

COMERCIO ELECTRONICO^(*)

Un breve acercamiento

*Dr. Jorge Enrique Romero-Pérez^(**)*

Catedrático de la Facultad de Derecho
Universidad de Costa Rica

Profesor de Derecho Económico Internacional

(*) Ponencia al IX Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática (San José, Costa Rica: 1 al 5 de abril 2002; exposición hecha el jueves 4 de abril).

(**) e-mail: jorgerp@hotmail.com; y, jorgerp9@yahoo.com.
Telfax (506) 250-1160; y, (506) 259-4844
Apartado postal 1264 Y Griega 1011, San José Costa Rica

SUMARIO:

Introducción

1. Generalidades
2. Definición
3. Tipos de comercio electrónico
4. Aspectos sobresalientes del comercio electrónico
5. Legislación
 - A. Código de Comercio
 - B. Ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
6. Firma digital
 - A. Definiciones
 - B. Países que han aceptado la firma digital
 - C. Legislación
 - a. Código de Comercio
 - b. Ley digital del Estado de Utah, 1995
 - c. Ley modelo de la Comisión de Naciones Unidas sobre Derecho Mercantil Internacional
 - D. Principales temores de los consumidores españoles
 - E. Obligaciones del proveedor o vencedor
 - F. Derechos del consumidor

A modo de conclusión

Minibibliografía en web

INTRODUCCION

Con el desarrollo de la *informática y la electrónica*, el mundo de las comunicaciones y de los negocios se ha revolucionado, adquiriendo una velocidad y masificación de las operaciones financieras y de todo orden, nunca antes vista en el Mundo.

Estamos en una sociedad *virtual de la información* mediante los mecanismos electrónicos de negociar, entre otros efectos y dimensiones. Por ello se habla del comercio electrónico.

Este **comercio electrónico** se sostiene de una *red* que se dice es global, abierta, difusa e ingobernable.

En este mismo sentido el tema de la **firma electrónica o digital** (en nuestro país existe un proyecto de ley en la Asamblea Legislativa) es de suyo relevante en esta sociedad de la red. Esta *firma* es el conjunto de datos electrónicos o asociados funcionalmente con ellos, utilizados como medio para identificar al autor o autores del documento que la recoge.

1. GENERALIDADES

Comercio electrónico y tarjetas electrónicas: comercio anónimo

Con el comercio electrónico (*e-business*) por *internet*, desaparece la maquineta donde se pasaba la tarjeta electrónica para su chequeo financiero, no se entrega copia del *voucher* ni se firma.

Con ello, tiende a desaparecer la tarjeta plástica y su función de identificación física frente al comerciante o su representante, del usuario de la tarjeta. Tampoco, el cliente conoce al comerciante ni tiene a su disposición mecanismos rápidos y directos para enmendar errores de la compra o neutralizarla; o, evitar que le sigan corriendo los cobros, salvo los medios que tiene el cliente de ir a la entidad financiera de la tarjeta para hacer el reclamo de la compra o de los cobros o de los intereses, etc., bloqueando la respectiva tarjeta o cambiando el número de ella.

El medio y sistema operativos son hostiles para el usuario de la tarjeta o consumidor, en donde en la mayoría de las veces lleva las de perder, a pesar de la legislación en materia de *protección al consumidor*, dado que los factores reales que inciden en la aplicación efectiva de la legislación, la hacen nugatoria.

La **tendencia comercial** es hacia la eliminación de las tarjetas electrónicas y en su lugar implantar **microchips** o micro circuitos en el dedo anular de la mano derecha de los usuarios.

*Este proyecto lo está construyendo Mastercard de Europa - VISA con Microsoft. La pretensión u objetivo es incorporar en estos chips información sobre fecha de nacimiento, tipo de sangre, huellas dactilares, código genético, etc. Este proyecto recuerda la visión de vigilancia sobre los seres humanos a cargo del estado (el Estado policía o vigilante) o de las empresas del sector privado para los fines que quieran, manipulando al ser humano y convirtiéndolo en un títere y esclavo de la informática, de los intereses confesados y ocultos estatales y empresariales, con fines policíacos, militares, comerciales, etc. Este futuro es macabro y debe ponerse el límite que el ser humano demande para la protección de su vida, integridad y dignidad. Esto es sumamente peligroso para la libertad, integridad y dignidad de las personas (Hernández, Cynthia, *El uso de la tarjeta de crédito como medio de pago alternativo al crédito documentario en la compraventa internacional de mercancías. El caso de la compraventa en línea o internet*, San José, tesis de licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica, págs. 238- 295, 1997).*

En algunos países de Europa, funciona en los comercios una maquinita en la cual se pasa la tarjeta de crédito y a la vez hay una tecla de color verde, la cual debe ser accionada por el dedo índice del tarjetahabiente.

Actualmente con el **banco de datos** gigantesco que manejan los gobiernos y las empresas nacionales y supranacionales (transnacionales) de las personas, se da el panóptico de que habló **Jeremías Bentham** (*filósofo y economista inglés, 1748 - 1832; El panóptico*, Madrid: Eds. La piqueta, 1979, *in toto*). Es el *ojo del Poder* político, comercial, religioso, financiero, jurídico, etc., volcado sobre la vida privada del ser humano, en donde nada queda privado todo queda expuesto y a disposición de los empresarios del sector público y del sector privado para lo que les dé la gana hacer, en perjuicio directo e inmediato de la persona.

Panóptico: construcción circular con una torre de vigilancia en el centro para tener a los presos bajo control día y noche. Es un establecimiento para guardar a los presos con más seguridad y economía (**Jeremías Bentham**, *op. cit*, pág. 33, 1979).

El efecto mayor del **panóptico** es inducir en el preso o detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del Poder, a la vez que provoca un placer en espiar y castigar, de parte de los agentes del Poder (Michel Foucault, filósofo francés, 1926-1984; *Vigilar y castigar*, México: Siglo XXI, págs. 205-206, 1978).

2. DEFINICIÓN

El **comercio electrónico** es el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega en línea de bienes intangibles o en un pedido electrónico de bienes tangibles.

Este **comercio electrónico**:

- * Es la producción, publicidad, venta y distribución de productos vía redes de telecomunicaciones (*World Trade Organization*, 1998),
- * Es la conducción de actividades de negocios por medio de comunicaciones y tecnología de todo tipo (*Electronic Commerce in Canada*, 1998),
 - Comercio conducido vía un mecanismo de comunicación electrónico (*Consejo de Negocios entre Japón y Estados Unidos de América*, 1999),
- * Comercio que incluye la producción, publicidad, venta y distribución de productos por medios electrónicos basados en el procesamiento y transmisión de datos digitalizados (*International Telecommunication Union*, 1999),
- * Este comercio abarca las transacciones financieras y comerciales realizadas *electrónicamente* y por ende las ventas a minoristas consumidores en las cuales las transacciones y los pagos se llevan a cabo en redes abiertas como **internet** (*Organization for Economic Cooperation and Development*, 1999),
- * *Negocio electrónico (e-business)* es cualquier proceso que una organización lleva a cabo mediante una red de computadoras, siendo el comercio electrónico cualquier transacción completada

mediante una red de computadoras e incluye la transferencia de derechos de la propiedad o de derechos de bienes o servicios. Las redes de computadoras son dispositivos de enlace electrónico que comunican interactivamente a través de canales de red (*Gobierno de los Estados Unidos de América*, 1999) (Sarra, Andrea *Comercio electrónico y derecho*, Buenos Aires: Astrea, págs. 279 a 283, 2001).

El tema de la **protección al consumidor** es clave en esta clase de contratos, al igual –por supuesto– que en los restantes figuras negociales. Empero, la modalidad de estos negocios electrónicos le da una sensibilidad especial, dado que la presencia de las partes es virtual; no, real.

3. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1) *Busines to busines*: de empresa a empresa

Este tipo consiste en una comunicación directa entre las empresas; pudiendo reestructurarse la cadena de producción entre ellas, para que los suministros se manejen de una forma más rápida y eficiente.

2) *Busines to consumer*: de empresa al consumidor.

Se logra una mayor eficiencia y rapidez en la comunicación entre las empresas y los consumidores en el mercado mundial, lo cual fortalece el comercio internacional.

3) *Directo*: entrega en línea de bienes intangibles. Director se llama porque la transacción como la entrega del bien se realiza directamente a través de *internet*. Ejemplos: compra de música, software, servicios profesionales o técnicos.

4) *Indirecto*: pedido electrónico de bienes tangibles. Se realiza en línea (*on line*) la negociación; siendo la entrega del bien, de modo material o real (Knorr, Jolene y Marcelo Roldán, *La protección del consumidor en el comercio electrónico*, IJSA, págs. 59 a 63, 2001).

Contrato de hosting (*host*: huésped, hospedero): *aquel por el cual se contrata el servicio por el que una empresa gestiona y realiza el mantenimiento de los archivos web de internet. Estos contratos son de adhesión, no negociados individualmente, en el que las condiciones de la prestación del servicio se establecen para todos* ([www.vlex.com/redi/No. 41](http://www.vlex.com/redi/No.41), diciembre 2001, **Contratos de hosting**, Javier Prenafeta).

4. ASPECTOS SOBRESALIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

La *transnacionalización de sus efectos*, es decir que los límites políticos y geográficos no significan nada en entornos digitales.

Esta característica, en realidad, es compartida por todas las actividades en las redes.

La *ausencia de grandes barreras de entrada* que posibilita el surgimiento de organizaciones virtuales o el ofrecimiento de bienes y servicios a través de Internet por parte de empresas que no estén sujetas a controles adecuados o que podrán carecer de patrimonios suficientes en el caso de tener que responder por el daño.

La *urgencia de implementar un eficiente sistema de resolución o de disputas* a escala internacional en transacciones de pequeños montos.

Como ya hemos dicho, en los acuerdos por montos considerables se pactan los tribunales y la legislación a los que se someterán las partes en caso de conflicto.

Pero cuando las transacciones son por pequeñas sumas (p.ej., la compra de un libro o de *software* a través de Internet), las partes, generalmente, no pactan a ese nivel de detalle.

La *necesidad de adecuación de las legislaciones* que requiere el medio digital, debido a que estos entornos han transmutado conceptos tradicionales e incorporado otros, por lo que no puede considerárselos incluidos en las normativas vigentes.

El requerimiento de una *elaboración coordinada de principios sobre la materia a escala internacional*. Al tener como objetivo el

crecimiento del comercio electrónico, deben incluir principios generales sobre políticas internacionales encaminadas a tornar confiables los medios digitales para el pleno desarrollo de la sociedad de la información.

Obviamente, ello es así porque se ha cambiado la concepción primigenia del *comercio electrónico* debido a que las redes abiertas, con sus protocolos independientes, permiten un mejor amalgamamiento de algunas de las formas que constituían el *comercio electrónico* originario (Sarra, *op.cit.*, pág. 287, 2001).

5. LEGISLACIÓN

A. Código de Comercio

Artículo 411:

Los contratos de comercio no están sujetos, para su validez, a formalidades especiales, cualesquiera que sean la forma, el lenguaje o idioma en que se celebren, las partes quedarán obligadas de manera y en los términos que aparezca que quisieron obligarse.

De ahí que los contratos electrónicos son plenamente aceptables. Quedando, como todo asunto jurídico, a un problema de *prueba*, en caso de disputa. (cf. Knorr y Roldán, *op.cit.*, págs. 57 a 71).

B. Ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional

(Resolución 51/162 de la Asamblea General del 16 de diciembre de 1996, sobre el **Comercio Electrónico**).

Artículo 1. Ambito de aplicación

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

Artículo 2. Definiciones

a) Mensaje de datos

La información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax.

Artículo 3. Interpretación

- 1) *En la interpretación de la presente ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional y la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.*
- 2) *Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente ley y que no estén expresamente resueltas en ella, serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira.*

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

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

6. FIRMA DIGITAL

A. DEFINICIONES

a. Firma digital o electrónica

La firma digital:

- * Es el conjunto de datos, en forma electrónica, anejos a otros datos electrónicos asociados funcionalmente con ellos, utilizados como medio para identificar formalmente al autor o autores del documento que la recoge.
- * Es un conjunto de datos que se añaden al contenido de una transmisión y permiten que el receptor pueda comprobar la integridad de la información enviada y la veracidad de la fuente.
- * Se ha asociado con una determinada tecnología. Ha sido creada usando un sistema de criptografía asimétrica o de clave pública, la que básicamente funciona en base a un par de claves asociadas: una clave privada y una clave pública.

- * Es el resultado de *encriptar* (codificar), empleando una clave privada, un conjunto de datos que son el resultado de aplicar a un documento o mensaje una función *hash* (procedimiento capaz de generar una representación simbólica, matemática del original).
- * Consiste en la utilización de un método de encriptación llamado asimétrico o de clave pública. Este método consiste en establecer un par de claves asociadas a un sujeto, una pública, conocida por todos los sujetos intervinientes en el sector; y, otra privada, sólo conocida por el sujeto dado (Carlino, Bernardo, ***Firma digital y derecho societario electrónico***, Santa Fe –Argentina–, Ed. Rubinzal-Culzoni, págs. 40 a 43, 1998).

*Podemos comprender la **firma digital** como un bloque de caracteres que acompaña un documento, acreditando quién es su autor y que no ha existido ninguna manipulación posterior de los datos* (Echegaray, Edgar, ***Comercio electrónico y una necesaria regulación para la protección de los derechos del consumidor***, San José: tesis de Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica, pág. 59, 2001).

b) Certificado digital

Es una estructura de datos empleada dentro de un sistema de clave pública para ligar a una persona determinada con una clave pública única y creada conforme a ciertos estándares reconocidos. Un **certificado digital** contiene el nombre del usuario, su clave pública, un número de serie y una fecha de expiración (Hess, Christian, pág. 4, 2001).

c) Firma electrónica avanzada

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.

d) Signatario

Es la persona física que cuenta con un dispositivo de creación de firma y que actúa en nombre propio o en el de una persona física o

jurídica a la que representa (*Legislación de comercio electrónico*, Madrid: Tecnos, 2001, Decreto-ley No. 14 del 14 de setiembre de 1999, págs. 263-264; Hernández, Cynthia, *El uso de la tarjeta de crédito como medio alternativo al crédito documentario en la compraventa internacional de mercancías. El caso de la compraventa en línea o internet*. San José: tesis de Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica, pág. 285, 1997).

e) **Firma electrónica**

Es cualquier sonido, símbolo o proceso electrónico, que permite al receptor de un documento electrónico identificar al menos formalmente a su autor.

Si bien son conceptos que suelen confundirse, la relación existente entre ellos es de género (*firma electrónica*) a la especie (*firma digital*) (www.vlex.com, De Paladella - Guasch, 08/11/01).

f. **Criptología**

Viene del griego, *cripto*: oculto. Se define como aquella ciencia que estudia la ocultación, disimulación o cifrado de la información, así como el diseño de sistemas que realicen dichas funciones.

g) **Criptografía**

Datos, texto e imágenes. Es el arte de escribir con clave secreta o de un modo enigmático (Alfonso Arce y Federico Díaz, *La firma digital*, www.v2.vlex.com.es.; Mauricio Devoto y Horacio Lynch, *Banca, Comercio, moneda electrónica y firma digital*, www.v2.vlex.com.es).

h) **Criptofonía**: voz oculta o secreta

i) **Criptoanálisis**

Ciencia que estudia los pasos y operaciones orientados a transformar un *criptograma* en el texto claro original pero sin conocer inicialmente el sistema cifrado utilizado y / o la clave (Ramos, pág. 3, 1999).

Detienen a un hombre acusado de realizar compras *on-line* con los números de tarjetas de otras personas que acudían a su empresa y efectuaban alguna compra. Posteriormente, el empresario utilizaba esos números de tarjetas para hacer compras desde su propio ordenador (PC) (Madrid: redacción de la *Revista Vlex de Derecho penal*, No. 10, 3 octubre del 2001, www.Vlex.com).

B. PAISES QUE HAN ACEPTADO LA FIRMA DIGITAL

Entre algunos de los países que han aprobado legislación sobre firma digital, están:

Alemania (1997), Australia (2000), Austria (1999), Canadá (2000), Colombia (2001), Corea del Sur (1999), España (2000), India (2000), Italia (1997), Japón (2000), Malasia (1997), México (2000), Perú (2000), Singapur (1998) (Sarra, págs. 378 a 388, 2001).

Nuestro país, en este año, tiene presentado un proyecto sobre *firma digital* y *certificados digitales* en el Poder Legislativo (*expediente No. 14.276*) que a grandes rasgos sigue la Ley modelo sobre firmas digitales de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, peca de omiso y de falta de rigurosidad en algunos extremos (Christian Hess, *Firma digital, ya*, **La Nación**, 24 de agosto del 2001; Echegaray, *op. cit.*, págs. 156 a 160, 2001).

C. LEGISLACIÓN

a. Código de Comercio

Artículo 414:

La firma reproducida por algún medio mecánico NO se considerará eficaz. Salvo los negocios, actos o contratos en que la ley o el uso lo admitan, especialmente, cuando se trate de suscribir valores emitidos en número considerable.

Criterio de la Procuraduría General de la República
(Dictamen C – 283-98 del 24 de diciembre de 1998):

*No es posible el reconocimiento con valor jurídico en nuestro medio de la **firma digital**.*

De acuerdo a la redacción del citado numeral 414, esta **firma digital** puede ser admitida cuando los usos o costumbres comerciales así lo permitan y requieran (cit., Knorr y Roldán, págs. 74, 75).

b. Ley de firma digital del Estado de UTAH, 1995

Esta ley del 27 de febrero de 1995, entró en vigor el 1º de mayo de ese año, de acuerdo con el artículo VI, Sección 25 de la Constitución de

Utah; siendo el primer sistema legal en el mundo que adoptó un estatuto que abarcaba el comercio electrónico utilizando la firma digital. Esta ley, parte de la base de que un documento electrónico es cualquier documento generado o archivado en un computador. Todos estos documentos pueden ser firmados digitalmente.

Esta ley se divide en estas partes:

Primera: Título, interpretación y definiciones

Segunda: Concesión de licencias y la regulación de las *autoridades certificadoras*

Tercera: Deberes de la *autoridad certificante* y del contenido de los certificados

Cuarta: Efectos de la firma digital

Quinta: Servicios estatales en la organización de los “repositorios” o archivos de claves públicas

Algunos de los conceptos que esta ley utiliza son:

Autoridad de certificación con licencia: autoridad de certificación que tiene una licencia expedida por la repartición; y, que dicha licencia está en vigencia.

Repartición: es la División de sociedades –corporations– y Código de Comercio del Departamento de Comercio del Estado de Utah, que será la autoridad de control.

Firma digital: 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 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 *clave pública* del firmante puede determinar con precisión si la transformación ha sido creada usando la *clave privada* que corresponde a la *clave pública*.

Sistema de criptografía asincrónica: algoritmo o serie de algoritmos que proveen un par de claves seguras.

Algoritmo: conjunto de pasos o instrucciones ordenado para la resolución de un problema, como por ejemplo, una fórmula matemática. El término algoritmo proviene del nombre del matemático árabe *Al-Khuwarizmi*. Antiguamente, era la descripción de un cálculo; en la actualidad, es toda descripción de un cálculo en general con un esquema de proceso que se repite (Strobl, Walter, *Diccionario de matemáticas*, Madrid: Rioduero, pág. 22, 1977; Boni, *Lamberto Enciclopedia de filosofía*, Barcelona: Eds. B, SA, pág. 21, 1992; Elosua de Juan, Marcelino, *Diccionario capital de la nueva economía*, Madrid: Ed. Empresarial, pág. 26, 2000).

Al-Khuwarizmi (*Abu Ja'far Muhammad ibn Musa*): 800-850 d.c. Matemático, astrónomo y geógrafo (Crystal, David, *The Cambridge Biographical Encyclopedia*, pág. 22, 1998).

Falsificar una firma digital: crear un firma digital sin la autorización del legítimo propietario de una clave privada o que se verifique que su suscriptor no existe o no es el propietario de la clave privada correspondiente a la clave pública listada en el certificado.

Derecho calificado de pago: recompensa por los daños contra una autoridad de certificación con licencia, establecida por una Corte que tiene jurisdicción sobre la autoridad de certificación en una acción civil.

Para realizar esa ***firma digital*** en un documento electrónico se requiere la autenticación del *remite*nte, la integridad del mensaje y que el mismo no puede ser negado (*repudiation*) (Carlino, *op. cit.*, págs. 53 a 64, 1998).

c. ***Ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas sobre el Derecho Mercantil Internacional, adoptado por las Naciones Unidas el 5 de julio del 2001.***

Artículo 1. Ambito de aplicación

La presente ley será aplicable en todos los casos en que se utilicen firmas electrónicas en el contexto de actividades comerciales. No derogará ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor.

Artículo 2. Definiciones

- a) **Firma electrónica:** los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante en relación con el mensaje de datos e indicar que el firmante aprueba la información recogida en el mensaje de datos.
- b) **Certificado:** todo mensaje de datos u otro registro que confirme el vínculo entre un firmante y los datos de creación de la firma.
- c) **Mensaje de datos:** la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos, el correo electrónico, el telegrama, el teléx o el telefax.
- d) **Firmante:** la persona que posee los datos de creación de la firma y que actúa por cuenta propia o por cuenta de la persona a la que representa.
- e) **Prestador de servicios de certificación:** la persona que expide certificados y puede prestar otros servicios relacionados con las firmas electrónicas.
- f) **Parte que confía:** la persona que pueda actuar sobre la base de un certificado o de una firma electrónica. (www.uncitral.org)

D. PRINCIPALES TEMORES DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES A LA COMPRA ON-LINE:

* Falta de seguridad en las transacciones económicas	70%
* Inseguridad al dar los datos personales en internet	52%
* Desconocimiento ante quien reclamar	44%
* Dificultades para el acceso a internet	38%
* Poca confianza en la calidad del producto	32%
* Desconfianza a que llegue el producto comprado	28%

(Víctor Tascón, España: *derechos y deberes de los consumidores y comerciantes en el business to consumer*, www.v2.vlex.com.es.)

E. OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR O VENDEDOR

- * De dar información al consumidor sobre las características reales del producto o servicio objeto de la contratación
- * Identificación general del proveedor
- * Procedimiento, modo y plazo para realizar la compra y ejecutar el contrato
- * Formas de pago
- * Prohibición de incluir cláusulas abusivas en el contrato (Víctor Tascón, *op. cit.*)

F. DERECHOS DEL CONSUMIDOR

- * Al retracto de la compra
- * Devolución del producto, si éste no cumple con las características ofrecidas por el proveedor
- * Devolución de cargos indebidos
- * Derecho a ser informado sobre los aspectos de la transacción
- * Derecho a que los tribunales competentes y la legislación aplicable sea la del domicilio del consumidor (Claudio Magliona, *Marco jurídico de la contratación electrónica*, www.v2.vlex.com.es; Echegaray, *op. cit.*, págs. 109 a 124, 2001).

A MODO DE CONCLUSION

El primer escollo del consumidor en las relaciones comerciales por medios informáticos es la falta de conocimiento acerca del comercio electrónico (Echegaray, *op. cit.*, pág. 132, 2001).

A continuación presentamos algunas notas relevantes para este tema, como parte del cierre de este ensayo.

A. Presentada una demanda colectiva contra IBM por venta de un producto defectuoso

Un grupo de consumidores californianos ha interpuesto una demanda en contra de la compañía informática IBM por conducta

negligente en la venta de un modelo de disco duro que contiene fallos de fabricación que provocan su mal funcionamiento a los pocos días de compra.

La demanda ha sido interpuesta ante la Corte Superior de Alameda (California) como una acción colectiva contra el gigante informático norteamericano IBM. El modelo de disco duro supuestamente defectuoso es el Deskstar 75GXP que, según los denunciantes representados por el bufete Sheller Luwig & Badey, contiene un error de diseño o funcionamiento en su fabricación que provoca el mal funcionamiento del mismo y la consiguiente pérdida de toda la información allí almacenada.

Este modelo de disco duro fue introducido por IBM en el mercado norteamericano en el mes de marzo del 2000 y, según la demanda interpuesta ante el tribunal californiano, el alto índice de fallos detectados en el mismo hace pensar que esta compañía era consciente del error de su producto, continuando aun así con la venta del mismo (www.v2.vlex.com/es; 23/10/01).

B. La supervivencia del más apto

Internet bien enfocada es el centro fundamental para la colaboración de los empleados, clientes, aliados de negocios y organizaciones; la empresa que así lo enfoque, tendrá una enorme oportunidad de hacer negocios (Richard Delgado, *Actualidad económica*, 6 de junio del 2001).

Tras desarrollo de e-business

En América Latina se mueven actualmente US \$ 9.000 millones mediante el comercio electrónico, de los cuales entre el 4% y el 7% corresponde a Centro América. En esta región, las empresas sólo realizan entre un 7% y 10% de sus transacciones en *internet* (José Luis Mora, *El Financiero*, del 12 al 18 de noviembre del 2001).

C. Cláusulas abusivas

Estas cláusulas son aquellas que dan demasiadas prerrogativas o ventajas a una parte en perjuicio de la otra y generalmente entran por la desigualdad pre-existente de los contratantes, por la necesidad lesionada o por el modo de contratar, como lo es el contrato de adhesión (Gabriel Bessonart, www.monografias.com, accesado 08/11/01).

Bibliografía en web: www.vlex.com.es

Alejandro Martínez. *Argentina: empresas de riesgo crediticio, habeas data y derechos del consumidor.* www.vlex.com/redi/No.41, 2001.

Alfonso Arce y Federico Díaz. *La firma digital.*

Carlos Sánchez. *La criptografía como derecho.*

Cristian Calderón. *El comercio electrónico.*

Claudio Magliona. *Marco jurídico de la contratación electrónica.*

Christian Hess. *Comentarios al proyecto de la firma digital.*
www.derecho.org.

De Paladella-Guasch. *Firma electrónica.*

Fabiana Sánchez. *E-commerce.*

Fernando Ramos. *La firma digital.*

¿Cómo aplicar la normativa de firma electrónica?

¿Qué es una firma electrónica?

Fernando Núñez. *La firma electrónica en España.*

Fernando Ocampo. *Hacia una incorporación definitiva del comercio electrónico.*

Freddy Escobar. *Firma electrónica en Perú.*

Gaspar Clavell. *El concepto de documento y firma electrónica.* Comisión Nacional de valores. Argentina. La ley de Utah. Efecto de la firma digital.

Ignacio Alamillo. *La firma electrónica.*

José Maltese. *El pago electrónico en Argentina.*
www.vlex.com/redi/No.39, 2001.

José Mucientes. *El marco legal de la firma digital en USA y UE.*

Juan Obando. *Los contratos electrónicos y digitales.*
www.vlex.com/redi/No.39, 2001.

Juan Ortega. *El cumplimiento del pago por medios electrónicos.*

Macarena Silva. *Comercio electrónico: la firma electrónica.*
[www.vlex.com/redi/ No. 40](http://www.vlex.com/redi/No.40), noviembre 2001.

María Martín. *El documento y la firma electrónica*.

Mauricio Devoto y Horacio Lynch. *Banca, comercio, moneda electrónica y la firma digital*.

Miguel Ruz. *Compra y venta a través de internet*

Mónica Vitoria. *Las pruebas en el comercio electrónico*.

Rafael García. *La firma electrónica*. www.aulavia.com.

Ramón Castilla. *El comercio electrónico*.

Víctor Tascón. *España: derechos y deberes de los consumidores y comerciantes en el e-business*.

Minibibliografía

Bruce, Oswald. *Comercio electrónico y derecho del consumidor*. (San José: inédito, 2002).

Carlino, Bernardo. *Firma digital y derecho societario electrónico*. (Buenos Aires: Rubinzal - Culzoni eds., 1998).

Consejo General de los Colegios Oficiales de Corredores de Comercio. *Firma electrónica y comercio electrónico*. (Madrid: Dykinson, 2000).

Echegaray, Edgar. *Comercio electrónico y una necesaria regulación para la protección de los derechos del consumidor*. (San José: Investigaciones Jurídicas, S.A., 2001).

Knorr, Jolene; Marcelo Roldán. *La protección del consumidor en el comercio electrónico*. (San José: IJSP, 2001).

Pinochet, Ruperto. *Contratos electrónicos y defensa del consumidor*. (Madrid: Parcial Pons, 2001).

Rengifo, Ernesto. *Comercio electrónico*. (Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2002).

Romero Pérez, Jorge Enrique. *Comercio electrónico*. (San José: ponencia presentada el jueves 4 de abril al IX Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática, 2002).

Sarra, Andrea. *Comercio electrónico y derecho*. (Buenos Aires: Astrea, 2001).

Congresos:

Memorias VIII Congreso Iberoamericano de *Derecho e Informática*. (México: noviembre del 2000).

Memorias IX Congreso Iberoamericano de *Derecho e Informática*. (Costa Rica: abril del 2002).