma, propio del proceso de comunicación, archivo o presentación.

Por acuerdo de las partes y cumpliendo con todas las obligaciones previstas en esta ley, se podrán desmaterializar los documentos que por ley deban ser instrumentados físicamente.

Los documentos desmaterializados deberán contener las firmas electrónicas correspondientes debidamente certificadas ante una de las entidades autorizadas según

lo dispuesto en el artículo 29 de la presente ley, y deberán ser conservados conforme a lo establecido en el artículo siguiente.

Art. 8.- Conservación de los mensajes de datos.- Toda información sometida a esta ley, podrá ser conservada; este requisito quedará cumplido mediante el archivo del mensaje de datos, siempre que se reúnan las siguientes condiciones:

- a. Que la información que contenga sea accesible para su posterior consulta;
- b. Que sea conservado con el formato en el que se haya generado, enviado o recibido, o con algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida;
- c. Que se conserve todo dato que permita determinar el origen, el destino del mensaje, la fecha y hora en que fue creado, generado, procesado, enviado, recibido y archivado; y,
- d. Que se garantice su integridad por el tiempo que se establezca en el reglamento a esta ley.

Toda persona podrá cumplir con la conservación de mensajes de datos, usando los servicios de terceros, siempre que se cumplan las condiciones mencionadas en este artículo.

La información que tenga por única finalidad facilitar el envío o recepción del mensaje de datos, no será obligatorio el cumplimiento de lo establecido en los literales anteriores.

Art. 9.- Protección de datos.- Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros.

La recopilación y uso de datos personales responderá a los derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad garantizados por la Constitución Política de la República y esta ley, los cuales podrán ser utilizados o transferidos únicamente con autorización del titular u orden de autoridad competente.

No será preciso el consentimiento para recopilar datos personales de fuentes accesibles al público, cuando se recojan para el ejercicio de las funciones propias de la administración pública, en el ámbito de su competencia, y cuando se refieran a personas vinculadas por una relación de negocios, laboral, administrativa o contractual y sean necesarios para el mantenimiento de las relaciones o para el cumplimiento del contrato.

El consentimiento a que se refiere este artículo podrá ser revocado a criterio del titular de los datos; la revocatoria no tendrá en ningún caso efecto retroactivo.

Art. 10.- Procedencia e identidad de un mensaje de datos.- Salvo prueba en contrario se entenderá que un mensaje de datos proviene de quien lo envía y, autoriza a quien lo recibe, para actuar conforme al contenido del mismo, cuando de su verificación exista concordancia entre la identificación del emisor y su firma electrónica, excepto en los siguiente casos:

a) Si se hubiere dado aviso que el mensaje de datos no proviene de quien consta como emisor; en este caso, el aviso se lo hará antes de que la persona que lo recibe actúe conforme a dicho mensaje. En caso contrario, quien conste como emisor deberá justificar plenamente que el mensaje de datos no se inició por orden suya o que el mismo fue alterado; y,

b) Si el destinatario no hubiere efectuado diligentemente las verificaciones correspondientes o hizo caso omiso de su resultado.

Art. 11.- Envío y recepción de los mensajes de datos.- Salvo pacto en contrario, se presumirá que el tiempo y lugar de emisión y recepción del mensaje de datos, son los siguientes:

a) Momento de emisión del mensaje de datos.- Cuando el mensaje de datos ingrese cuan sistema de información o red electrónica que no esté bajo control del emisor o de la persona que envió el mensaje en nombre de éste o del dispositivo electrónico autorizado para el efecto;

b) Momento de recepción del mensaje de datos.- Cuando el mensaje de datos ingrese al sistema de información o red electrónica señalado por el destinatario. Si el destinatario designa otro sistema de información o red electrónica, el momento de recepción se presumirá aquel en que se produzca la recuperación del mensaje de datos. De no haberse señalado un lugar preciso de recepción, se entenderá que ésta ocurre cuando el mensaje de datos ingresa a un sistema de información o red electrónica del destinatario, independientemente de haberse recuperado o no el mensaje de datos; y,

c) Lugares de envío y recepción.- Los acordados por las partes, sus domicilios legales o los que consten en el certificado de firma electrónica, del emisor y del destinatario. Si no se los pudiere establecer por estos medios, se tendrán por tales, el lugar de trabajo, o donde desarrollen el giro principal de sus actividades o la actividad relacionada con el mensaje de datos.

Art. 12.- Duplicación del mensaje de datos.- Cada mensaje de datos será considerado diferente. En caso de duda, las partes pedirán la confirmación del nuevo mensaje y tendrán la obligación de verificar técnicamente la autenticidad del mismo.

TITULO II

DE LAS FIRMAS ELECTRONICAS, CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRONICA, ENTIDADES DE CERTIFICACION DE INFORMACION, ORGANISMOS DE PROMOCION DE LOS SERVICIOS ELECTRONICOS, Y DE REGULACION Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACION ACREDITADAS

CAPITULO I

DE LAS FIRMAS ELECTRONICAS

Art. 13.- Firma electrónica.- Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos.

Art. 14.- Efectos de la firma electrónica.- La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba enjuicio.

Art. 15.- Requisitos de la firma electrónica.- Para su validez, la firma electrónica reunirá los siguientes requisitos, sin perjuicio de los que puedan establecerse por acuerdo entre las partes:

- a) Ser individual y estar vinculada exclusivamente a su titular;
- b) Que permita verificar inequívocamente la autoría e identidad del signatario, mediante dispositivos técnicos de comprobación establecidos por esta ley y sus reglamentos;
- c) Que su método de creación y verificación sea confiable, seguro e inalterable para el propósito para el cual el mensaje fue generado o comunicado;
- d) Que al momento de creación de la firma electrónica, los datos con los que se creare se hallen bajo control exclusivo del signatario, y,
- e) Que la firma sea controlada por la persona a quien pertenece.

Art. 16.- La firma electrónica en un mensaje de datos.-

Cuando se fijare la firma electrónica en un mensaje de datos, aquélla deberá enviarse en un mismo acto como parte integrante del mensaje de datos o lógicamente asociada a éste. Se presumirá legalmente que el mensaje de datos firmado electrónicamente conlleva la voluntad del emisor, quien se someterá al cumplimiento de las obligaciones contenidas, en dicho mensaje de datos, de acuerdo a lo determinado en la ley.

Art. 17.- Obligaciones del titular de la firma electrónica.- El titular de la firma electrónica deberá:

- a) Cumplir con las obligaciones derivadas del uso de la firma electrónica;
- b) Actuar con la debida diligencia y tomar las medidas de seguridad necesarias, para mantener la firma electrónica bajo su estricto control y evitar toda utilización no autorizada;
- c) Notificar por cualquier medio a las personas vinculadas, cuando exista el riesgo de que su firma sea controlada por terceros no autorizados y utilizada indebidamente;
- d) Verificar la exactitud de sus declaraciones;
- e) Responder por las obligaciones derivadas del uso no autorizado de su firma, cuando no hubiere obrado con la debida diligencia para impedir su utilización, salvo que el destinatario conociere de la inseguridad de la firma electrónica o no hubiere actuado con la debida diligencia;
- f) Notificar a la entidad de certificación de información los riesgos sobre su firma y solicitar oportunamente la cancelación de los certificados; y,
- g) Las demás señaladas en la ley y sus reglamentos.

Art. 18.- Duración de la firma electrónica.- Las firmas electrónicas tendrán duración indefinida. Podrán ser revocadas, anuladas o suspendidas de conformidad con lo que el reglamento a esta ley señale.

Art. 19.- Extinción de la firma electrónica.- La firma electrónica se extinguirá por:

- a) Voluntad de su titular;
- b) Fallecimiento o incapacidad de su titular;
- c) Disolución o liquidación de la persona jurídica, titular de la firma; y,
- d) Por causa judicialmente declarada.

La extinción de la firma electrónica no exime a su titular de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

CAPITULO II

DE LOS CERTIFICADOS DE FIRMA ELECTRONICA

Art. 20.- Certificado de firma electrónica.- Es el mensaje de datos que certifica la vinculación de una firma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad.

Art. 21.- Uso el certificado de firma electrónica.- El certificado de firma electrónica se empleará para certificar la identidad del titular de una firma electrónica y para otros usos, de acuerdo a esta ley y su reglamento.

Art. 22. - Requisitos del certificado de firma electrónica.- El Certificado de firma electrónica para ser considerado válido contendrá los siguientes requisitos:

- a) Identificación de la entidad de certificación de información;
- b) Domicilio legal de la entidad de certificación de información;
- c) Los datos del titular del certificado que permitan su ubicación e identificación;
- d) El método de verificación de la firma del titular del certificado;
- e) Las fechas de emisión y expiración del certificado;
- f) El número único de serie que identifica el certificado;
- g) La firma electrónica de la entidad de certificación de información;
- h) Las limitaciones o restricciones para los usos del certificado; e,
- i) Los demás señalados en esta ley y los reglamentos.

Art. 23.- Duración del certificado de firma electrónica.- Salvo acuerdo contractual, el plazo de validez de los certificados de firma electrónica será el establecido en el reglamento a esta ley.

Art. 24.- Extinción del certificado de firma electrónica.- Los certificados de firma electrónica, se extinguen, por las siguientes causas:

- a) Solicitud de su titular;
- b) Extinción de la firma electrónica, de conformidad con lo establecido en el artículo 19 de esta ley; y,
- c) Expiración del plazo de validez del certificado de firma electrónica.

La extinción del certificado de firma electrónica se producirá desde el momento de su comunicación a la entidad de certificación de información, excepto en el caso de fallecimiento del titular de la firma electrónica, en cuyo caso se extingue a partir de que

acaese el fallecimiento. Tratándose de personas secuestradas o desaparecidas, se extingue a partir de que se denuncie ante las autoridades competentes tal secuestro o desaparición. La extinción del certificado de firma electrónica no exime a su titular de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

Art. 25.- Suspensión del certificado de firma electrónica.- La entidad de certificación de información podrá suspender temporalmente el certificado de firma electrónica cuando:

- a) Sea dispuesto por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con lo previsto en esta ley;
- b) Se compruebe por parte de la entidad de certificación de información, falsedad en los datos consignados por el titular del certificado; y,
- c) Se produzca el incumplimiento del contrato celebrado entre la entidad de certificación de información y el titular de la firma electrónica.

La suspensión temporal dispuesta por la entidad de certificación de información deberá ser inmediatamente notificada al titular del certificado y al organismo de control, dicha notificación deberá señalar las causas de la suspensión.

La entidad de certificación de información deberá levantar la suspensión temporal una vez desvanecidas las causas que la originaron, o cuando mediare resolución del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en cuyo caso, la entidad de certificación de información está en la obligación de habilitar de inmediato el certificado de firma electrónica.

Art. 26.- Revocatoria del certificado de firma electrónica.- El certificado de firma electrónica podrá ser revocado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con lo previsto en esta ley, cuando:

- a) La entidad de certificación de información cese en sus actividades y los certificados vigentes no sean asumidos por otra entidad de certificación; y,
- b) Se produzca la quiebra técnica de la entidad de certificación judicialmente declarada.

La revocatoria y sus causas deberán ser inmediatamente notificadas al titular del certificado.

Art. 27.- Tanto la suspensión temporal, como la revocatoria, surtirán efectos desde el momento de su comunicación con relación a su titular; y, respecto de terceros, desde el momento de su publicación que deberá efectuarse en la forma que se

establezca en el respectivo reglamento, y no eximen al titular del certificado de firma electrónica, de las obligaciones previamente contraídas derivadas de su uso.

La entidad de certificación de información será responsable por los perjuicios que ocasionare la falta de comunicación, de publicación o su retraso.

Art. 28.- Reconocimiento internacional de certificados de firma electrónica.- Los certificados electrónicos emitidos por entidades de certificación extranjeras, que cumplieren con los requisitos señalados en esta ley y presenten un grado de fiabilidad equivalente, tendrán el mismo valor legal que los certificados acreditados, expedidos en el Ecuador. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones dictará el reglamento correspondiente para la aplicación de este artículo.

Las firmas electrónicas creadas en el extranjero, para el reconocimiento de su validez en el Ecuador se someterán a lo previsto en esta ley y su reglamento.

Cuando las partes acuerden entre sí la utilización de determinados tipos de firmas electrónicas y certificados, se reconocerá que ese acuerdo es suficiente en derecho.

Salvo aquellos casos en los que el Estado, en virtud de convenios o tratados internacionales haya pactado la utilización de medios convencionales, los tratados o convenios que sobre esta materia se suscriban, buscarán la armonización de normas respecto de la regulación de mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico, la protección a los usuarios de estos sistemas, y el reconocimiento de los certificados de firma electrónica entre los países suscriptores.

CAPITULO III

DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACION DE INFORMACION

Art. 29.- Entidades de certificación de información.- Son las empresas unipersonales o personas jurídicas que emiten certificados de firma electrónica y pueden prestar otros servicios relacionados con la firma electrónica, autorizadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, según lo dispuesto en esta ley y el reglamento que deberá expedir el Presidente de la República.

Art. 30.- Obligaciones de las entidades de certificación de información acreditadas.- Son obligaciones de las entidades de certificación de información acreditadas:

a) Encontrarse legalmente constituidas, y estar registradas en Consejo Nacional de Telecomunicaciones;

b) Demostrar solvencia técnica, logística y financiera para prestar servicios a sus usuarios;

c) Garantizar la prestación permanente, inmediata, confidencial, oportuna y segura del servicio de certificación de información,

d) Mantener sistemas de respaldo de la información relativa a los certificados;

e) Proceder de forma inmediata a la suspensión o revocatoria de certificados electrónicos previo mandato del Superintendente de Telecomunicaciones, en los casos que se especifiquen en esta ley;

f) Mantener una publicación del estado de los certificados electrónicos emitidos;

g) Proporcionar a los titulares de certificados de firmas electrónicas un medio efectivo y rápido para dar aviso que una firma electrónica tiene riesgo de uso indebido;

h) Contar con una garantía de responsabilidad para cubrir daños y perjuicios que se ocasionaren por el incumplimiento de las obligaciones previstas en la presente ley, y hasta por culpa leve en el desempeño de sus obligaciones. Cuando certifiquen límites sobre responsabilidades o valores económicos, esta garantía será al menos del 5% del monto total de las operaciones que garanticen sus certificados; e,

i) Las demás establecidas en esta ley y los reglamentos.

Art. 31.- Responsabilidades de las entidades de certificación de información acreditadas.- Las entidades de certificación de información serán responsables hasta de culpa leve y responderán por los daños y perjuicios que causen a cualquier persona natural o jurídica, en el ejercicio de su actividad, cuando incumplan las obligaciones que les impone esta ley o actúen con negligencia, sin perjuicio de las sanciones previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Serán también responsables por el uso indebido del certificado de firma electrónica acreditado, cuando éstas no hayan consignado en dichos certificados, de forma clara, el límite de su uso y del importe de las transacciones válidas que pueda realizar. Para la aplicación de este artículo, la carga de la prueba le corresponderá a la entidad de certificación de información.

Los contratos con los usuarios deberán incluir una cláusula de responsabilidad que reproduzca lo que señala el primer inciso.

Cuando la garantía constituida por las entidades de certificación de información acreditadas no cubra las indemnizaciones por daños y perjuicios, aquellas responderán con su patrimonio.

Art. 32.- Protección de datos por parte de las entidades de certificación de información acreditadas.- Las entidades de certificación de información garantizarán la protección de los datos personales obtenidos en función de sus actividades, de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de esta ley.

Art. 33.- Prestación de servicios de certificación por parte de terceros.- Los servicios de certificación de información podrán ser proporcionados y administrados en todo o en parte por terceros. Para efectuar la prestación, éstos deberán demostrar su vinculación con la Entidad de Certificación de Información.

El Conejo Nacional de Telecomunicaciones, establecerá los términos bajo los cuales las Entidades de Certificación de Información podrán prestar sus servicios por medio de terceros.

Art. 34.- Terminación contractual.- La terminación del contrato entre las entidades de certificación acreditadas y el suscriptor se sujetará a las normas previstas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Art. 35.- Notificación de cesación de actividades.- Las entidades de certificación de información acreditadas, deberán notificar al Organismo de Control, por lo menos con noventa días de anticipación, la cesación de sus actividades y se sujetarán a las normas y procedimientos establecidos en los reglamentos que se dicten para el efecto.

CAPITULO IV

DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCION Y DIFUSION DE LOS SERVICIOS ELECTRONICOS, Y DE REGULACION Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACION ACREDITADAS

Art. 36.- Organismo de promoción y difusión.- Para efectos de esta ley, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, "COMEXI", será el organismo de promoción y difusión de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico, y el uso de las firmas electrónicas en la promoción de inversiones y comercio exterior.

Art. 37.- Organismo de regulación, autorización y registro de las entidades de certificación acreditadas.- El Consejo Nacional de Telecomunicaciones "CONATEL", o la entidad que haga sus veces, será el organismo de autorización, registro y regulación

de las entidades de certificación de información acreditadas. En su calidad de organismo de autorización podrá además:

- a) Cancelar o suspender la autorización a las entidades de certificación acreditadas, previo informe motivado de la Superintendencia de Telecomunicaciones;
- b) Revocar o suspender los certificados de firma electrónica, cuando la entidad de certificación acreditada los emita con inobservancia de las formalidades legales, previo informe motivado de la Superintendencia de Telecomunicaciones; y
- c) Las demás atribuidas en la ley y en los reglamentos.

Art. 38.- Organismo de control de las entidades de certificación de información acreditadas.- Para efectos de esta ley, la Superintendencia de Telecomunicaciones, será el organismo encargado del control de las entidades de certificación de información acreditadas.

Art. 39.- Funciones del organismo de control.- Para el ejercicio de las atribuciones establecidas en esta ley, la Superintendencia de Telecomunicaciones tendrá las siguientes funciones:

- a) Velar por la observancia de las disposiciones constitucionales y legales sobre la promoción de la competencia y las prácticas comerciales restrictivas, competencia desleal y protección al consumidor, en los mercados atendidos por las entidades de certificación de información acreditadas;
- b) Ejercer el control de las entidades de certificación de información acreditadas en el territorio nacional y velar por su eficiente funcionamiento;
- c) Realizar auditorías técnicas a las entidades de certificación de información acreditadas;
- d) Requerir de las entidades de certificación de información acreditadas, la información pertinente para el ejercicio de sus funciones;
- e) Imponer de conformidad con la ley sanciones administrativas a las entidades de certificación de información acreditadas, en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio;
- f) Emitir los informes motivados previstos en esta ley;
- g) Disponer la suspensión de la prestación de servicios de certificación para impedir el cometimiento de una infracción; y,
- h) Las demás atribuidas en la ley y en los reglamentos.

Art. 40.- Infracciones administrativas.- Para los efectos previstos en la presente ley, las infracciones administrativas se clasifican en leves y graves.

Infracciones leves:

1. La demora en el cumplimiento de una instrucción o en la entrega de información requerida por el organismo de control; y,
2. Cualquier otro incumplimiento de las obligaciones impuestas por esta ley y sus reglamentos a las entidades de certificación acreditadas.

Estas infracciones serán sancionadas, de acuerdo a los literales a) y b) del artículo siguiente.

Infracciones graves:

1. Uso indebido del certificado de firma electrónica por omisiones imputables a la entidad de certificación de información acreditada;
2. Omitir comunicar al organismo de control, de la existencia de actividades presuntamente ilícitas realizada por el destinatario del servicio;
3. Desacatar la petición del organismo de control de suspender la prestación de servicios de certificación para impedir el cometimiento de una infracción;
4. El incumplimiento de las resoluciones dictadas por los Organismos de Autorización Registro y Regulación, y de Control; y,
5. No permitir u obstruir la realización de auditorías técnicas por parte del organismo de control.

Estas infracciones se sancionarán de acuerdo a lo previsto en los literales c) y d) del artículo siguiente.

Las sanciones impuestas al infractor, por las infracciones graves y leves, no le eximen del cumplimiento de sus obligaciones.

Si los infractores fueren empleados de instituciones del sector público, las sanciones podrán extenderse a la suspensión, remoción o cancelación del cargo del infractor, en cuyo caso deberán observarse las normas previstas en la ley.

Para la cuantía de las multas, así como para la gradación de las demás sanciones, se tomará en cuenta:

- a) La gravedad de las infracciones cometidas y su reincidencia;
- b) El daño causado o el beneficio reportado al infractor; y,
- c) La repercusión social de las infracciones.

Art. 41.- Sanciones.- La Superintendencia de Telecomunicaciones, impondrá de oficio o a petición de parte, según la naturaleza y gravedad de la infracción, a las entidades de certificación de información acreditadas, a sus administradores y representantes legales, o a terceros que presten sus servicios, las siguientes sanciones:

- a) Amonestación escrita;
- b) Multa de quinientos a tres mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica;
- c) Suspensión temporal de hasta dos años de la autorización de funcionamiento de la entidad infractora, y multa de mil a tres mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica; y,
- d) Revocatoria definitiva de la autorización para operar como entidad de certificación acreditada y multa de dos mil a seis mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica;

Art. 42.- Medidas cautelares, En los procedimientos instaurados por infracciones graves.- Se podrá solicitar a los órganos judiciales competentes, la adopción de las medidas cautelares previstas en la ley que se estimen necesarias, para asegurar la eficacia de la resolución que definitivamente se dicte.

Art. 43.- Procedimiento.- El procedimiento para sustanciar los procesos y establecer sanciones administrativas, será el determinado en la Ley Especial de Telecomunicaciones.

TITULO III

DE LOS SERVICIOS ELECTRONICOS, LA CONTRATACION ELECTRONICA Y TELEMATICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PUBLICOS

CAPITULO I

DE LOS SERVICIOS ELECTRONICOS

Art. 44.- Cumplimiento, de formalidades.- Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha ley.

CAPITULO II

DE LA CONTRATACION ELECTRONICA Y TELEMATICA

Art. 45.- Validez de los contratos electrónicos.- Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes 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.

Art. 46.- Perfeccionamiento y aceptación de los contratos electrónicos.- El perfeccionamiento de los contratos electrónicos se someterá a los requisitos y solemnidades previstos en las leyes y se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes.

La recepción, confirmación de recepción, o apertura del mensaje de datos, no implica aceptación del contrato electrónico, salvo acuerdo de las partes.

Art. 47.- Jurisdicción.- En caso de controversias las partes se someterán a la jurisdicción estipulada en el contrato; a falta de ésta, se sujetarán a las normas previstas por el Código de Procedimiento Civil Ecuatoriano y esta ley, siempre que no se trate de un contrato sometido a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuyo caso se determinará como domicilio el del consumidor o usuario.

Para la identificación de la procedencia de un mensaje de datos, se utilizarán los medios tecnológicos disponibles, y se aplicarán las disposiciones señaladas en esta ley y demás normas legales aplicables.

Cuando las partes pacten someter las controversias a un procedimiento arbitral en la formalización del convenio de arbitraje como en su aplicación, podrán emplearse medios telemáticos y electrónicos, siempre que ello no sea incompatible con las normas reguladoras del arbitraje.

CAPITULO III

DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRONICOS

Art. 48.- Consentimiento para aceptar mensajes de datos.- Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o

mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes.

El usuario o consumidor, al otorgar o confirmar electrónicamente su consentimiento, debe demostrar razonablemente que puede acceder a la información objeto de su consentimiento.

Si con posterioridad al consentimiento del consumidor o usuario existen cambios de cualquier tipo, incluidos cambios en equipos, programas o procedimientos, necesarios para mantener o acceder a registros o mensajes electrónicos, de forma que exista el riesgo de que el consumidor o usuario no sea capaz de acceder o retener un registro electrónico o mensaje de datos sobre los que hubiera otorgado su consentimiento, se le deberá proporcionar de forma clara, precisa y satisfactoria la información necesaria para realizar estos cambios, y se le informará sobre su derecho a retirar el consentimiento previamente otorgado sin la imposición de ninguna condición, costo alguno o consecuencias. En el caso de que estas modificaciones afecten los derechos del consumidor o usuario, se le deberán proporcionar los medios necesarios para evitarle perjuicios, hasta la terminación del contrato o acuerdo que motivó su consentimiento previo.

Art. 49.- Consentimiento para el uso de medios electrónicos.- De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y,

b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1. Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;

2. Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;

3. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,

4. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

Art. 50.- Información al consumidor.- En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o Servicio de que se trate.

En el envío periódico de mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante cadenas de mensajes, el emisor de los mismos deberá proporcionar medios expeditos para que el destinatario, en cualquier tiempo, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los mensajes de datos referidos.

La solicitud de exclusión es vinculante para el emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente ley.

El usuario de redes electrónicas, podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

CAPITULO IV DE LOS INSTRUMENTOS PUBLICOS

Art. 51.- Instrumentos públicos electrónicos.- Se reconoce la validez jurídica de los mensajes de datos otorgados, conferidos, autorizados o expedidos por y ante autoridad competente y firmados electrónicamente.

Dichos instrumentos públicos electrónicos deberán observar los requisitos, formalidades y solemnidades exigidos por la ley y demás normas aplicables.

TITULO IV DE LA PRUEBA Y NOTIFICACIONES ELECTRONICAS

CAPITULO I DE LA PRUEBA

Art. 52.- Medios de prueba.- Los mensajes de datos, firmas electrónicas, documentos electrónicos y los certificados electrónicos nacionales o extranjeros, emitidos de conformidad con esta ley, cualquiera sea su procedencia o generación, serán considerados medios de prueba. Para su valoración y efectos legales se observará lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil.

Art. 53.- Presunción.- Cuando se presentare como prueba una firma electrónica certificada por una entidad de certificación de información acreditada, se presumirá que ésta reúne los requisitos determinados en la ley, y que por consiguiente, los datos de la firma

electrónica no han sido alterados desde su emisión y que la firma electrónica pertenece al signatario.

Art. 54.- Práctica de la prueba.- La prueba se practicará de conformidad con lo previsto en el Código de Procedimiento Civil y observando las normas siguientes:

a) Al presentar un mensaje de datos dentro de un proceso judicial en los juzgados o tribunales del país, se deberá adjuntar el soporte informático y la transcripción en papel del documento electrónico, así como los elementos necesarios para su lectura y verificación, cuando sean requeridos;

b) En el caso de impugnación del certificado o de la firma electrónica por cualesquiera de las partes, el juez o tribunal, a petición de parte, ordenará a la entidad de certificación de información correspondiente, remitir a ese despacho los certificados de firma electrónica y documentos en los que se basó la solicitud del firmante, debidamente certificados; y,

c) El facsímile, será admitido como medio de prueba, siempre y cuando haya sido enviado y recibido como mensaje de datos, mantenga su integridad, se conserve y cumpla con las exigencias contempladas en esta ley.

En caso de que alguna de las partes niegue la validez de un mensaje de datos, deberá probar, conforme a la ley, que éste adolece de uno o varios vicios que lo invalidan, o que el procedimiento de seguridad, incluyendo los datos de creación y los medios utilizados para verificar la firma, no puedan ser reconocidos técnicamente como seguros.

Cualquier duda sobre la validez podrá ser objeto de comprobación técnica.

Art. 55.- Valoración de la prueba.- La prueba será valorada bajo los principios determinados en la ley y tomando en cuenta la seguridad y fiabilidad de los medios con los cuales se la envió, recibió, verificó, almacenó o comprobó si fuese el caso, sin perjuicio de que dicha valoración se efectúe con el empleo de otros métodos que aconsejen la técnica y la tecnología. En todo caso la valoración de la prueba se someterá al libre criterio judicial, según las circunstancias en que hayan sido producidos.

Para la valoración de las pruebas, el juez o árbitro competente que conozca el caso deberá designar los peritos que considere necesarios para el análisis y estudio técnico y tecnológico de las pruebas presentadas.

Art. 56.- Notificaciones Electrónicas.- Todo el que fuere parte de un procedimiento judicial, designará el lugar en que ha de ser notificado, que no puede ser otro que el casillero judicial y/o el domicilio judicial electrónico en un correo electrónico, de un abogado legalmente inscrito, en cualquiera de los Colegios de Abogados del Ecuador.

Las notificaciones a los representantes de las personas jurídicas del sector público y a los funcionarios del Ministerio Público que deben intervenir en los juicios, se harán en las oficinas que estos tuvieren o en el domicilio judicial electrónico en un correo electrónico que señalaren para el efecto.

TITULO V DE LAS INFRACCIONES INFORMATICAS

CAPITULO I DE LAS INFRACCIONES INFORMATICAS

Art. 57.- Infracciones informáticas.- Se considerarán infracciones informáticas, las de carácter administrativo y las que se tipifican, mediante reformas al Código Penal, en la presente ley.

Reformas al Código Penal

Art. 58.- A continuación del artículo 202, inclúyanse los siguientes artículos innumerados:

"Art. ...- El que empleando cualquier medio electrónico, informático o afín, violentare claves o sistemas de seguridad, para acceder u obtener información protegida, contenida en sistemas de información; para vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, o simplemente vulnerar la seguridad, será reprimido con prisión de seis meses a un año y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Si la información obtenida se refiere a seguridad nacional, o a secretos comerciales o industriales, la pena será de uno a tres años de prisión y multa de mil a mil quinientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

La divulgación o la utilización fraudulenta de la información protegida, así como de los secretos comerciales o industriales, será sancionada con pena de reclusión menor ordinaria de tres a seis años y multa de dos mil a diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Si la divulgación o la utilización fraudulenta se realizan por parte de la persona o personas encargadas de la custodia o utilización legítima de la información, éstas serán sancionadas con pena de reclusión menor de seis a nueve años y multa de dos mil a diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Art. ... - Obtención y utilización no autorizada de información.- La persona o personas que obtuvieren información sobre datos personales para después cederla, publicarla, utilizarla o transferirla a cualquier título, sin la autorización de su titular o titulares, serán sancionadas con pena de prisión de dos meses a dos años y multa de mil a dos mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica."

Art. 59.- Sustitúyase el artículo 262 por el siguiente:

"Art.- 262.- Serán reprimidos con tres a seis años de reclusión menor, todo empleado público y toda persona encargada de un servicio público, que hubiere maliciosa y fraudulentamente, destruido o suprimido documentos, títulos, programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, de que fueren depositarios, en su calidad de tales, o que les hubieren sido encomendados sin razón de su cargo".

Art. 60.- A continuación del artículo 353, agréguese el siguiente artículo innumerado:

"Art.- Falsificación electrónica.- Son reos de falsificación electrónica la persona o personas que con ánimo de lucro o bien para causar un perjuicio a un tercero, utilizando

cualquier medio; alteren o modifiquen mensajes de datos, o la información incluida en éstos, que se encuentre contenida en cualquier soporte material, sistema de información o telemático, ya sea:

1.- Alterando un mensaje de datos en alguno de sus elementos o requisitos de carácter formal o esencial;

2.- Simulando un mensaje de datos en todo o en parte, de manera que induzca a error sobre su autenticidad;

3.- Suponiendo en un acto la intervención de personas que no la han tenido o atribuyendo a las que han intervenido en el acto, declaraciones o manifestaciones diferentes de las que hubieren hecho.

4.- El delito de falsificación electrónica será sancionado de acuerdo a lo dispuesto en este Capítulo."

Art. 61.- A continuación del artículo 415 del Código Penal, inclúyanse los siguientes artículos innumerados:

"Art. ...- Daños informáticos.- El que dolosamente, de cualquier modo o utilizando cualquier método, destruya, altere, inutilice, suprima o dañe, de forma temporal o definitiva, los programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, será reprimido con prisión de seis meses a tres años y multa de sesenta a ciento cincuenta dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

La pena de prisión será de tres a cinco años y multa de doscientos a seiscientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, cuando se trate de programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, destinada a prestar un servicio público o vinculada con la defensa nacional.

Art. ...- Si no se tratare de un delito mayor, la destrucción, alteración o inutilización de la infraestructura o instalaciones físicas necesarias para la transmisión, recepción o procesamiento de mensajes de datos, será reprimida con prisión de ocho meses a cuatro años y multa de doscientos a seiscientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica."

Art. 62.- A continuación del artículo 553 del Código Penal, añádanse los siguientes artículos innumerados:

"Art. ...- Apropiación ilícita.- Serán reprimidos con prisión de seis meses a cinco años y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, los que utilizaren fraudulentamente sistemas de información o redes electrónicas, para facilitar la apropiación de un bien ajeno, o los que procuren la transferencia no consentida de bienes, valores o derechos de una persona, en perjuicio de ésta o de un tercero, en beneficio suyo o de otra persona alterando, manipulando o modificando el funcionamiento de redes electrónicas, programas informáticos, sistemas informáticos, telemáticos o mensajes de datos.

Art. ...- La pena de prisión de uno a cinco años y multa de mil a dos mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, si el delito se hubiere cometido empleando los siguientes medios:

1. Inutilización de sistemas de alarma o guarda;
2. Descubrimiento o descifrado de claves secretas o encriptadas;
3. Utilización de tarjetas magnéticas o perforadas;
4. Utilización de controles o instrumentos de apertura a distancia; y,
5. Violación de seguridades electrónicas, informáticas u otras semejantes."

Art. 63.- Añádase como segundo inciso del artículo 563 del Código Penal, el siguiente:

"Será sancionado con el máximo de la pena prevista en el inciso anterior y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, el que cometiere el delito utilizando medios electrónicos o telemáticos."

Art. 64.- A continuación del numeral 19 del artículo 606 añádase el siguiente:

"... Los que violaren el derecho a la intimidad, en los términos establecidos en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos."

DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Los certificados de firmas electrónicas, emitidos por entidades de certificación de información extranjera y acreditada en el exterior, podrán ser revalidados en el Ecuador siempre que cumplan con los términos y condiciones exigidos por la ley. La revalidación se realizará a través de una entidad de certificación de información acreditada que garantice en la misma forma que lo hace con sus propios certificados, dicho cumplimiento.

Segunda.- Las entidades de certificación de información acreditadas podrán prestar servicios de sellado de tiempo. Este servicio deberá, ser acreditado técnicamente por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones. El reglamento de aplicación de la ley recogerá los requisitos para este servicio.

Tercera.- Adhesión.- Ninguna persona está obligada a usar o aceptar mensajes de datos o firmas electrónicas, salvo que se adhiera voluntariamente en la forma prevista en esta ley.

Cuarta.- No se admitirá ninguna exclusión, restricción o limitación al uso de cualquier método para crear o tratar un mensaje de datos o firma electrónica, siempre que se cumplan los requisitos señalados en la presente ley y su reglamento.

Quinta.- Se reconoce el derecho de las partes para optar libremente por el uso de tecnología y por el sometimiento a la jurisdicción que acuerden mediante convenio, acuerdo o contrato privado, salvo que la prestación de los servicios electrónicos o uso de estos servicios se realice de forma directa al consumidor.

Sexta.- El Consejo Nacional de Telecomunicaciones tomará las medidas necesarias, para que no se afecten los derechos del titular del certificado o de terceros, cuando se produzca la revocatoria del certificado, por causa no atribuible al titular del mismo.

Séptima.- La prestación de servicios de certificación de información por parte de entidades de certificación de información acreditadas, requerirá de autorización previa y registro.

Octava.- El ejercicio de actividades establecidas en esta ley, por parte de instituciones públicas o privadas, no requerirá de nuevos requisitos o requisitos adicionales a los ya establecidos, para garantizar la eficiencia técnica y seguridad jurídica de los procedimientos e instrumentos empleados.

Novena.- Glosario de términos.- Para efectos de esta ley, los siguientes términos serán entendidos conforme se definen en este artículo:

Mensaje de datos: Es toda información creada, generada, procesada, enviada, recibida, comunicada o archivada por medios electrónicos, que puede ser intercambiada por cualquier medio. Serán considerados como mensajes de datos, sin que esta enumeración limite su definición, los siguientes documentos electrónicos, registros electrónicos, correo electrónico, servicios web, telegrama, télex, fax e intercambio electrónico de datos.

Red electrónica de información: Es un conjunto de equipos y sistemas de información interconectados electrónicamente.

Sistema de información: Es todo dispositivo físico o lógico utilizado para crear, generar, enviar, recibir, procesar, comunicar o almacenar, de cualquier forma, mensajes de datos.

Servicio electrónico: Es toda actividad realizada a través de redes electrónicas de información.

Comercio electrónico: Es toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad, a través de redes electrónicas de información.

Intimidad: El derecho a la intimidad previsto en la Constitución Política de la República, para efectos de esta ley, comprende también el derecho a la privacidad, a la confidencialidad, a la reserva, al secreto sobre los datos proporcionados en cualquier relación con terceros, a la no divulgación de los datos personales y a no recibir información o mensajes no solicitados.

Datos personales: Son aquellos datos o información de carácter personal o íntimo, que son materia de protección en virtud de esta ley.

Datos personales autorizados: Son aquellos datos personales que el titular ha accedido a entregar o proporcionar de forma voluntaria, para ser usados por la persona, organismo o entidad de registro que los solicita, solamente para el fin para el cual fueron recolectados, el mismo que debe constar expresamente señalado y ser aceptado por dicho titular.

Datos de creación: Son los elementos confidenciales básicos y necesarios para la creación de una firma electrónica.

Certificado electrónico de información: Es el mensaje de datos que contiene información de cualquier tipo.

Dispositivo electrónico: Instrumento físico o lógico utilizado independientemente para iniciar o responder mensajes de datos, sin intervención de una persona al momento de dicho inicio o respuesta.

Dispositivo de emisión: Instrumento físico o lógico utilizado por el emisor de un documento para crear mensajes de datos o una firma electrónica.

Dispositivo de comprobación: Instrumento físico o lógico utilizado para la validación y autenticación de mensajes de datos o firma electrónica.

Emisor: Persona que origina un mensaje de datos.

Destinatario: Persona a quien va dirigido el mensaje de datos.

Signatario: Es la persona que posee los datos de creación de la firma electrónica, quien, o en cuyo nombre, y con la debida autorización se consigna una firma electrónica.

Desmaterialización electrónica de documentos: Es la transformación de la información contenida en documentos físicos a mensajes de datos.

Quiebra técnica: Es la imposibilidad temporal o permanente de la entidad de certificación de información, que impide garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley y su reglamento.

Factura electrónica: Conjunto de registros lógicos archivados en soportes susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos que documentan la transferencia de bienes y servicios, cumpliendo los requisitos exigidos por las Leyes Tributarias, Mercantiles y más normas y reglamentos vigentes.

Sellado de tiempo: Anotación electrónica firmada electrónicamente y agregada a un mensaje de datos en la que conste como mínimo la fecha, la hora y la identidad de la persona que efectúa la anotación.

Décima.- Para la fijación de la pena en los delitos tipificados mediante las presentes, reformas al Código Penal, contenidas en el Título V de esta ley, se tomarán en cuenta los siguientes criterios: el importe de lo defraudado, el quebranto económico causado, los medios empleados y cuantas otras circunstancias existan para valorar la infracción.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.- Hasta que se dicte el reglamento y más instrumentos de aplicación de esta ley, la prestación del servicio de sellado de tiempo, deberá cumplir con los requisitos de seguridad e inalterabilidad exigidos para la firma electrónica y los certificados electrónicos.

Segunda.- El cumplimiento del artículo 56 sobre las notificaciones al correo electrónico se hará cuando la infraestructura de la Función Judicial lo permita, correspondiendo al organismo competente de dicha Función organizar y reglamentar los cambios que sean necesarios para la aplicación de esta ley y sus normas conexas.

Para los casos sometidos a Mediación o Arbitraje por medios electrónicos, las notificaciones se efectuarán obligatoriamente en el domicilio judicial electrónico en un correo electrónico señalado por las partes.

DISPOSICION FINAL

El Presidente de la República, en el plazo previsto en la Constitución Política de la República, dictará el reglamento a la presente ley.

La presente ley entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

REGLAMENTO A LA LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS.

Aportes de la Agenda de conectividad

Tomado del documento del consultor de CONATEL

Aporte CORPECE

Aportes FUNDACYT

Aportes CETYD

Aportes Decisión

Artículo 1. Principio General .- Toda actividad que involucre en parte o en su totalidad procesos o información en formato de tipo electrónico, y dicha información, independientemente de la fuente, técnica, tecnología, mecanismo o procedimiento aplicado, directa o indirectamente, para crearla, generarla, procesarla, enviarla, recibirla, comunicarla o archivarla, de cualquier modo, por cualquier medio y con cualquier fin, se considerarán sujetas a lo establecido en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de datos y este Reglamento sin perjuicio de las Leyes y normas que las rijan.

Artículo 2. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- A fin de viabilizar la aplicación y reconocimiento de los mensajes de datos de acuerdo a las Leyes, las instituciones del sector público desarrollarán las normas o instructivos de aplicación y tratamiento de los mismos de acuerdo a su competencia y funciones. Dichas normas o instructivos no exigirán requisitos adicionales a los establecidos para los documentos físicos a menos que sean estrictamente necesarios para la administración y reconocimiento de los mensajes de datos en formato electrónico.

No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que esté contenida en un mensaje de datos en forma directa, o como remitido o anexo al mismo.

Artículo 3. Incorporación por remisión.- Remitido o anexo en un mensaje de datos es cualquier archivo o contenido al cual se acceda a partir de un enlace o referencia incluido en el mismo mensaje de datos.

La aceptación que hacen las partes del contenido por remisión deberá ser expresada a través de un mensaje de datos que determine inequívocamente tal aceptación. En el caso de contenido incorporado por remisión a través de un enlace electrónico, se presume que tal contenido no es dinámico ni variable y por tanto la aceptación expresa de las partes se refiere exclusivamente al contenido accesible a través del enlace electrónico al momento de recepción del mensaje de datos.

En las relaciones con consumidores, es responsabilidad del proveedor asegurar la disponibilidad de los remitidos o anexos para que sean accedidos por un medio aceptable para el consumidor cuando éste lo requiera. En las relaciones de otro tipo las partes podrán acordar la forma y accesibilidad de los anexos y remitidos.

Los anexos o remisiones referidas a garantías, derechos, obligaciones o información al consumidor o que afecten en parte o en su totalidad la relación con el consumidor, deberán observar lo establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su reglamento.

Toda modificación a un anexo o remitido se notificará públicamente resaltando las diferencias entre el texto original y el modificado. En el texto modificado se deberá incluir en lugar visible y claramente accesible un enlace al contenido anterior. La notificación de modificaciones al consumidor no constituye indicación de aceptación de las mismas por su parte. Dicha aceptación, de darse, deberá ser expresa.

Cuando la Ley así lo determine para cierto tipo de información, la misma deberá estar directamente incluida en el mensaje de datos y no como anexo o remitido.

Artículo 4.- Propiedad Intelectual: Las reservas sobre propiedad intelectual se aplicarán tanto al contenido de los mensajes de datos como a los anexos incorporados

por remisión de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, su Reglamento y otras normas nacionales e internacionales aplicables.

Artículo 5. Accesibilidad de la Información.- Se considerará que un mensaje de datos, sus anexos y remitidos, son accesibles para consulta posterior cuando se puede recuperar su contenido en forma íntegra en cualquier momento empleando los mecanismos y procedimientos previstos para el efecto, los cuales deberán detallarse y proporcionarse independientemente del mensaje de datos a fin de garantizar el posterior acceso al mismo.

Las publicaciones que la Ley exija por escrito o impresas en cualquier medio, sin perjuicio de lo establecido en dicha Ley, podrán igualmente publicarse en medios electrónicos.

Artículo 6. Información Original y copias certificadas.- Los mensajes de datos y los documentos desmaterializados cuando la Ley lo determine deberán ser certificados de acuerdo al caso por un notario, autoridad competente o persona autorizada a través de la respectiva firma electrónica, mecanismo o procedimiento autorizado.

Los documentos desmaterializados se considerarán, para todos los efectos, copia del documento físico a partir del cual se generaron y deberán contener adicionalmente la indicación de que son desmaterializados o copia electrónica de un documento físico. Se emplearán y tendrán los mismos efectos que las copias impresas certificadas por autoridad competente.

Artículo 7. Integridad de un mensaje de Datos.- Salvo prueba en contrario se presume que un mensaje de datos se mantiene íntegro si está firmado electrónicamente o garantizado por cualquier procedimiento o mecanismo autorizado para el efecto.

Artículo 8. Prestación de Servicios de Conservación de mensajes de datos.- La conservación, incluido el almacenamiento y custodia de mensajes de datos podrá

realizarse a través de terceros de acuerdo a lo que establece la Ley. Los sistemas, políticas y procedimientos que permiten realizar las funciones de conservación de mensajes de datos, se denominan Registro Electrónico de Datos. Cumpliendo con los requisitos establecidos en la Ley cualquier persona puede prestar servicios de Registro Electrónico de Datos que incluyen:

- a. Conservar, almacenar y custodiar la información en formato electrónico con las debidas seguridades.
- b. Mantener la integridad de la información conservada.
- c. Permitir el acceso a la información y la reproducción de la misma cuando se requiera.
- d. Prestar servicios de respaldo y recuperación de información.
- e. Otros servicios relacionados con la conservación de los mensajes de datos.
- f. Garantizar una disponibilidad de servicio ofrecido del 99,9 %, para lo cual deberá tener sistemas de redundancia, datos y comunicaciones.

La prestación de servicios de Registro Electrónico de Datos se realizará en régimen de libre competencia y contratación. Las partes que intervengan en la contratación de este tipo de servicios podrán determinar las condiciones que regulan su relación.

La prestación del servicio de Registro Electrónico de Datos deberá observar todas las normas contempladas en la Ley y este Reglamento.

Por orden de autoridad competente podrá ordenarse a los proveedores de servicios electrónicos mantener en sus sistemas respaldos de los mensajes de datos que tramite por el tiempo que se considere necesario y hasta por un máximo de 6 meses.

Artículo 9. Responsabilidad por el contenido de los mensajes de datos.- La prestación de servicios electrónicos de cualquier tipo relacionados con comunicaciones electrónicas, registro electrónico de datos, alojamiento de sitios en medios electrónicos o servicios similares o relacionados, no implica responsabilidad sobre el contenido de los mensajes de datos por parte de quien presta estos servicios.

De acuerdo a la Ley y por orden de la autoridad competente, el órgano de control podrá ordenar la suspensión del acceso a cualquier información que se considere ilegal o que atente contra las leyes o la seguridad nacionales. El proveedor de servicios electrónicos deberá suspender el acceso al contenido de acuerdo a lo ordenado inmediatamente y en caso de no hacerlo será sancionado con sujeción a la Ley.

Artículo 10. Protección de datos.- La firma electrónica de una persona, sus claves de acceso o información de autenticación, para autorizar el ingreso a los sistemas de información que emplee o controle podrán serle requeridos por orden judicial, aun cuando se trate de datos personales o acceso a datos o comunicaciones personales, cuando se requieran para mantener o precautelar la seguridad del Estado, para garantizar la continuidad de los servicios que éste presta directa o indirectamente o en un proceso judicial. Quien se negare a entregar la información solicitada por orden judicial será sancionado de acuerdo a la Ley.

Sin una orden judicial ninguna persona podrá ser obligada a entregar información o datos personales o las claves para acceder a la misma.

Artículo 11. Procedencia e identidad de un mensaje de datos.- La verificación de la concordancia entre el emisor del mensaje de datos y su firma electrónica se realizará comprobando la vigencia y los datos del certificado de firma digital que la respalda. En otros tipos de firmas se realizará mediante la verificación de los datos acordados o requeridos para respaldo.

El aviso de un posible riesgo sobre una firma, su certificado o el mensaje de datos y sus anexos podrá ser realizado mediante cualquier tipo de advertencia que permita de manera inequívoca a quien realiza la verificación o recibe un mensaje de datos, tomar las precauciones necesarias para evitar perjuicios y prevenir fallas de seguridad.

Para efectos legales la autoridad competente podrá verificar y determinar la procedencia de un mensaje de datos a través de peritos u otros medios técnicos.

Artículo 12. Envío y recepción de los mensajes de datos.- Cumplido lo que establece la Ley, se presumirá la recepción de un mensaje de datos independientemente de que el destinatario acceda o no a su contenido, acuse o no recibo de recepción.

Artículo 13. Duración de la firma electrónica.- La firma electrónica tendrá validez de acuerdo al certificado de firma electrónica respectivo.

Artículo 14. Duración del certificado de firma electrónica.- La duración del certificado de firma electrónica se establecerá contractualmente entre el titular de la firma electrónica y la entidad certificadora de información o quien haga sus veces.

Al tratarse de certificados de firma electrónica emitidos con relación al ejercicio de cargos públicos o privados, la duración del certificado de firma electrónica no podrá exceder el tiempo de duración de dicho cargo público o privado.

Artículo 15. Extinción del certificado de firma electrónica.- Un certificado de firma electrónica emitido con relación al ejercicio de cargos públicos o privados se extinguirá al terminar por cualquier causa el ejercicio del cargo público o privado en relación al cual se emitió el certificado de firma electrónica.

Las instituciones públicas designarán la (s) persona (s) debidamente autorizadas para administrar la emisión, uso y extinción de certificados electrónicos al interior de cada institución, para lo cual actuarán en conformidad con sus funciones y atribuciones legales.

El fallecimiento, plagio o desaparición de una persona debe ser legalmente declarada para solicitar la extinción del certificado de firma electrónica la misma que será efectiva desde el instante en que se declare haya acontecido el fallecimiento, plagio o desaparición.

Se aceptará como causa de extinción del certificado de firma electrónica la incapacidad judicialmente declarada de su titular.

Artículo 16. Suspensión del certificado de firma electrónica.- Una vez ordenado por el CONATEL el levantamiento de la suspensión temporal de un certificado de firma electrónica la entidad de certificación deberá proceder de inmediato a habilitarlo. El incumplimiento de esta disposición se considerará una falta grave de la entidad de certificación de información.

Artículo 17. Listas de revocación.- Las entidades de certificación de información proporcionarán mecanismos automáticos de acceso a listas de certificados revocados o suspendidos. Cuando la verificación de la validez de los certificados de firma electrónica no sea posible de realizar en tiempo real, la entidad de certificación de información comunicará de este hecho tanto al emisor como al receptor del mensaje de datos.

Los períodos de actualización de las listas de certificados suspendidos, revocados o no vigentes por cualquier causa se establecerán contractualmente.

Artículo 18. Reconocimiento internacional de certificados de firma electrónica.- Los certificados de firma electrónica emitidos en el extranjero tendrán validez legal en Ecuador una vez comprobada la solvencia técnica de quien los emite, de acuerdo al reglamento de Infraestructura de Clave Pública que dictará el CONATEL y se demuestre la autenticidad y exactitud de los datos que contiene.

Artículo 19. Régimen de acreditación de entidades de certificación de información.- Para obtener autorización de operar directamente o por terceros en Ecuador, las entidades de certificación de información deberán registrarse en CONATEL de acuerdo con el Reglamento respectivo.

Los certificados de firma electrónica emitidos por las entidades de certificación de información que, además de registrarse, se acrediten voluntariamente en CONATEL, tienen carácter probatorio.

Las entidades que habiéndose registrado y obtenido autorización para operar en Ecuador no se acrediten en CONATEL, tendrán la calidad de entidades de certificación de información no acreditadas. Deberán informar de esta condición a quienes soliciten

o hagan uso de sus servicios y a solicitud de autoridad competente deberán probar la validez técnica de los certificados que emiten.

CONATEL dictará los Reglamentos necesarios para registrar y acreditar a las entidades de certificación de información.

Artículo 20. Responsabilidades de las entidades de certificación de información.-

Es responsabilidad de la entidad certificadora de información o quien haga sus veces verificar la autenticidad y exactitud de todos los datos que consten en el certificado de firma electrónica.

El organismo de control podrá requerir en cualquier momento de la entidad de certificación de información o del titular del certificado de firma electrónica los documentos de respaldo que confirmen la autenticidad y exactitud de los datos que contiene.

La falta de respaldo legal de los datos consignados en el certificado de firma electrónica será causa para suspenderlo y sancionar de acuerdo a la Ley a quien emitió el certificado.

Artículo 21. Protección de datos por parte de las entidades de certificación de información.- Las entidades de certificación de información no almacenarán claves de acceso a información o cualquier otra información que les permita reproducir la firma electrónica o las claves de sus usuarios.

El incumplimiento de esta disposición se considerará infracción grave y se sancionará de acuerdo a lo previsto en la Ley.

Artículo 22. Prestación de servicios de certificación por parte de terceros.- Los terceros autorizados para proporcionar o administrar servicios de certificación de información en todo o en parte se denominarán entidades de registro de información. Su operación estará sujeta al Reglamento que emitirá el CONATEL.

Para la operación de una entidad de registro en Ecuador, éstas deberán demostrar una relación contractual con la entidad de certificación de información y ambas entidades deberán registrarse en CONATEL.

Las entidades de Registro estarán sujetas a los mismos controles que las entidades de certificación de información en lo que sea aplicable a ellas.

Las actividades de las entidades de registro estarán relacionadas con la prestación de uno o más de los siguientes servicios:

- a. Recepción de solicitudes para emitir firmas electrónicas y certificados de firma electrónica.
- b. Verificación de los datos que constarán en el certificado de firma electrónica.
- c. Contratación y gestión administrativa para la emisión del certificado de firma electrónica.
- d. Gestión de la generación de firma electrónica por parte de la entidad de certificación de información.
- e. Administración de certificados de firma electrónica y de los documentos de soporte para su emisión.
- f. Instalación y capacitación
- g. Mantenimiento y soporte técnico relacionados con certificados de firma electrónica.
- h. Otros servicios autorizados contractualmente por la entidad de certificación de información.

De acuerdo con el respectivo reglamento, CONATEL emitirá un título habilitante para cada entidad de registro o certificación de información en el cual constarán los servicios que la entidad está autorizada a prestar. Dicho título habilitante se exhibirá en lugar visible en las oficinas de la entidad y en el contrato que se suscriba con el usuario deberá constar obligatoriamente como un anexo copia del mismo.

Una entidad de certificación o quien haga sus veces o le represente, no podrá prestar ningún servicio no expresamente autorizado por el CONATEL.

Quienes sin la debida autorización realicen funciones propias de las entidades de certificación autorizadas o de terceros autorizados, estarán sujetas a las sanciones que establece la Ley.

Artículo 23. Envío de Mensajes de datos no solicitados.- El envío periódico de información, publicidad o noticias promocionando productos o servicios de cualquier tipo observará las siguientes condiciones para no ser considerado ilegal:

- a. Todo Mensaje de datos periódico deberá incluir mecanismos de suscripción y de eliminar la suscripción.
- b. Se deberá incluir una nota indicando el derecho del receptor a solicitar se le deje de enviar información no solicitada.
- c. Inmediatamente de recibido por cualquier medio la solicitud del destinatario para eliminar la suscripción del servicio o expresando su deseo de no continuar recibiendo mensajes de datos periódicos, el emisor deberá cesar el envío de los mismos a la dirección electrónica correspondiente.
- d. Deberá contener información clara del remitente que permita determinar inequívocamente el origen del mensaje de datos.
- e. A solicitud del destinatario se deberá eliminar toda información que de él se tenga en bases de datos o en cualquier otra fuente de información empleada para el envío de mensajes de datos periódicos u otros fines no expresamente autorizados por el titular de los datos.

Las solicitudes de no envío de mensajes de datos periódicos, se harán directamente por parte del titular de la dirección electrónica de destino.

Los proveedores de servicios electrónicos o comunicaciones electrónicas, a solicitud de cualquiera de sus titulares de una dirección electrónica afectado por el envío periódico de mensajes de datos no solicitados, procederán a notificar al remitente de dichos correos sobre el requerimiento del cese de dichos envíos y de comprobarse que el remitente persiste en enviar mensajes de datos periódicos no solicitados podrá bloquear el acceso del remitente a la dirección electrónica afectada.

La insistencia, comprobada por el órgano de control, en el envío de mensajes de datos periódicos a una dirección electrónica que expresamente ha solicitado el cese de los mismos, se sancionará por parte de dicho órgano de control de acuerdo a las siguientes condiciones:

- a. Por primera vez con amonestación escrita que deberá ser publicada en lugar visible en el sitio web del remitente o en caso de no disponer de tal sitio en lugar visible en el domicilio del mismo.
- b. En caso de persistencia en el envío de mensajes de datos periódicos no solicitados a una dirección electrónica que ha solicitado el no envío de dichos mensajes el órgano de control procederá a ordenar el bloqueo de la dirección del remitente en todos los proveedores de servicios de comunicación electrónica en Ecuador. Se bloqueará exclusivamente la dirección de la cual provienen los mensajes de datos no solicitados y otras que puedan emplearse para redireccionar dichos mensajes de acuerdo al criterio y resolución técnica sustentada del órgano de control la misma que deberá incluir los elementos probatorios y comunicarse al remitente de los mensajes por cualquier medio. Ninguna sanción del órgano de control por el envío periódico de mensajes de datos no solicitados podrá afectar a terceros.

Artículo 24. Requisitos de sitios para prestación de servicios electrónicos.- Para garantizar la eficiencia técnica y seguridad jurídica de los procedimientos e instrumentos empleados, los proveedores de servicios electrónicos proporcionarán sitios seguros para las transacciones con sus clientes y usuarios. En la promoción de dichos servicios por cualquier medio, se colocará una referencia o enlace para que el consumidor pueda acceder a detalles claros del nivel de seguridad ofrecido, así como de las políticas de privacidad y otras condiciones que le afecten.

Al acceder a servicios electrónicos que involucren el intercambio de datos sensibles del consumidor o usuario de dichos servicios electrónicos, se deberá informar en tiempo real al consumidor sobre condiciones como el nivel de seguridad ofrecido y las responsabilidades, garantías y respaldos que el proveedor le ofrece, para garantizar la transacción o el intercambio de datos. Estas condiciones no podrán ser inferiores a las requeridas por las Leyes de acuerdo al tipo de servicio electrónico a prestar.

Se consideran datos sensibles del consumidor sus datos personales, información financiera de cualquier tipo como números de tarjetas de crédito, o similares que involucren montos de dinero o datos a través de los cuales puedan cometerse fraudes o ilícitos que le afecten.

Los sitios que por permitirlo la Ley no dispongan de seguridades, certificaciones o mecanismos para garantizar la confiabilidad de las transacciones o intercambio de datos con los consumidores o usuarios, deberán informarlo en tiempo real al consumidor o usuario indicando claramente el tipo de riesgo a que se somete y permitiendo que pueda escoger entre continuar o detener la transacción o el intercambio de datos.

El órgano de control se encargará de verificar el cumplimiento de estas disposiciones para lo cual exigirá que los proveedores de servicios electrónicos se registren, exclusivamente con este fin, consignando los datos de acceso al sitio desde el cual se prestan los servicios electrónicos que ofrece y la información de contacto administrativa, del representante legal y técnica del proveedor.

El organismo de control realizará periódicamente un análisis de los proveedores de servicio electrónico para verificar el registro de los mismos y podrá solicitar de oficio o motivado por requerimientos de los usuarios o consumidores el registro de los proveedores que no se encuentren debidamente registrados.

Por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en el presente artículo o por falta de veracidad o exactitud en la información sobre seguridades, certificaciones o mecanismos para garantizar la confiabilidad de las transacciones o intercambio de datos ofrecida al consumidor o usuario, el organismo de control podrá exigir al proveedor de los servicios electrónicos la rectificación necesaria y en caso de reiterarse el incumplimiento o la publicación de información falsa o inexacta, podrá ordenar la suspensión del acceso al sitio con la dirección electrónica del proveedor de servicios electrónicos mientras se mantengan dichas condiciones.

CONSIDERO QUE ESTOS ARTICULOS SE DEBEN INCORPORAR EN EL REGLAMENTO EN EL LUGAR ADECUADO.

Artículo 53.- De las Auditorias: La Autoridad de Control con la participación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones y las Cámaras de la Producción y Comercio, diseñará un sistema de auditoria para evaluar periódicamente la confiabilidad y calidad de los sistemas utilizados, la integridad, confidencialidad y disponibilidad de los datos, como así también el cumplimiento con las especificaciones del manual de procedimientos, políticas de certificación y las medidas de seguridad y de contingencia aprobados por el Organismo de Regulación.

La Autoridad de Control podrá implementar el sistema de auditoria por sí o por terceros habilitados a tal efecto. Las auditorias deben como mínimo evaluar la confiabilidad y calidad de los sistemas utilizados, la integridad, confidencialidad y disponibilidad de los datos, como así también el cumplimiento con las especificaciones del manual de procedimientos políticas de certificación y los planes de seguridad y de contingencia aprobados por el Organismo de Regulación.

Las Auditorias generarán gastos administrativos que serán cubiertos por las entidades de certificación acreditadas mediante el pago de una tasa por cada auditoria realizada.

Artículo 54.- Requisitos para ejercer la auditoria informática. Podrán ser terceros habilitados para efectuar las auditorias las Universidades y organismos o Asociaciones científicos y/o tecnológicos nacionales o internacionales, que acrediten experiencia profesional acorde en la materia.

Artículo 55. Empresas Auditoras informáticas: Para ejercer la auditoria se deberá contar con una calificación como auditora de acuerdo con la legislación nacional o calificarse como auditora informática ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

En caso de tratarse de entidades de certificación que requieran o utilicen infraestructura de firma electrónica o servicios tecnológicos prestados desde el extranjero, la auditoria podrá ser realizada por una persona o entidad facultada para realizar este tipo de auditorias en el lugar donde se encuentra la infraestructura de

firma electrónica, 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, El Organismo de Control podrá hacer uso de firmas de auditorías extranjeras, siempre y cuando el informe cumpla con las instrucciones impartidas por el Organismo de Regulación y la firma auditora se encuentre facultada para realizar este tipo de auditorías en su país de origen.

No podrán prestar los servicios de Auditoría quienes presten servicios de Certificación de Información o personas o empresas relacionadas con las Entidades de Certificación de Información Acreditadas.