UNIVERSIDAD LA SALLE

DERECHO

LINEAMIENTOS PARA LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DEL SISTEMA JURÍDICO BOLIVIANO

ESTUDIANTE: **WILMA YANARICO CORI**

TUTOR: **FABIAN DAZA CAINZO**

Tesis presentada para la obtención del Grado de: LICENCIATURA EN DERECHO

LA PAZ – BOLIVIA

2014

DEDICATORIA

Dedicada en especial con mucho cariño y amor a mis padres ya que estuvieron conmigo en el proceso de formación de mi educación superior, porque las palabras no importun cuando se tienen tantas acciones que me apoyaron en el transcurso del tiempo. Cuando se ama lo que se hace, el éxito, es solo la consecuencia.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradecer a mis padres por el apoyo económico y moral que me brindaron, porque sin esos factores no habría podido hacer realidad mi sueño profesional. Asimismo a los docentes de la Universidad la Salle, en especial a los docentes de la carrera de derecho por haberme proporcionado todos los conocimientos que me hicieron crecer profesionalmente, finalmente a todos los intermediarios que me brindaron alguna colaboración dentro de la institución.

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen Ejecutivo

CAPÍTULO I

1.1. Introducción ..... Pág. 1

1.2. Planteamiento del problema de investigación ..... Pág. 7

1.3. Pregunta del problema ..... Pág. 9

1.4. Justificación ..... Pág. 10

1.4.1. Justificación social ..... Pág. 10

1.4.2. Justificación jurídica ..... Pág. 10

1.4.3. Justificación económica ..... Pág. 13

1.5. Objetivos ..... Pág. 13

1.5.1. objetivo general ..... Pág. 13

1.5.2. Objetivo específicos ..... Pág. 13

1.6. Delimitación del problema ..... Pág. 14

1.6.1. Delimitación espacial ..... Pág. 14

1.6.2. Delimitación temporal ..... Pág. 14

1.7. Novedad ..... Pág. 15

1.8. Relevancia ..... Pág. 15

1.9. Hipótesis ..... Pág. 16

1.9.1. Variable dependiente ..... Pág. 16

1.9.2. Variable independiente ..... Pág. 16

1.10. Limitaciones a la investigación ..... Pág. 16

1.11. Métodos de Investigación ..... Pág. 17

1.11.1. Método dogmático jurídico ..... Pág. 17

1.11.2. Método Deductivo ..... Pág. 18

1.12. Tipo de investigación ..... Pág. 18

1.12.1. Investigación Explicativa ..... Pág 18

1.12.2. Investigación Descriptiva ..... Pág. 19

CAPÍTULO II

Marco Conceptual

2.1. Definiciones de las actividades ..... Pág. 20

2.1.1. Comercio ..... Pág. 20

2.1.2. Actividad Comercial ..... Pág. 20

2.1.3. Transacción ..... Pág. 20

2.1.4. Compraventa ..... Pág. 20

2.1.5. Mercancía ..... Pág. 21

2.1.6. Tecnología ..... Pág. 21

2.1.7. Contratos ..... Pág. 21

2.1.8. Compañía ..... Pág. 21

2.1.9. Virtual ..... Pág. 21

2.1.10. Servicios ..... Pág. 22

2.1.11. Informática ..... Pág. 22

2.1.12. Hacker ..... Pág. 22

2.1.13. Falsificación ..... Pág. 23

2.1.14. Constitución Política del Estado ..... Pág. 23

2.1.15. Piratería ..... Pág. 23

2.1.16. Fraude ..... Pág. 23

2.1.17. Seguridad Jurídica ..... Pág. 23

2.1.18. CNUDMI ..... Pág. 23

CAPÍTULO III

Regulación del Comercio Electrónico Dentro del Ámbito Mundial

3.1. Evolución de la tecnología ..... Pág. 25

3.2. Comercio ..... Pág. 26

3. 2.1. Etimología de Comercio ..... Pág. 26

3. 2.2. Concepto de Comercio ..... Pág. 26

3. 2.3. Comercio para el Derecho ..... Pág. 26

3.3. Incorporación del internet al comercio ..... Pág. 27

3.4. Origen del comercio electrónico ..... Pág. 28

3.5. Concepto de comercio electrónico ..... Pág. 29

3.6. Categorías del Comercio Electrónico ..... Pág. 30

3.6.1. Empresa-Empresa / Business To Business (B2B) ..... Pág. 30

3.6.1.1. Actividades del Business To Business ..... Pág. 31

3.6.2. Empresa-Consumidor / Business To Consumer (B2C) ..... Pág. 31

3.6.2. 1. Actividad del Business To Consumer ..... Pág. 32

3.6.3. Empresa-Gobierno / Business-To-Government (B2G) ..... Pág. 32

3.6.4. Consumidor-Consumidor / Consumer-To-Consumer (C2C) ..... Pág. 33

3.7. Comercio electrónico en el mundo ..... Pág. 33

3.7. 1. Comercio Internacional ..... Pág. 34

3.7. 2. Reglas del Comercio Internacional ..... Pág. 34

3.7.2.1. CFR ..... Pág. 35

3.7.2.2. CIF ..... Pág. 35

3.7.2.3. CIP ..... Pág. 36

3.7.2.4. CPT ..... Pág. 36

3.7.2.5. DAF ..... Pág. 37

3.7.2.6. DDP ..... Pág. 37

3.7.2.7. DDU ..... Pág. 37

3.7.2.8. DEQ ..... Pág. 38

3.7.2.9. DES ..... Pág. 38

3.7.2.10. EXW ..... Pág. 38

3.7.2.11. FAS ..... Pág. 38

3.7.2.12. FCA ..... Pág. 39

3.7.2.13. FOB ..... Pág. 39

3.7. 3. Compañías Virtuales ..... Pág. 40

3.7.3.1. Concepto de Compañía Virtual ..... Pág. 40

3.7.3.2. Características de Compañía Virtual ..... Pág. 40

a. Excelencia ..... Pág. 41

b. Confianza ..... Pág. 41

c. Sentido de Oportunidad ..... Pág. 41

d. Tecnología ..... Pág. 41

e. Ausencia de Fronteras ..... Pág. 41

3.7.3.3. Compañías Virtuales Establecidos ..... Pág. 42

a) Amazon.com ..... Pág. 42

b) Tumomo.com ..... Pág. 42

3.8. Ventajas del comercio electrónico ..... Pág. 42

3.9. Riesgos del comercio electrónico ..... Pág. 44

3.9.1. Los Hackers ..... Pág. 45

3.9.1.1. Hackers de Sombrero Blanco ..... Pág. 45

3.9.1.2. Hackers de Sombrero Negro ..... Pág. 46

3.9.2. Los Crackers ..... Pág. 46

3.9.3. Los Phreakers ..... Pág. 46

3.9.4. Wannabe ..... Pág. 47

3.9.5. Script Kiddie ..... Pág. 47

3.9.6. Lammer ..... Pág. 47

3.9.7. Los Sniffers O Rastreadores ..... Pág. 47

3. 10. Consecuencias de los Riesgos del Comercio Electrónico ..... Pág. 48

3. 10. 1. Pérdidas Financieras ..... Pág. 48

3. 10. 2. Pérdidas de Información Confidencial De Valor ..... Pág. 49

3. 10. 3. Pérdidas de Oportunidad de Negocio ..... Pág. 49

3. 10. 4. Utilización No Autorizada De Los Recursos ..... Pág. 50

3. 10. 5. Pérdida De Confidencia o Respeto Del Cliente ..... Pág. 51

CAPÍTULO IV

Desarrollo Legislativo del comercio electrónico en Bolivia.

4.1. Antecedentes históricos del Comercio electrónico en Bolivia ..... Pág. 52

4.2. Legislación del comercio electrónico en Bolivia.....Pág. 54

4.3. Constitución política del estado plurinacional.....Pág. 56

4.4. Código de comercio.....Pág. 57

4.5. Código civil.....Pág. 57

4.6. Ley SIRESE.....Pág. 58

4.7. Ley de Telecomunicación.....Pág. 59

4.8. Decreto Supremo 1793.....Pág. 62

4.9. Derechos de Autor.....Pág. 64

4.10. Código Penal.....Pág. 65

4.11. Modificaciones a la Ley Penal.....Pág. 65

CAPÍTULO V

Ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, y legislaciones de la unión europea, Colombia y Perú.

5.1. Ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.....Pág. 67

5.2. Legislaciones de la Unión Europea.....Pág. 70

5.3. Legislación del comercio electrónico en Colombia.....Pág. 73

5.4. Legislación del comercio electrónico en Perú.....Pág. 75

CAPITULO VI

Fundamentos jurídicos que coadyuvan al desarrollo de la regulación del comercio electrónico.

6.1. Fundamentos jurídicos que coadyuvan al desarrollo de la regulación del comercio electrónico.....Pág. 77

6.2. Inseguridad en las transacciones electrónicas ..... Pág. 81

6.3. Contenido de los contratos electrónicos ..... Pág. 81

6.3. 1. El sistema de la Declaración ..... Pág. 81

6.3. 2. El sistema de la Expedición ..... Pág. 82

6.3. 3. El sistema de la Recepción ..... Pág. 82

6.3. 4. El sistema del Conocimiento ..... Pág. 82

6.4. Protección al consumidor ..... Pág. 82

6.4. 1 La Firma Digital ..... Pág. 82

6.4. 2 El Certificado Digital ..... Pág. 84

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones ..... Pág. 86

7.1.1. Conclusión al Objetivo General ..... Pág. 86

7.1.2. Conclusiones a los Objetivos Específicos ..... Pág. 87

7.1.3. Conclusión a la Hipótesis ..... Pág. 94

7.2. Recomendaciones ..... Pág. 96

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis trata de establecer lineamientos jurídicos que regulen el comercio electrónico, cuyo desarrollo en la actualidad es inminente, debido a que este tema no ha sido objeto de un estudio profundo que denote las características especiales de esta nueva forma de hacer transacciones, por ello, no se tiene conocimiento concreto al respecto. Se trata de una figura jurídica que no sólo tiene importancia por las cantidades de negociaciones virtuales; sino que representa un desafío jurídico que debe ser superada, en ese sentido, existen formas de tergiversar, manipular esta información comercial por los hackers. Estas situaciones generan obstáculos legales toda vez, que causan daños económicos y sociales para la sociedad en general.

En virtud, a lo expuesto precedentemente, lo que se pretende es orientar las decisiones que el gobierno central debe tomar en cuenta, dentro del proceso de elaboración de la norma juridicidad que vaya a regir el comercio electrónico, a través de los lineamientos del presente trabajo de investigación. Por ello, es que se describen cada uno de los capítulos que lo componen. La tesis consta de siete capítulos, en los que se estudiaron distintas temáticas que contribuyeron al desarrollo y comprensión del comercio electrónico a nivel nacional como internacional. En ese sentido, se tiene lo siguiente: En el capítulo uno se describe la metodología de investigación, incorporando en ello, lo que es la justificación, hipótesis, objetivos, métodos de recolección de información entre otros. El capítulo dos, se desarrolla los conceptos y definiciones relativos al comercio electrónico, con el objetivo de que el usuario comprenda el significado de cada término relativo a ésta actividad comercial.

Dentro del capítulo tres, se observa como se ha ido desarrollando el comercio electrónico dentro del ámbito internacional, tomando en cuenta el origen, la forma en el cual fue surgiendo ésta actividad, además de ello, analizando los términos de comercio internacional empleados en las negociaciones, finalizando así con lo que es una compañía virtual. Las ventajas de ésta, sus riesgos, es decir, las ventajas y desventajas, asimismo sus consecuencias. En el capítulo cuatro, se destaca el desarrollo de legislativo del comercio electrónico dentro del sistema jurídico boliviano, revisando así, lo que contiene el texto constitucional, código de comercio, código civil, ley del sirese; pero lo más importante, la ley de telecomunicaciones ley 164 y su reglamento-decreto supremo 1793, complementariamente la revisión de: derechos de autor, código penal y modificaciones a la ley penal.

El capítulo cinco, lleva como contenido la regulación del comercio electrónico dentro de la legislación comparada, teniendo como base la Ley modelo sobre comercio electrónico y su guía de incorporación al derecho interno de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, las legislaciones de la unión europea, Colombia y Perú. Dentro del capítulo seis, se describe los fundamentos jurídicos que coadyuvan al desarrollo de la regulación del comercio electrónico. Tomando en cuenta el contenido de los contratos electrónicos y la protección al consumidor de las inseguridades de las transacciones electrónicas. En el capítulo siete, se detallan las conclusiones al objetivo general, específicos y a la hipótesis, asimismo se desarrollan las recomendaciones (lineamientos) que deben ser tomadas para el progreso eficaz de la norma jurídica especializada que regule el comercio electrónico en el ámbito boliviano.

CAPÍTULO I

1.1. INTRODUCCIÓN

La evolución del ser humano llevó consigo el surgimiento y evolución de distintas actividades entre ellas el comercio, que se conoce como la "actividad lucrativa que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza" (Ossorio, Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales, 2011). En ese sentido, observando como precedente la actividad funcional del comercio en las civilizaciones primitivas, como una etapa previa al comercio como tal; este fenómeno se desarrolló por medio del trueque, el cual consistía en una forma de intercambio de mercancías por una y otra parte, básicamente fundado en la necesidad de las partes de obtener dicho producto, con la característica de que el producto debía contar con una valoración más o menos proporcional entre ambos.

En base a este antecedente histórico, el ser humano fue realizando grandes desarrollos científicos que coadyuvaron al ejercicio del comercio; ¿cómo? Incorporando la tecnología, lo cual es "lo perteneciente a los conocimientos propios de un oficio o arte industrial" (Cabanellas, Diccionario Enciclopedico de Derecho Usual, 1989, pág. 25); más propiamente conocido como el "conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico" (RealAcadémicaEspañola, 2001, pág. 2144). En ese sentido, para cumplir con la actividad comercial y debido al crecimiento demográfico de las poblaciones, se hizo indispensable la utilización de los medios de comunicación masiva como el telégrafo, el teléfono, la radio, el televisor y el internet.

Este último se remonta al desarrollo de las redes de comunicación. Mismo que consiste en "una interconexión de redes informáticas que le permite a las computadoras conectadas comunicarse directamente entre sí. Esta palabra suele referirse a una interconexión en particular, abierta al público la cual es capaz de conectar tanto a organismos oficiales como educativos y empresariales, conocido también como (autopista de la información) debido a que es una "ruta" en donde se puede encontrar casi todo lo que se busca" (yaninadegoumois.blogspot.com). Estos desarrollos científicos se fueron fusionando con la infraestructura de la red ya existente y los sistemas de telecomunicaciones.

Llegando así, a las tecnologías modernas del internet introduciendo el WWW, es "World Wide Web, este término define al estándar que permite la visualización de todo tipo de contenidos en Internet, sean tanto textos como archivos multimedia (Imágenes, Gráficos, Textos, Sonidos, etc.)" (www.mastermagazine.info). "www Sigla de la expresión inglesa World Wide Web telaraña mundial, que se utiliza en las direcciones electrónicas para indicar que se trata de una dirección de Internet" (es.thefreedictionary.com). Significa que es una "Telaraña alrededor del mundo o Red alrededor del mundo.

El significado informático de www seria "Red global mundial" refiriéndose a una red de computadoras. Esta Red global mundial es un sistema de hipervínculos que son accesibles a través de Internet, estos hipervínculos permiten a las personas que mediante el uso de un navegador, se pueda ir de una página a otra siguiendo las direcciones que indican los hipervínculos o hipertexto" (quesignifica.bligoo.com). Se observa una manera particular de distinguir cierta información sea ésta de acuerdo a las

características que representa como ser imagen, texto, audio, video y otros, es decir, lo que se esté buscando en internet se lo podrá encontrar.

En complemento a estos avances y jugando un papel muy importante para el desarrollo del comercio, es que surgen las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se entiende éste como el "conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, conceptos muy asociados a éste fenómeno tecnológico. Agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones" (www.tics.org.ar). Estos dos elementos coadyuvaron al desarrollo y evolución de las negociaciones comerciales a nivel mundial.

Debido a estas transformaciones sociales dentro de la actividad humana, la autonomía de la voluntad en los contratos comerciales fue desarrollándose con tal vigor creando así una infinidad y diversidad de transacciones lucrativas. Como consecuencia de ello, generó que se amplíen los mecanismos para realizar dicha actividad, involucrando así a los medios tecnológicos del internet, concretamente se habla de sitios web tal es el caso de amazon.com.

Lo mencionado anteriormente, es una compañía totalmente virtual de origen estadounidense de comercio electrónico y servicios de cloud computing "consiste en la posibilidad de ofrecer servicios a través de Internet. La computación en la nube es una tecnología nueva que busca tener todos nuestros archivos e información en Internet y sin depender de poseer la capacidad suficiente para almacenar información. El cloud computing explica las nuevas posibilidades de forma de negocio actual, ofreciendo servicios a través de Internet, conocidos como e-business que significa negocios por

Internet" (www.e-conomic.es). Donde se hacen publicaciones de compra y venta al usuario en general.

Inicialmente esta compañía de Amazon ofrecía la venta de libros, actualmente brinda diferentes líneas de productos, ofreciendo DVDs, CD de música, software, videojuegos electrónicos, ropa, muebles, comida, libros, etc. Así, de esa manera expandiéndose a nivel internacional, Amazon.com ha establecido sitios web separados para países como: Canadá, el Reino Unido, Australia, Alemania, Austria, Francia, China, Japón, Italia, España y México.

En ese contexto, se habla de una evolución tecnológica que alcanzó gran parte del mundo, empezando por los países más desarrollados como los Estados Unidos, los países que componen Europa y Japón, desarrollándose de manera transcendental hasta llegar a Latinoamérica en concreto a Bolivia. En efecto, el internet resulta ser un fenómeno de rápida expansión que ha generado adelantos bastante significativos para la humanidad contribuyendo con las comunicaciones, favoreciendo la nueva economía virtual como innovación al comercio y abriendo nuevas posibilidades de negociaciones para los consumidores.

Influyendo ésta actividad a tal punto que hoy en día se denomina comercio electrónico, mismo que se entiende como "la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos" (es.kioskea.net), se refiere básicamente al internet y otras redes informáticas.

Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante los medios electrónicos tales como el Intercambio Electrónico de Datos, sin embargo "con el advenimiento del internet y la world wide web comenzó a referirse

principalmente a la venta de bienes y servicios a través de la red, usando como forma de pago medios electrónicos, tales como las tarjetas de crédito" (ingeniatic.euitt.upm.es); de acuerdo a lo señalado anteriormente se habla de una transacción en el cual no se tiene certeza de la eficacia del contrato realizado ya que éste se transa a través de hipervínculos, además de ello, se debe agregar el desconocimiento de la identidad de la persona que se encuentra al otro lado del ordenador debido principalmente a que no se logra determinar la capacidad para desarrollar negocios, asimismo, la fuerza probatoria que deben contener los documentos digitales.

En ese sentido, el peligro que presenta esta actividad comercial, es la desconfianza sobre la seguridad de las transacciones, de los medios y formas de pagos y claro no se puede obviar las prácticas ilegales, como los comportamientos ilícitos realizados por los denominados Hackers.

Un hacker es aquella "Persona con grandes conocimientos de informática que se dedica a acceder ilegalmente a sistemas informáticos ajenos y a manipularlos. Conocido también como pirata informático" (es.thefreedictionary.com). "Hacker es el vocablo utilizado para referirse a un experto en varias o alguna rama técnica relacionada con las tecnologías de la información y las telecomunicaciones: programación, redes de computadoras, sistemas operativos, hardware de red/voz, etc." Datos obtenidos del siguiente portal (www.pergaminovirtual.com.ar). Éstos son los autores de la falsificación, la piratería, el fraude, la violación de la seguridad de las transacciones electrónicas.

Si bien las actividades del comercio electrónico se han visto facilitada por las abundantes posibilidades tecnológicas que proporciona el internet, llevan consigo

inconvenientes para la población en general. Razón por el cual, el Gobierno Central debería desarrollar normas jurídicas que regulen este tipo de acciones, estableciendo como cimiento inicial lineamientos al respecto, básicamente encaminadas a la seguridad del comercio electrónico y a las personas vinculadas a ésta.

En virtud a lo expuesto precedentemente es que, el propósito del presente trabajo es indagar y ampliar la información respecto a estos temas que actualmente se vienen desarrollando a nivel mundial, ya que se ha convertido en algo habitual, motivo por el cual, el usuario está expuesto a varios riesgos mencionados anteriormente.

Asimismo, deberían crearse mecanismos de protección al consumidor en la legislación boliviana, en virtud a ello, establecer una normativa que regule la actividad comercial electrónica. A partir de ese argumento examinar el contenido del texto de la Constitución Política del Estado, el Código de Comercio en relación al ámbito de las transacciones electrónicas, asimismo el Código Civil y otras disposiciones legales nacionales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se tomará en cuenta y se analizará la regulación en la legislación comparada primordialmente la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, así como la Guía para su incorporación al derecho interno de 1996 con el nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998 de la Ley referida precedentemente, la Unión Europea, en Colombia y Perú; todo ello, entorno al desarrollo del comercio electrónico.

A priori se contextualizará aspectos que definen las transacciones comerciales electrónicas, de las transacciones comunes, haciendo énfasis en sus diferencias. Asimismo se desarrollará el funcionamiento de todas ellas mediante la

conceptualización de cada término relativo a dicha actividad comercial en el ámbito electrónico.

Precedentemente desarrollar este tema de investigación, se debe mencionar la tesis titulada como "introducción del comercio electrónico en el ordenamiento jurídico boliviano", elaborado por Antelo Callisperis Sergio de la universidad católica boliviana, mismo que tiene como objetivo general, citando textualmente indica lo siguiente: "determinar si la incorporación del comercio electrónico en el ordenamiento jurídico boliviano otorgará seguridad jurídica a sus transacciones, impulsando su desarrollo y expansión". Si bien tiene relación con el presente trabajo, ya que dicha investigación hace referencia a la introducción del comercio electrónico; sin embargo no es suficientemente ni concreto en cuanto a la regulación jurídica que establece el presente trabajo.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Se ha observado que el desarrollo de las transacciones comerciales electrónicas ha crecido de manera sustancial en las últimas décadas lo cual, también trae consigo aspectos de inseguridad jurídica en las mismas, razón por la cual, la sociedad boliviana no queda exenta de esta realidad, al haberse incorporado en las actividades del comercio electrónico, que fueron incrementándose al igual que en el resto de los demás países, por ello, puede decirse que:

Dentro de la sociedad boliviana la actividad comercial electrónica trajo consigo mecanismo prácticos para la adquisición de productos y servicios sin la más mínima demora, de fácil acceso y siendo muy breve en su entrega, abriendo el campo de acción a una infinidad de usuarios; sin embargo existen aspectos negativos que generan

desconfianza e inseguridad en la eficacia de las transacciones virtuales, así como la incertidumbre en la identidad de la persona al otro lado del ordenador. En ese sentido, la incorporación de directrices jurídicas que regulen dicho fenómeno en la legislación boliviana, se hace bastante necesaria y ello también vendría a ser un aporte significativo a la normativa jurídica del Estado Plurinacional de Bolivia.

Si bien, en el mercado de Bolivia el empleo del internet fue lento respecto a otros países de América Latina como Uruguay, Argentina, Brasil y Chile. En el ámbito boliviano se tiene a Tumomo.com que "es un portal electrónico fácil de usar para anunciar casi todo lo que se quiera ofertar, demandar o publicar. El uso de este sitio implica la aceptación de los Términos y Condiciones de Uso, así como también de las Políticas de Privacidad de la página web" (tumomo.com). Esta institución comercial es una de las más grandes a nivel nacional.

Entorno a la expansión del comercio electrónico en Bolivia según las noticias "En el año 2000 según el INE se tenía una población total de 8.328.700 habitantes, de estas 40.000 personas tienen acceso a internet. De tal manera que, en Bolivia además de la compañía virtual mencionada anteriormente existen páginas como "quierescomprar.com" que tiene un tráfico de transacciones de 1.000 visitas diarias con alrededor de 500 ventas mensuales" (www.eldia.com.bo, 2013). Por ello, se estima evidentemente que la actividad del comercio electrónico ha incrementado en abundancia a lo largo del tiempo.

En esa virtud, incluso se desarrolló una norma relativa a las TICS acompañado de un reglamento, mismas que serán desglosadas más adelante; si se analiza el dato anterior elaborado por el INE expresa que, de todas las ofertas realizadas en la página

virtual, se llegan a concretar muchas de ellas, muestra clara de la necesidad de regular dichas transacciones, protegiendo a tal efecto al usuario involucrado en el movimiento, pero no solo a éste, sino también a las entidades virtuales que ofrecen los servicios y los productos, resguardarlos de los delincuentes informáticos como son los hackers. Asimismo adicionalmente, el sitio web nos proporciona la siguiente información de páginas de compra y venta:

Quierescomprar.com. Este portal ofrece el servicio de compra de artículos que son ofrecidos en Internet en cualquier parte del mundo. También tiene su tarjeta de créditos virtuales (MasterCard), donde el cliente puede comprar de forma autónoma.

Comprasenred.com.bo Esta Web de La Paz es un agente de compras, ya que se encarga de todo el proceso para adquirir un artículo que se ofrece en Internet que consiste en cotizar, comprar, pagar, importar y entregar el producto al cliente.

Clasificados Facebook. La red social más conocida en Bolivia, Facebook, es utilizada para crear grupos de clasificados donde se ofertan todo tipo de artículos, generalmente de segunda mano. El grupo hace de intermediario entre el comprador y el vendedor. (www.eldia.com.b); una de las páginas web de empleo es el Facebook por ser uno de las redes sociales que también incluye transacciones electrónicas.

1.3. PREGUNTA DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los lineamientos jurídicos para la regulación del Comercio Electrónico dentro del sistema jurídico boliviano?

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. Justificación Social. La sociedad boliviana requiere contar con fundamentos jurídicos adecuados que faciliten el desarrollo del comercio electrónico, en ese sentido, se habla del incremento económico a nivel nacional con una base sólida en el contexto virtual de las transacciones comerciales ya que son de crecimiento permanente debido a la evolución de las tecnologías modernas.

Estos lineamientos contribuirían al desarrollo de una regulación jurídica a la actividad del comercio electrónico, debido al gran movimiento económico que genera en todo el mundo. Asimismo contribuye a la modernización del sistema. Sea éste a nivel gubernamental, privado, público, e inclusive de manera individual.

En los últimos años en Bolivia se produjo un incremento significativo en la actividad comercial electrónica, ésta se realiza de manera formal e informal, en cualquiera de los casos es preciso y necesario poder contar con una regulación que permita este tipo de comercio, debido a la característica especial que representa, adicionalmente es una situación que ya existe y los mecanismo tradicionales para el comercio ya no son suficientes.

La insuficiencia se debe principalmente a que implican mayor tiempo y costos en las negociaciones, por ello, se debe adecuar al contexto actual aplicando los elementos del comercio electrónico ya que es un fenómeno económico y social que tiene como característica principal la comodidad, ahorro de tiempo, ahorro de gastos, genera ingresos económicos fuertes, etc.

1.4.2. Justificación Jurídica. Es preciso recordar que el actual Código de Comercio "Decreto Ley Nº 14379 de 25 de Febrero de 1977" promulgado por Gral.

Hugo Banzer Suárez, entonces Presidente de la República, norma que fue puesta en vigencia a partir del 1ro de enero de 1978. En virtud a ello, a la fecha pasaron aproximadamente 36 años en los que la sociedad boliviana ha vivido y se encuentra en una etapa de profundos cambios tecnológicos, esto nos lleva a determinar que dicha normativa precisa de una actualización, debido a los tremendos avances y cambios ya mencionados en la que la sociedad boliviana está viviendo.

Muestra de ello, es el desarrollo de la actividad del comercio electrónico, como un fenómeno intrínseco en la actualidad y también es parte de la realidad económica del Estado Plurinacional Boliviano. Razón por el cual, el ordenamiento jurídico boliviano debería desarrollar una institución jurídica especial a través de los lineamientos entorno a ello, para la regulación del mismo; siendo que, se habla de una materia realmente moderna y de crecimiento permanente.

Esta problemática ya fue aborda, pero no se consolido como tal, simplemente se quedó como un proyecto, denominado como (Proyecto de Ley Nº 080/2007 Congreso Nacional que decreta dicha ley denominada "Ley De Documentos, Firmas y Comercio Electrónico"), existen preceptos que sugieren que la Ley 1632 de Telecomunicaciones, del 5 de julio de 1995 es producto de ello, pero en si se recurre al texto original, no se encuentran los preceptos sugeridos, sino que esta es distante.

La Ley N° 164 de 08 de Agosto de 2011 denominada como Ley General de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación a incorporado a las TICS en su regulación, resultado de esto se amplían los campos y mecanismos de información para que la población boliviana pueda acceder a ella sin ningún tipo de riesgo, ya que los datos contenidos son sumamente importantes; sin bien contribuye en

el desarrollo de la investigación, esto no es suficiente para el proceso comercial como tal, pues, en dicha Ley solo existen cuatro artículos que se refieren al comercio electrónico.

Según el decreto supremo N° 1793 denominado como reglamento para el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación de fecha 13 de Noviembre de 2013, regula también la actividad comercial moderna en tan solo dos artículos, se tiene una clara observación de que este contenido en particular debe ser ampliado especialmente para regular el comercio electrónico. Debido a que no se establece una regulación jurídica en concreto referido al tema en cuestión.

En virtud al precedente establecido, existe diversidad de normas e instituciones jurídicas internacionales que han establecido y aportado iniciativas para contar con disposiciones jurídicas uniformes, tal como es la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) sobre el Comercio Electrónico con la Guía para su incorporación al derecho interno de 1996 con el nuevo artículo 5 bis aprobado en 1998. Debido a ello, existen países como Europa, Colombia, y Perú, que han tomado este precepto legal para regular esta temática, otorgándoles así, la seguridad jurídica dentro de su población.

En ese sentido, esta normativa debe estar destinada a esa misma finalidad para el desarrollo social, cultural, económico del Estado Plurinacional de Bolivia, adicionando además la garantía y protección al consumidor, ya que este crecimiento también ha desarrollado técnicas para vulnerar la información contenida en los mismos, a través de los delitos cibernéticos ejercitados por los hackers.

1.4.3. Justificación Económica. Dentro de la sociedad humana, la actividad comercial ha conformado una parte importante para el desarrollo económico, social, cultural y otros, en ese marco, el fenómeno del comercio internacional ha trascendido fronteras, llegando a cerrar brechas entre los países a través de la tecnología del comercio electrónico, esto permite un acceso rápido, sencillo, reduce costos y tiempo; asimismo, genera grandes movimientos de dinero a través de este mecanismo.

Observando aquello, es importante destacar que el empleo del comercio electrónico acelera las negociaciones, lo cual genera que las personas obtén por este medio, sea para establecer oferta y demanda, o realizar una simple transacción. Esta expansión es permanente razón por el cual, se precisa brindar seguridad a la sociedad. Ya que la población boliviana también se encuentra inmerso en esa actividad comercial, debido al impacto expansivo que avanza a pasos agigantados.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General. Dar a conocer los lineamientos jurídicos para la regulación del comercio electrónico dentro del sistema jurídico boliviano.

1.5.2. Objetivos Específicos.

a) Establecer las definiciones y conceptualización del comercio electrónico
b) Comprender el contenido de las actividades y la regulación del comercio electrónico dentro del ámbito mundial.
c) Dar a conocer los antecedentes históricos de la legislación del comercio electrónico en Bolivia.
d) Revisar el tratado internacional que regula el comercio electrónico conocido como la ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho

Mercantil Internacional, juntamente con su incorporación a la norma interna para el derecho nacional o doméstico y las legislaciones de la unión europea, Colombia y la del Perú.

e) Identificar cuáles son los fundamentos jurídicos que coadyuvan al desarrollo de la regulación del comercio electrónico.

1.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.6.1. Delimitación Espacial. La presente investigación tiene como delimitación espacial el territorio del Estado Boliviano. Dentro del sistema jurídico boliviano no se contempla los lineamientos para la regulación del comercio electrónico y como consecuencia de ello no se tiene una norma específica, en ese sentido, si bien existen ciertos preceptos que tienen relación con el tema de investigación en la legislación boliviana, estas no son suficientes, debido a que el comercio electrónico es un campo bastante amplio y especial, asimismo no se puede dejar de lado la expansiva evolución del comercio electrónico dentro del estado boliviano.

1.6.2. Delimitación Temporal. En la actualidad, (año 2014) estando en pleno siglo XXI, en Bolivia no existe los lineamientos jurídicos pertinentes para la regulación del comercio electrónico; razón por la cual no se cuenta con una norma que regule esta actividad comercial, esto hace que se siga empleando los mecanismos del comercio tradicional. Lo cual genera distintas desigualdades en la sociedad, sentando como base fundamental el desequilibrio de competitividad y la inseguridad, asimismo cuestiones como el tiempo de entrega, formas de pago, etc. De debilitan el desarrollo social y cultural delimitando los campos de acceso al mercado internacional.

1.7. NOVEDAD

La motivación de ésta investigación se concentra en el cuidado de la sociedad boliviana, debido al incremento del comercio en general; pero más específicamente al incremento del comercio electrónico, el cual, reside en que esta colectividad sufre la falta de medidas y lineamientos jurídicos que regularicen esta actividad, de tal manera que permita el buen funcionamiento de la modalidad de este tipo de comercio. En contraposición de lo que sucede en los otros ordenamientos jurídicos en el exterior, a nivel mundial.

Al respecto, cabe recalcar que es de exclusiva importancia para el legislador boliviano conocer técnicamente las transacciones comerciales electrónicas, tomando en cuenta que esta actividad comercial posee un tratamiento especial en el ámbito del derecho internacional, fundamentalmente porque se encuentra relacionado con los contratos internacionales, tecnologías de información y comunicación y el internet.

1.8. RELEVANCIA

Además de existir una ausencia de lineamientos jurídicos que regulen el comercio electrónico la presente investigación es relevante porque busca realizar un aporte dogmático jurídico con la finalidad de establecer las directrices jurídicas que contribuyan a contar con una normativa especial y en base a ello, otorgar un tratamiento jurídico adecuado para la legislación nacional boliviana. Debido a que en la actualidad no se cuenta con estas directrices o guías que coadyuven con el desarrollo de la sociedad, ya que esta figura es de interés general en la sociedad boliviana actual.

Asimismo en virtud a que la Ley N° 164 de 08 de Agosto de 2011 "Ley General de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación" y el

"decreto supremo N° 1793 denominado como reglamento para el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación" de fecha 13 de Noviembre de 2013 es bastante precoz en cuanto a la regulación del comercio electrónico en concreto, ya que ellas hacen referencia básicamente a la información y comunicación.

Por ello y en base a los lineamientos jurídicos elaborados se podrá desarrollar una norma que facilite la administración y regulación del comercio electrónico, tomando en cuenta que esta actividad se ha desarrollado a pasos engrosados que hoy en día es algo habitual, por ello, cabe la necesidad de un instrumento jurídico que lo reglamente.

1.9. HIPÓTESIS

Es necesario establecer, lineamientos jurídicos para la regulación del Comercio Electrónico dentro del sistema jurídico boliviano, debido al permanente incremento de las transacciones mediante el uso de éste en las relaciones mercantiles contemporáneas.

1.9.1. Variable Dependiente. Dentro del ordenamiento jurídico boliviano se hace indispensable contar con lineamientos jurídicos para la regulación del comercio electrónico.

1.9.2. variable independiente. Debido al permanente incremento de las transacciones mediante el uso de éste en las relaciones mercantiles contemporáneas.

1.10. LIMITACIONES A LA INVESTIGACIÓN

Las causas que de alguna manera dificultan el desarrollo de la investigación son, por un lado:

a) **El componente bibliográfico nacional**, debido a que en el ordenamiento jurídico boliviano se han desarrollado temas concernientes al comercio

electrónico de manera precoz, en consecuencia y respecto a este tema hace ineficaz el avance de la población y ello dificulta la interpretación y la precisión de los datos vertidos para la misma en el ámbito y contexto boliviano.

b) **Por otro lado se encuentra el componente económico,** en virtud a que la bibliografía sobre comercio electrónico, es en mayor cantidad extranjera, razón por el cual, se obstaculiza el objeto de poder adquirir dicho libro los cuales se encuentran en un elevado costo, esto para que se pueda colectar las investigaciones pertinentes que brinden una información sólida, siendo que el tema que se está investigando se encuentra en pleno auge dentro de la sociedad, ya que se considera de suma importancia una cuestión jurídica debido a la utilidad nacional e internacional que representa.

1.11. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

La metodología aplicable en la presente investigación será desarrollada a través de los métodos de investigación dogmática jurídica y el deductivo.

1.11.1. Método dogmático jurídico. Concibe un problema jurídico, en ese sentido este se aplica a la investigación desarrollada, debido a que "este tipo de investigación evalúa las estructuras del derecho, y su materialización que se una con los llamados métodos técnicos de interpretación de las normas jurídicas, en donde destacan lo exegético, lo sistemático, lo histórico, lo sociológico e incluso hasta lo gramatical" (Witker, 1997).

Asimismo se mencionan y citan las normas jurídicas vinculadas al desarrollo de la temática planteada, propuestas por organismos internacionales y legislación comparada, considerando el análisis jurídico pertinente de cada uno de dichos

ordenamiento jurídico que fueron citados con anterioridad. Igualmente, se hace referencia a la exposición de motivos por los cuales fueron creados dichas normas en los señalados ordenamientos jurídicos de la legislación comparada.

1.11.2. Método deductivo. Este tipo de metodología "es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas" (definicion.de/metodo-deductivo), razón por el cual será empleado a lo largo del trabajo de investigación.

Con la ayuda de estos elementos de investigación se podrá determinar con mayor precisión las afirmaciones generales que se presentan sobre la ausencia de los lineamientos de regulación del comercio electrónico dentro del ordenamiento jurídico boliviano, a través de un análisis íntegro de la actualidad en la que vive la sociedad boliviana.

1.12. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo al fin que se persigue en la investigación del presente trabajo es por un lado:

1.12.1. Investigación Explorativa. Debido a que durante la investigación "se tiene un conocimiento general, lo cual nos aproxima al conocimiento del problema. Por lo tanto, se origina cuando el tema no ha sido desarrollado, no ha sido suficientemente estudiado o no existe un campo teórico sobre él". (Sabino, 2008).

Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que, precisamente por su novedad es preciso entablar una investigación. Lo cual nos lleva a examinar con mayor profundidad, el tema que se está indagando en el presente trabajo.

1.12.2. Investigación descriptiva. En éste tipo se "utiliza criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes".(Sabino, 2008). De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación la cual es sometida a un proceso de análisis estadístico.

Dentro de este mecanismo existe un sinfín de variedades técnicas para desarrollar y recabar información pertinente para la investigación, y por ello, tener un dato sólido para establecer una determinada hipótesis.

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL

2.1. DEFINICIONES DE LAS ACTIVIDADES

Los conceptos utilizados con habitualidad internamente serán definidos de conformidad al significado que se usará en el presente trabajo, esto para el buen desarrollo de la investigación y mejor comprensión.

2.1.1. Comercio. Actividad lucrativa que consiste en intermediar directa o indirectamente entre productores y consumidores, con el objeto de facilitar y promover la circulación de la riqueza. (Ossorio, Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales, 2005, pág. 193)

2.1.2. Actividad Comercial. Facultad y virtud de obrar o actuar, celeridad y prontitud en la acción, diligencia, eficacia en el proceder en el trabajo. (Ossorio, Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales, 2005, pág. 50)

2.1.3. Transacción. Se refiere al término medio en un negocio, sobre todo si se discrepa en el precio. Cualquier ajuste o convenio. Negocio u operación de comercio. (Ossorio, Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales, 2005, pág. 988)

2.1.4. Compraventa. Consiste en "la trasferencia de la propiedad (o copropiedad) de una cosa, o en la transferencia de otro derecho (derecho de autor, derecho de inventor, derecho sobre signos distintivos, derecho real de goce sobre cosa ajena); contra la compensación de una suma de dinero, o sea, de un precio (acto económico de cambio)". (Messineo, 1979, pág. 53)

2.1.5. Mercancía. Cosa mueble que es objeto de compra, venta, transporte, deposito, corretaje, mandato fianza, seguro u otra operación mercantil; o sea, de actividades lucrativas en el tráfico, más o menos directo, entre productos y otros comerciales o el público en general cualquier género o producto vendible, trato lucrativo con artículos o productos. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989, pág. 395)

2.1.6. Tecnología. Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento practico del conocimiento científico. Conjunto de instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto. (RAE, 2001)

2.1.7. Contratos. Convenio obligatorio entre dos o más partes, relativo a un servicio, materia, proceder o cosa. Institución jurídica que en torno a cada contrato, convertido en realidad por voluntades concorde, surge por los preceptos imperativos o supletorios que el legislador establece, singularmente en los contratos nominados, y por las acciones procesales que competen en su caso. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.8. Compañía. En la acepción jurídica de mayor interés, contrato consensual por el cual dos o más personas ponen en común bienes, industria, o alguna de estas cosas, con el fin de obtener provecho o ganancia y repartirse las utilidades. Compañía es sinónimo de sociedad, aun cuando se reserva aquel tecnicismo para designar a las que tienen carácter mercantil. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.9. Virtual. Que tiene existencia aparente pero no real. (RAE, 2001)

2.1.10. Servicios. Es la prestación de un servicio o la entrega de una cosa integra, para el codificador civil, el objeto de los contratos, siempre que los servicios no sean imposibles; lo cual debe entenderse no solo en sentido material, sino también por oponerse a la realización de alguna norma legal o moral. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.11. Informática. Denominación neológica de la técnica informativa basada en el rigor lógico y en la automatización posible, al punto de utilizar con frecuencia, y dentro de las posibilidades, las computadoras. Se diversifica en diferentes especies:

a) metodológica, que elabora los métodos de programación y exploración de computadoras;

b) formal o analítica, que busca los algoritmos más adecuados para la información;

c) sistemática o lógica, que estudia la estructura de los sistemas, el funcionamiento de las computadoras y las actividades operativas;

d) física o tecnología, que analiza los componentes físicos que intervienen en los sistemas informativos;

e) aplicada, que determina las áreas en las que ha de desenvolverse el procesamiento automático establecido. (ingeniatic.euitt.upm.es)

2.1.12. Hackers. Es alguien que descubre las debilidades de una computadora o de una red informática, aunque el término puede aplicarse también a alguien con un conocimiento avanzado de computadoras y de redes informáticas, estos pueden estar motivados por fines de lucro, protesta o por el desafío (www.significados.com, 2014).

2.1.13. Falsificación. Adulteración, corrupción, cambio o imitación para perjudicar a otro u obtener ilícito provecho, delito de falsedad cometido en documento público o privado, en moneda, sellos o marcas. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.14. Constitución Política Del Estado. También denominado código fundamental. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.15. Piratería. Es la destrucción o apoderamiento sin escrúpulos de los bienes ajenos; como los de ciertos administradores con demasiado espíritu de propiedad. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.16. Fraude. Es tanto como eludir con perjuicio de tercero o desconocimiento del derecho ajeno una disposición legal o las cláusulas de un convenio. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.17. Seguridad Jurídica. la estabilidad de las instituciones y la vigencia autentica de la ley, con el respeto de los derechos proclamados y su amparo eficaz, ante desconocimiento o trasgresiones, por la acción restablecedora de la justicia en los supuestos negativos, dentro de un cuadro que tiene por engarce de estado de derecho. (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989)

2.1.18. CNUDMI. Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. El propósito de esta institución es regular la actividad comercial a nivel internacional, estableciendo preceptos legales para garantizar la seguridad jurídica en las transacciones desarrolladas a nivel mundial, brindándole al consumidor la protección necesaria.

Estos términos, descritos de manera detallada, contribuirán al entendimiento de la población en general, para que de ese modo se pueda prevenir a las personas, de que puedan cometer algún tipo de delito. Pero además de ello, apoyara a la orientación de su actividad negociar, a las empresas tradicionales, de tal manera que puedan incorporarlo a su sistema.

Lo anteriormente esmerado con el propósito de impulsar el comercio electrónico en sistema jurídico boliviano como también su regulación para establecer su funcionamiento del sistema jurídico nacional y para su incorporación al movimiento comercial electrónico a nivel internacional.

CAPÍTULO III

REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO DENTRO DEL ÁMBITO MUNDIAL

3.1. EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Las actividades del ser humano se han ido desarrollando de manera trascendental, llegando a incorporar a la tecnología dentro de los progresos sociales, económicos, culturales, con estos adelantos científicos alcanzados por la humanidad y particularmente con la invención del micro transistor (microchip), se alcanza a los procesos que revolucionan las formas de comunicación donde se destaca el internet.

Juntamente a lo mencionado en el párrafo anterior se ha experimentado el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's). El cual hace referencia "al conjunto de recursos necesarios para manipular la información de los ordenadores, los programas informáticos y las redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla" (www.actiweb.es). De manera inicial el manejo de éstas se refiere al procesamiento de la información evolucionando y expandiendo la comunicación con los países desarrollados, así como con los países en desarrollo.

De acuerdo a este precedente se establece la contribución de la tecnología en el progreso de desarrollo en un determinado país, ya que coadyuva el avance social y económico, debido a que, el movimiento de datos dentro de la red genera la integración de los países alejados, cerrando de esa manera las brechas de la incomunicación que crea las fronteras geográficas.

3.2. COMERCIO

3.2.1. Etimología de Comercio. Se parte de la premisa del significado de "comercio es el enlace de cum y mene hace referencia al acto de comprar, puesto que mene significa en derecho romano la cosa objeto del contrato de compraventa" (Arrieta, 1962, pág. 15).

3.2.2. Concepto de Comercio. Se denomina a "toda negociación que involucra la compra, venta o intercambio de productos, bienes o servicios. Proviene del latín commercium, que significa compra y venta de mercancía". (www.significados.com, 2014).

3.2.3. Comercio para el Derecho. Comprende a "aquel negocio regulado por el Estado en el código de comercio, sujeto a la normativa legal vigente, y declarado con periodicidad ante los organismos fiscales competentes" (www.derechocomercial.edu.uy, 2014). Desde el punto de vista jurídico es que se reconoce el hecho económico que produce y por tanto éste debe ser regulado, su importancia está en que éste tiene la capacidad de impulsar la economía de un país.

Básicamente las premisas establecidas se refieren a la "Negociación o actividad que busca la obtención de ganancia o lucro en la venta, permuta o compra de mercaderías". (Cabanellas, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, 1989, pág. 211).

Por tanto, ésta es la actividad social y económica que se desarrolla en la sociedad, debido a que lo social implica a un determinado grupo de personas y la economía implica un monto de dinero, capital, con el objeto de adquirir, traspasar una determinada mercadería, es decir, quien participa del acto comercial puede hacer uso

directo del producto comprado, revenderlo a la vez o transformarlo a cambio de un valor dinerario para que se efectué el intercambio y la contraprestación.

3.3. INCORPORACIÓN DEL INTERNET AL COMERCIO

Una vez establecida la evolución de la tecnología y lo que significa el comercio para el derecho, se puede hablar acerca del comercio electrónico que viene a ser la combinación de los precedentes ya mencionados, todas estas destinadas al progreso, asimismo el ser humano ha ido perfeccionamiento la actividad comercial en todo el transcurso del tiempo desde un nivel inicial conocido como trueque hasta llegar a desarrollar mecanismos de aplicación y ampliación del mercado.

Para poder cumplir con el mecanismo de desarrollo comercial, es que con el transcurso del tiempo se fue adoptando e incorporando al internet, Por ello, una vez que se desplegó ha "evolucionado la informática y las comunicaciones como ningún otro, pero, precedente a ello, la invención del telégrafo, el teléfono, la radio, etc. Primordialmente el ordenador sentó las bases para esta integración y funcionamiento para cumplir con dicho objetivo.

Ésta es a la vez una herramienta de emisión mundial, un mecanismo para diseminar información y un medio para la colaboración y la interacción entre personas y sus ordenadores, sin tener en cuenta su ubicación geográfica" (Hanson, 2001). Ampliando de esa manera su alcance comercial y eliminando el factor físico para las negociaciones.

La finalidad de crear estos elementos de acercamiento mercantil, se asienta básicamente a desenvolver la actividad comercial por vía electrónica, en virtud a ello, en la actualidad no basta hablar de una computadora cuando se hace referencia al

procesamiento de información, sino a todo un sistema de información que colabora con el progreso de la sociedad en su conjunto.

En virtud a lo mencionado con anterioridad, la incorporación de la tecnología en las actividades del comercio contribuyó al desarrollo de la economía, para ello y entender mejor esta información se describe diciendo que este fenómeno de la tecnología es, "el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad " (Castillo, 2008). Adecuándose al entorno y vivencia actual de la sociedad moderna. **3.4. ORIGEN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

En virtud al precedente anterior se observa que, este mecanismo de la incorporación de la tecnología del internet al comercio ha generado que se desarrolle una tipología especial de comercio, empleando básicamente el intercambio de datos a través de la red conocida como comercio electrónico.

El origen al que se remonta la compraventa electrónica es "que nació como tal en 1920 en los Estados Unidos dónde apareció la venta por catálogo. Este nuevo sistema de distribución fue una gran revolución en ese momento, ya que fue la primera vez que se podía comprar sin antes ver el producto. La venta por catálogo funcionaba mediante fotos ilustrativas del producto. La gran ventaja que posibilitaba este sistema comercial era que se podía vender en zonas rurales difíciles de acceder." (http://www.lynkoo.com/comercio-electronico).

Para lograr acceder con mayor magnitud a los mercados, es que aparece la computadora como un sistema de conexión entre usuarios, inicialmente con el

Intercambio Electrónico de Datos; desplegando después en la compra o venta de productos o servicios a través del intemet, en ese sentido, se fue desarrollando de manera trascendental y habitual las negociaciones comerciales electrónicas.

Esta tipología de comercio permite "personalizar los productos de manera significativa, en especial, a través de tarjetas comerciales, productos personalizados como camisetas, tazas, gorras, archivos MP3, programas de software, libros electrónicos, etc.), el comercio electrónico permite recibir las compras en un tiempo breve, o incluso de inmediato". (es.kioskea.ne, 2014), se ofrece todo este servicio por intermedio de: Un catálogo electrónico en línea, motor de búsqueda, sistema de contenedor virtual, pago en línea seguro; estos mecanismos permiten a los comerciantes en línea organizar sus ofertas, modificar los precios, añadir o eliminar referencias de productos y también gestionar y manejar los pedidos de los clientes.

3.5. CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Establecidas los antecedentes que dieron lugar a lo que es ésta tipología de comercio, se debe contextualizar lo que significa esta actividad comercial de carácter especial y el movimiento económico que genera a través del mecanismo de la red.

Se debe entender lo que significa el Comercio Electrónico, para ello, se establece lo siguiente: "es la compra y venta de productos o de servicios a través de redes informáticas. Se referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de internet, usando como forma de pago medios electrónicos como las tarjetas de crédito". (ingeniatic.euitt.upm.es).

El término comercio electrónico (o e-Commerce) se refiere "al uso de un medio electrónico para realizar transacciones comerciales. La mayoría de las veces hace

referencia a la venta de productos por Internet, pero el término comercio electrónico también abarca mecanismos de compra por Internet (de empresa a empresa)". (es.kioskea.net)

Otro concepto que se establece con respecto a la negociación en particular, es la siguiente: "comercio electrónico es el comercio digital o e-commerce, se refiere a aquel tipo de transacción entre personas y empresas que involucra la compra, venta o intercambio de productos, bienes o servicios, que se desarrolla a través de redes informáticas, fundamentalmente internet, y cuyo sistema de pago es también electrónico, más usualmente mediante tarjetas de crédito". (www.significados.com, 2014)

Como se puede observar en su concepto, esto ha generado el progreso de las economías empresarias, pero no solo de los grandes establecimientos comerciales, sino también de las pequeñas y medianas empresas, otorgándole competitividad en el mercado para poder acceder al desarrollo económico que pudiere generar el empleo constante de este mecanismo de distribución de productos y servicios.

3.6. CATEGORÍAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Después de haber establecido la actividad que desarrolla el comercio electrónico, ésta también cuenta con distintas categorías en cuanto a su funcionamiento, según los agentes implicados, puede subdividirse en cuatro categorías diferentes, los cuales son:

3.6.1. Empresa-Empresa / Business To Business (B2B). El primer mecanismo de desarrollo del comercio electrónico es ésta, debido a que esta consiste en: "Empresas haciendo negocios entre ellas. Hace referencia a una compañía que hace uso de una red

para hacer órdenes de compra a sus proveedores, recibir facturas y realizar los pagos correspondientes. Esta categoría ha sido utilizada por muchos años, particularmente haciendo uso de EDI ("Electronic Data Interchange")" (www.redempresariosvisa.com).

Este es el elemento por el cual las empresas desarrollan actividades comerciales entre ellas mismas, de manera que les permite generar ganancias aún más lucrativas, es el inicio de la actividad comercial mediante la red, estableciendo como característica principal, que solo participan entidades colectivas comerciales.

3.6.1.1. ***Actividades del Business To Business.*** Dentro de las categorías de comercio electrónico, se hizo mención a lo que es la relación comercial entre empresas a través de la red, en ese sentido, se habla de "cualquier operación comercial que se genere entre empresas a través de redes IP (internet, extranet, intranet). Esta operación puede generarse con una empresa y su cadena de abastecimiento o con su cadena de distribución, ya sea directamente o a través de un intermediario que esté en línea" (Roces, 2005, pág. 6).

Básicamente destinado al intercambio de mercancías, ejemplificado un poco el panorama se tiene una empresa extractora de materia prima por un lado y, otra empresa que produce mercancías de esa materia prima convirtiéndolo en un producto, mismo que puede y es comercializado, en razón a ello surge la necesidad de proveerse con esa materia prima para la producción de las mismas en una cantidad cada vez mayor, lo cual genera que la mercancía tenga mayor valor agregado y por lo tanto genera ingresos patrimoniales, esto contribuye al desarrollo social y económico de un país.

3.6.2. Empresa-Consumidor / Business To Consumer (B2C). Esta categoría viene a ser el segundo mecanismo desarrollado a lo largo del tiempo donde las

"Empresas venden al público en general. Consiste en una venta detallada de manera electrónica. Esta categoría ha tenido gran aceptación y se ha ampliado gracias al Internet". (Cabrera)

De esta manera, dando lugar a la distribución amplia de los productos y servicios que ofrecen las entidades que cuentan ya con este servicio, en ese sentido, ya existen diversos centros comerciales que hacen el empleo del internet ofreciendo toda clase de bienes de consumo al público en general, un ejemplo de ello, a nivel Bolivia se conoce a la compañía de "tumomo.com".

3.6.2.1. ***Actividad del Business To Consumer.*** De igual manera esta categoría ya fue mencionada con anterioridad, sin embargo es preciso reiterar que consiste en "el comercio electrónico donde las empresas venden sus productos al público en general, habitualmente mediante catálogos en los que se utilizan programas informáticos de cesta de compras" (OMC, 2013).

Con esta calidad comercial, se amplía el mercado a la población en general, vale decir, que el producto llega directamente al consumidor, desarrollándose el mercado libre, en el sentido de la oferta y la demanda, extendiéndose y ampliándose a grandes escalas, con las facilidades de acceso, entregas a corto tiempo, es decir, sin demora, inclusive con la exención de algún determinado impuesto.

3.6.3. Empresa-Gobierno / Business-To-Government (B2G). El tercer mecanismo de funcionamiento de la actividad comercial vía electrónica ha llegado hasta las instituciones públicas, la cual, consiste en, que las empresas que venden a instituciones de gobierno. "Son todas las transacciones realizadas entre compañías y

diferentes organizaciones de gobierno" (www.redempresariosvisacom). Esta categoría está en sus inicios pero conforme vaya pasando el tiempo se ira adoptando.

Debido al movimiento económico que genera esta actividad del comercio electrónico a nivel de las entidades privadas, los gobiernos centrales han optado por incorporar este elemento en la actividad de las instituciones gubernamentales para un mejor desarrollo social y económico.

3.6.4. Consumidor-Consumidor/Consumer-To-Consumer (C2C). Una vez desplegada la adopción del negocio comercial a través del internet por los gobiernos centrales, esta actividad se extendió a la comunidad en general, dando lugar a esta categoría, la cual consiste en "una Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos. La actividad comercial se desarrolla entre los mismo usuarios, el empleo de la red es informal por la misma razón es que se pueden acceder a todo tipo de transacciones. (www.redempresariosvisa.com).

Este precedente da a conocer la negociación a través del internet, el cual, puede aplicar espacios de accesibilidad, simplificándole al usuario la facultad adquisitiva que posee, ya que puede tener atajos a momento de obtener el producto o servicio que desea, con menos tiempo e incluso con menor costo, en relación al mercado y costo tradicional.

3.7. COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL MUNDO

Bajo los fundamentos establecidos con anterioridad, se observa que el comercio electrónico ha surgido de manera transcendental, con la incorporación del internet, el intercambio electrónico de datos, el movimiento económico y otros, haciendo que a

nivel mundial se tenga que regular este fenómeno, protegiendo a las partes involucradas. Por ello, debe tomarse en cuenta las siguientes cuestiones:

3.7.1. Comercio Internacional. Desde que surgió el comercio a nivel mundial, básicamente desde la antigüedad, el ser humano ha desarrollado distintos métodos y mecanismo para intercambiar sus productos, en ese sentido, frente a la necesidad común de los comerciantes en las transacciones, es que se desarrolla la lex mercatoria como un instrumento de uniformidad frente al comercio en general, básicamente a nivel internacional.

La lex mercatoria se denominada como "el conjunto de reglas creado por la comunidad comercial para atender las necesidades del comercio internacional, con las características de: Transnacionalidad, Formatos estándar de contratos, La costumbre como fuente, Arbitraje y Conciliación" (Paredes, 2001, pág. 313).

Se constituyó como uno de los preceptos fundamentales que dio lugar a éste cometido, estableciendo reglas de comportamiento para el ordenamiento comercial, uniformando la actividad comercial en las relaciones entre comerciantes, aplicando usos y costumbres comerciales, básicamente toda la regulación en cuanto a la actividad comercial, inmersa en ella la oferta y la demanda, libre competitividad, etc.

3.7.2. Reglas del Comercio Internacional. Posteriormente se ha uniformado esta actividad mercantil con el uso de los INCOTERMS, éstos vienen a ser los "términos de comercio internacional, reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales" (Paredes, 2001, pág. 456). Básicamente es "un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa

internacional". (www.businesscol.com, 2014), establecidas todas ellas para uniformar los negocios a nivel general.

Esencialmente son normas para la interpretación de los términos comerciales utilizados en las transacciones internacionales, elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional, los "Incoterms regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos de la operación y la distribución de riesgos de la operación" (http://www.argentinatradenet.gov.ar). Encaminadas a la uniformidad de las transacciones comerciales internacionales.

Están destinados a regular el alcance del precio de la mercancía, transferencia de riesgos, lugar de entrega, pago de transporte, pago de seguros, documentos tramitados por cada parte y su costo, desarrollados entre compradores y vendedores de tal manera que unos y otros se hagan cargo de las obligaciones, de tal manera que se pueda efectuar y consolidar un determinado negocio, por ello, se describe cada una de las reglas internacionales usados en el Comercio internacional son:

3.7.2.1. ***CFR (Cost and Freight)***. Lo que en español significa el Costo y Flete además puerto de destino convenido. "La empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta su destino, el riesgo de pérdida o daño de las mercaderías así como cualquier coste adicional debido a eventos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten del vendedor al comprador" (www.businesscol.com, 2014), utilizado sólo para el transporte por mar.

3.7.2.2. ***CIF (Cost, Insurance and Freight).*** Consiste en Costo, Seguro, Flete y puerto de destino convenido, significa que "el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, El vendedor debe

pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido" (www.businesscol.com, 2014), esto sugiere que el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

En caso de que el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional. En esta regla se exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación, el término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

3.7.2.3. ***CIP (Carriage and Insurance Paid to).*** Transporte y Seguro Pago Hasta el lugar de destino convenido. "El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte" (www.businesscol.com, 2014).

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurridos después de que las mercaderías hayan sido así entregadas, exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación, con este término puede emplearse independientemente el modo de transporte.

3.7.2.4. ***CPT (Carriage Paid To).*** Transporte Pagado Hasta el lugar de destino convenido. "El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido" (www.businesscol.com, 2014).

Quiere decir que comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas, exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación puede emplearse con independencia del modo de transporte.

3.7.2.5. ***DAF (Delivered At Frontier).*** Entregadas en Frontera lugar convenido. Significa que "el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía despachada en la Aduana para la exportación en el punto y lugar convenidos de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador". Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.

3.7.2.6. ***DDP (Delivered Duty Paid).*** Entregadas Derechos Pagados en el lugar de destino convenido. Significa que "el vendedor entrega las mercaderías al comprador, despachadas para la importación, y no descargadas de los medios de transporte utilizados en el lugar de destino acordado" (www.businesscol.com, 2014).

Consiste básicamente en que el vendedor debe asumir todos los costos y riesgos ocasionados al llevar las mercaderías hasta aquel lugar, incluyendo los trámites aduaneros, y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para la importación al país de destino.

3.7.2.7. ***DDU (Delivered Duty Unpaid).*** Entregadas Derechos No Pagados en el lugar de destino convenido. Refiere que "el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador en el lugar convenido del país de importación y el Vendedor ha de asumir todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía, hasta aquel lugar" (www.businesscol.com, 2014).

Pero con la exclusión de derechos, impuestos y otros cargos oficiales exigibles a la importación, Así como los gastos y riesgos de llevar a cabo las formalidades aduaneras.

3.7.2.8. ***DEQ (delivered Ex-Quay).*** Entregadas en Muelle en cuál es el puerto de destino convenido. Hace referencia a que "el vendedor entrega cuando se ponen las mercaderías a disposición del comprador, sin despachar para la importación, en el muelle (desembarcadero) en el puerto de destino acordado. El vendedor debe asumir los costos y riesgos ocasionados al conducir las mercaderías al puerto de destino acordado y al descargar las mercaderías en el muelle (desembarcadero)" (www.businesscol.com, 2014). Exige que el comprador despache las mercaderías para la importación y que pague todos los trámites, derechos, impuestos y demás cargas de la importación.

3.7.2.9. ***DES (Delivered Ex Ship).*** Entregadas Sobre Buque que es el puerto de destino convenido. Significa que "el vendedor entrega cuando se ponen las mercaderías a disposición del comprador a bordo del buque, no despachadas para la importación, en el puerto de destino acordado" (www.businesscol.com, 2014).

3.7.2.10. ***EXW (Ex-Works).*** En Fábrica es el lugar convenido. Significa que "el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, fábrica, almacén, etc.)" (www.businesscol.com, 2014). Este término representa, así, la menor obligación del vendedor, y el comprador debe asumir todos los costos y riesgos.

3.7.2.11. ***FAS (Free Along Ship).*** Libre al Costado del Buque es el puerto de carga convenido. Significa que "la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido.

Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento" (www.businesscol.com, 2014). El término FAS exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

3.7.2.12. ***FCA (Free Carrier).*** Libre Transportista (lugar convenido). Significa que "el vendedor entrega la mercadería para la exportación al transportista propuesto por el comprador, en el lugar acordado" (www.businesscol.com, 2014). El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor este es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

3.7.2.13. ***FOB (Free On Board).*** Libre a Bordo (puerto de carga convenido). Refiere que "La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido" (www.businesscol.com, 2014). El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto, exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación, puede ser utilizado sólo para el transporte por mar.

Este conjunto sistemático contribuyo a la unificación del comercio internacional, jugando un papel importante en las transacciones comerciales uniformando las mismas, superando de esta manera las necesidades lucrativas de las partes intervinientes, incorporando así la eficiencia y prontitud en la entrega de las mercancías, seguridad en cuanto al proveedor y de más circunstancias que deben ser tomadas en cuenta a momento de efectuar una transacción comercial no solo tradicional, sino también electrónica.

3.7.3. Compañías Virtuales. De acuerdo a lo establecido precedentemente y una vez establecidos los incoterms, es que se fueron desarrollando muchas compafiías comerciales de carácter virtual, empleando el intemet para sus transacciones, generando así, lo que se conoce como el comercio electrónico, en virtud a esta evolución es que se puede considerar como una tipología de compañía virtual, la cual, se caracteriza por el empleo constante y habitual de la red, no está ligada a un espacio físico, sino que se conforma básicamente por relaciones comerciales a través del intemet.

3.7.3.1. ***Concepto de Compañía virtual***. Para una mejor precisión en lo que significa este tipo de empresa, se puede decir que "está formada por una red temporal, de socios, de negocios independientes, clientes, proveedores e incluso antiguos competidores. Estos están conectados por tecnología informática lo cual les permite compartir recursos administrativos, experiencia en investigación y desarrollo de mercados y costos" (www.oficinavirtualhoy.com, 2014).

Las modalidades establecidas es este medio favorecen al progreso económico, igualmente refuerzan aún más la idea de una oficina o compañía virtual, ya que los cambios producidos evolucionan la organización y los negocios que se producen en la industria, en los servicios, en el mercado y en las finanzas. Principalmente el acercamiento entre los usuarios con el producto o servicio.

3.7.3.2. Caracterlsticas de Compañia Virtual. Para tener una mejor idea de los que representa este tipo de empresa comercial, se debe recurrir a los rasgos particulares que lo identifican y los separan de la entidad tradicional, por ello, se establece los rasgos diferenciadores según la página web (www.oficinavirtualhoy.com, 2014) son los siguientes:

a. Excelencia. Otorgan la posibilidad de conformar una organización que sea lo mejor en todo, dado que cada socio aporta su pericia y todas las funciones y procesos lograrían ser de nivel mundial, algo no tan factible para una sola empresa

b. Confianza. Dado que el destino de cada socio depende del otro se genera un sentido de objetivo conjunto, exigiendo un nivel de confianza mucho más alto.

c. Sentido de la oportunidad. La colaboración se efectúa para aprovechar una oportunidad específica que ofrece el mercado, disolviéndose por lo general al finalizar esta necesidad.

d. Tecnología. Las compañías y los empresarios podrán reunirse y trabajar como uno solo sin importar su ubicación geográfica debido a las ventajas de las tecnologías de informática y telecomunicaciones.

e. **Ausencia de fronteras.** Se redefinen las tradicionales fronteras de las empresas. Se hace más difícil determinar dónde empieza y termina cada uno debido a la mayor cooperación entre competidores, proveedores y clientes.

Dada las peculiaridades de flexibilidad de la ubicación geográfica y la constante comunicación en cuanto a las relaciones comerciales, se establece un cimiento solido entorno a ellas, asimismo la agilidad con que cuenta una compañía virtual, les otorgan grandes ventajas competitivas en el mundo actual, otorgándoles una gran capacidad para capturar mercados, mayor y rápido desarrollo debido al contenido tecnológico que poseen y con las que trabajan.

3.7.3.3. Compañías Virtuales Establecidas.

a)Amazon.com. El término Amazon es utilizado para describir la organización, compañía o empresa de nacionalidad estadounidense encargada del comercio electrónico y servicios de cloud computing a diferentes niveles con sede principal en la ciudad de Seattle ubicada en el Estado de Washington.

Es decir, se trata de "una corporación de comercio electrónico calificada como la más importante a nivel mundial, cuyo lema principal es "and you' re done", que traducido al espaflol es (y tú estás listo)" (conceptodefinicion. de, 2014). Tiene su origen y fue "fundada en 1994 como Cadabra.com, luego lanzada en 1995 como Amazon.com. Comenzó como una librería online, luego se diversificó para todo tipo de productos como DVDs, CDs, software de computadora, videojuegos, electrónica, equipos, muebles, comida, juguetes y mucho más" (www.alegsa.com.ar, 2014).

b) tumomo.com. Es un portal electrónico fácil de usar para "anunciar casi todo lo que se quiera ofertar, demandar o publicar. Las marcas comerciales y las marcas mencionadas son propiedad de sus propietarios correspondientes. El uso de este sitio implica la aceptación de los términos y condiciones de uso, así como también de las Políticas de privacidad de la página web" (tumomo.com).

3.8. VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Algunas de las ventajas que aporta el Business To Business para los compradores, según la red de empresas de empresarios visa son las siguientes:

- "Posibilidad de recibir mayor número de ofertas.
- Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.

- Abaratamiento del proceso, visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc." (www.redempresariosvisa.com).

Proveniente de una gran cantidad de personas dedicadas al rubro y que habitualmente desarrollan estas actividades se observa una clara solidez y beneficio en cuanto al crecimiento económico con las ofertas a través de la red, la disminución en el costo de adquisición por un lado.

Por otro lado, las ventajas que aporta el Business To Consumer para las empresas, son las que se detallan a continuación:

- "Grandes y pequeñas empresas pueden mostrar sus catálogos en línea y vender sus productos, sin incurrir en altas inversiones; Comunicación directa con los clientes, sin intermediarios.
- No es necesario grandes cantidades de inventario físico para poder vender en línea, solo rápidas soluciones de distribución.
- Mejoramiento de imagen.
- Cambios rápidos de diferentes temporadas permitiendo presentar a los consumidores una variedad cada vez cambiante y permitiendo una gran variedad de información acerca del producto en oferta.
- Disminución de costos (administrativos, de transacción, marketing, etc.)
- Mejor gestión informativa con el entorno externo y el interno.
- Posibilidad de acceso rápido a mercados distantes.
- Facilidad de encontrar nuevas posibilidades de negocios" (www.redempresariosvisa.com)

Todos estos factores, han permitido que el comercio electrónico cobre mayor cobertura en los últimos años. Este crecimiento se explica, en gran medida, por la evolución que han mostrado diversos países en aspectos claves para transformar el intemet como un canal de ventas efectivo.

El acceso a la competitividad de las pequeñas y medianas empresas es un avance, desde el punto de vista comercial, ya que para ingresar al mercado comercial electrónico no precisa de grandes cantidades de inversiones y a la misma vez esta entidad tiene la posibilidad de mejorar su imagen comercial y en consecuencia ponerse a la par con las entidades potenciales en el mercado internacional, como ser las transnacionales, pues al igual que las mismas, las PY1vfE pueden tener el mismo acceso al mercado, por las características que presenta el comercio electrónico.

El cambio rápido e inmediato en la oferta del producto tiene la posibilidad de variar el mismo en cuestión de segundos, el cual ofrece al público en general mayor variedad, ya que para efectuar dicha distinción precisara de menos costo, asimismo mejora su nivel de información sea esta externa o interna, incluso se abre la posibilidad de acceso a lugares alejados hasta encontrar nuevas fuentes de negocio.

3.9. RIESGOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El avance de la tecnología y el comercio electrónico han generado transformaciones en la sociedad moderna, impulsando el desarrollo económico, por ello, las empresas están adoptando esta estrategia como su forma habitual de hacer negocios, a su vez representa un mayor beneficio para los procesos comerciales (www.isaca.org). Sin embargo, la contratación por medios electrónicos, a desarrollado paralelamente problemas en el tratamiento de la seguridad en la red.

Debido a que la información que se encuentra en el espacio intangible, es de fácil acceso para los expertos en informática y electrónica, navegar por la red es bastante sencillo, en ese contexto, se puede interceptar dicha información e inclusive adulterarla o destruirla por estos expertos. Entre éstos se tiene los siguientes:

3.9.1. Los Hackers. Son los sujetos que vulneran las contraseñas, con la finalidad de satisfacer una necesidad de intrusismo informático, es básicamente "alguien que penetra en las redes informáticas y los sistemas de información con el objetivo de probarse a sí mismo (y a veces a los demás), sus habilidades intelectuales en el uso de la tecnología o porque persigue sacar algún tipo de provecho de sus capacidades" (www.genbeta.com, 2014). Entre estos, también existen subdivisiones.

Entre estos existen los denominados hackers de sombrero blanco y los hackers de sombrero negro. "El término proviene de viejas películas del oeste, donde héroes a menudo llevaban sombreros blancos y los "chicos malos" llevaban sombreros negros" (www.genbeta.com, 2014), por ello, para aclarar el panorama y entender mejor ésta subclasificacion, a continuación se desarrolla y diferencia ambas:

3.9.1.1. ***Hackers de sombrero blanco (White Hat Hackers).*** Este término se refiere, a los "expertos en seguridad informática que se especializan en realizar pruebas de penetración, con el fin de asegurar que los sistemas de información y las redes de datos de las empresas" (www.genbeta.com, 2014). Cuando se encuentran con una vulnerabilidad, de inmediato se comunican con el administrador de la red, para comunicarle la situación en la que se encuentra su sistema, con el objetivo de que sea resuelta lo más pronto posible.

3.9.1.2. ***Los hackers de sombrero negro (Black Hat Hackers).*** Es el término que se utiliza a menudo y específicamente para "los hackers que se infiltran en redes y computadoras con fines maliciosos. Los hackers de sombrero negro continúan superando tecnológicamente sombreros blancos. A menudo se las arreglan para encontrar el camino de menor resistencia, ya sea debido a un error humano o pereza, o con un nuevo tipo de ataque" (www.genbeta.com, 2014).

La diferencia que existe entre hacker de sombrero blanco y hacker de sombrero negro, es que el ultimo causa destrucción, se aprovecha de las fragilidades de un determinado sistema, con el objetivo de arruinar o robar la información, elementalmente se diferencian por el grado de malicia.

3.9.2. **Los Crackers.** Son sujetos cuyos retos se limitan a la vulneración de programas informáticos, software comerciales, cometiendo conductas de piratería informática, copian sin consentimiento programas informáticos, vulnerando los derechos de autor. "Estos comúnmente entran en sistemas vulnerables y hacen daño, ya sea robando información, dejando algún virus en el sistema y crean puertas traseras para poder entrar nuevamente cuando les plazca" (axelsanmiguel.com, 2014). También se los conoce como tal debido a que diseñan programas para romper seguridades de Softwares, ampliar funcionalidades del software o el hardware original.

3.9.3. **Los Phreakers.** Son las personas que conocen técnicas de cómo engañar a sistemas de cobro a distancia, por ejemplo pagar los servicios a menos precio del real. "De phone freak ("monstruo telefónico". Son personas con conocimientos tanto en teléfonos modulares (TM) como en teléfonos móviles, se encuentran sumergidos en entendimientos de telecomunicaciones bastante amplios. Por lo general, estos

delincuentes informáticos trabajan en el mercado negro de celulares, desbloqueando, clonando o programando nuevamente los celulares", toda esta infonnación proviene del sitio web (mejoreshackerfamosos.blogspot.com, 2014).

Su actividad está centrada en romper las seguridades de las centrales telefónicas, desactivando los contadores con el fin de realizar llamadas sin ningún costo.

3.9.4. Wannabe. Son aquellos que "están introduciéndose en ese mundo, este tipo va en serio y quiere aprender de verdad. (Suelen llamarlos así cuando ya conocen algo del tema y se nota claramente su seriedad, de lo contrario los suelen llamar Newbie) (ixtm.blogspot.com, 2014). Prácticamente son nuevos entorno a la violación de reglas programáticas y su vulnerabilidad.

3.9.5. Script Kiddie. Este tipo "es una persona que utiliza herramientas de hackeo, que han sido creadas por otros, sin tener el más mínimo conocimiento de cómo funcionan y sin interesarse por investigarlo (suelen seguir tutoriales publicados por otros) (ixtm.blogspot.com, 2014). Simplemente emplean los programas de vulneración ya creadas por expertos en el área.

3.9.6. Lammer. Es aplicado a "personas con falta de habilidades o de inteligencia, es decir, un incompetente que pretende hacer hacking, sin tener el más mínimo conocimiento de informática. Suelen desarrollarlos a través del siguiente mecanismo "Si quieres hackear facebook envíanos un email a esta dirección con tu correo y tu contraseña"". (ixtm.blogspot.com, 2014). Se centran más en el engaño para vulnerar un determinado portal, red social o correo electrónico.

3.9.7. Los Sniffers **O** Rastreadores. Se usan para "penetrar en el disco duro de una computadora conectada a una red, con la finalidad de buscar cierta información,

mediante ellos se pueden recogen los correos electrónicos que se encuentran en el cyber espacio permitiendo su control y lectura" (ixtm.blogspot.com, 2014). Es por ese medio que pueden acceder a dicha información y utilizarla de manera destructiva.

Se observa que los primeros, es decir, (hackers y crackers) son personas que utilizan sus conocimientos en informática para violar códigos de seguridad, impuestos por los creadores de determinados programas o software y los que los siguen no tienen un buen conocimiento de informática pero también vulneran dichos programas usando como guía la creación de los primeros. Por ello, es preciso desarrollar parámetros de legalidad que coadyuven a las técnicas de seguridad de un determinado estado, todo ello, para precautelar la información vertida en el ciberespacio.

3.10. CONSECUENCIAS DE LOS RIESGOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En virtud a lo anterior, el mundo de los negocios se ve afectado por el mal uso de la información contenida en los ordenadores, lo cual es importante para el propietario ya que la misma es de uso industrial e incluso personal, eso lo hace aún más importante, en consecuencia se pueden generar los siguientes inconvenientes:

3.10.1. Pérdidas Financieras. Como resultado de un fraude, alguien puede transferir fondos en forma fraudulenta de una cuenta a otra o destruir importantes registros financieros. "Cuando hablamos de pérdidas de dinero por delitos en el ámbito informático, lo primero que nos viene a la mente es, a un hacker vaciando nuestra cuenta corriente al hacer una transferencia a una cuenta en un país lejano o el robo de identidad para compras no autorizadas en portales de venta online. Si bien ese escenario puede ser devastador, los daños colaterales de un ataque online son las partes más complicadas de

remontar luego de una perdida financiera" (www.delitosinformaticos.com, 2014). Debido principalmente a que este tipo de delito es especial por las características que presenta.

Se caracteriza por ataques masivos de cuentas de correo y páginas, accesos ilegales a bases de datos y servidores, virus y otro tipo de delitos informáticos, que cada día cuestan millones, no solo a la cuenta de grandes empresas, sino prácticamente a cualquier persona que tenga información en soporte digital y vinculado de algún modo al internet.

3.10.2. Pérdidas de Información Confidencial de Valor. Una infracción puede revelar información a partes no autorizadas para su conocimiento, resultando en un daño muy importante. "Según el tipo de los datos perdidos, los daños causados pueden oscilar entre el menoscabo de la reputación, la disminución de los ingresos de la empresa y sanciones financieras, que surgirán de multas o demandas judiciales. Los costes pueden ascender rápidamente a millones de dólares" (www.sophos.com, 2014), generando de esta manera, una gran deficiencia económica en la entidad comercial, como también para cualquier usuario.

3.10.3. Pérdida de Oportunidad de Negocio a Través de Discontinuidad del Servicio. Los servicios comerciales, electrónicamente dependientes, pueden ser interrumpidos por largos o inaceptables períodos de tiempo, como resultado de ataques deliberados o eventos accidentales.

El costo puede ser catastrófico "Algunas de estas consecuencias pueden ser minimizadas por adecuadas y sanas prácticas en los controles internos de la tecnología informática dentro de la organización. Un ejemplo: para disminuir las posibles pérdidas

por discontinuidad de servicios, podría ser tomar medidas de planificación de contingencias y de seguridad física No obstante, el escenario en el cual se desenvuelven las transacciones del comercio electrónico es global, va más allá de los entornos de las organizaciones involucradas, y los riesgos no siempre pueden ser minimizados con los tradicionales métodos de seguridad y/o prevención" (www.isaca.org). En ese entendido, las entidades encargadas de la misma deben desarrollar mecanismos de prevención para ello.

La responsabilidad de las empresas es desarrollar seguridad para los medios de pago, también las instituciones financieras, y los comerciantes deben encaminar al mismo criterio, es trascendental para establecer mecanismos de: confidencialidad en las comunicaciones, autenticidad de todas las partes involucradas, garantizar la integridad de las instrucciones de pago y de más situaciones necesaria para precautelar el derecho de los consumidores y de las entidades encargadas del manejo del mismo.

3.10.4. Utilización no Autorizada de los Recursos. Un ataque externo puede generar acceso a los recursos no autorizados, y hacer uso de la información para el beneficio propio. "Los recursos informáticos y de comunicaciones son utilizadas para tareas relacionadas con los fines de los servicios administrativos, responsabilidad del usuario, el uso correcto de los servicios" (www.ua.es, 2014). Pero si se las usa de manera inversa genera grandes inconvenientes para la entidad comercial.

Debido que el uso no autorizado de los recursos ya no cumple con el deber de guardar la confidencialidad de las contraseñas que proporcionan el acceso a los distintos recursos informáticos. Sean esto del uso de los usuarios para fines privados, personales

o incluso transmitir algún contenido, la distribución ilegal y uso de material que viole los derechos informáticos perjudican la finalidad de los recursos.

3.10.5. Pérdida de Confidencia o Respeto del Cliente. Una organización puede sufrir pérdidas significativas como resultado de la publicidad negativa de una intrusión o falla. "La confidencialidad de los mensajes con los clientes es uno de los primordiales factores de utilización para establecer el contenido de los contratos electrónicos". (www.isaca.org). Por ello, precautelarlos es de vital importancia y la pirámide del cual se sostiene la confidencialidad.

Debido al riesgo que representa impide crear, mantener y mejorar las relaciones sólidas con los clientes u otros interesados, disminuye la meta de proporcionar seguridad en el valor de sus transacciones a los clientes, lo cual, generan pérdidas económicos, sociales, técnicos, causando también daños legales, para evitar estos inconvenientes deben tomarse previsiones de seguridad con el fin de conseguir la lealtad de los usuarios en las negociaciones electrónicas.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO LEGISLATIVO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA

4.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA

BOLNET es "la institución encargada del registro exclusivo de Dominios en Internet con la extensión asignada a Bolivia (bolnet.bo) y sus distintas categorías: Comercial, educativa, organizacional, medios, entre otras categorías". (www.nic.bo). El objetivo de la misma es sistematizar el estado plurinacional.

Continuando con el proceso cronológico de la evolución e incorporación en Bolivia "En 1993 ya se tiene conexión a internet con equipos de bolnet. En enero se instaló la red física en la Facultad de Ingeniería de la UMSA. El 16 de Julio Bolnet terminó de instalar su conexión a internet las 24 horas del día, con lo cual se logró la conexión con 91 países. Bolnet logró constituir una red que conectó a 200 computadoras. En 1994 Bolnet, se convirtió en la única red que prestaba servicios a más de 1000 usuarios" (www.nic.bo), incluyendo a instituciones académicas y científicas.

En 1995 Se diseñó e instaló varios servicios para redes y sistemas de información. Se desarrolló los nodos de bolnet en "Santa Cruz (Universidad Gabriel René Moreno), Cochabamba (Universidad Mayor de San Simón) y Sucre (Universidad Andina Simón Bolívar)". (www.nic.bo). De esa manera va extendiéndose las redes del internet en los departamentos e instituciones gubernamentales, académicas.

En 1996 se marcó para muchos el inicio de la World Wide Web (www) como canal de comunicación dentro del ámbito de investigación y enfocado a las personas un nuevo panorama. Se empieza a comercializar la conexión a intemet a empresas y usuarios, se plantean la utilidad de crear páginas web y estar presentes en la Red global para estar conectados con el universo, tener información de lo que sucede en el exterior y de más acontecimientos ocurridos en los distintos países del mundo, básicamente tener la información adecuada.

En 1997 se diseñó e instaló los nódulos de ENTEL en "La Paz (UMSA), Cochabamba (UMSS), Santa Cruz, (UGRM) Chuquisaca (UASB) y Tarija (UJMS). Se diseñó e instaló los primeros nodos gubernamentales para la conexión a internet: Vicepresidencia de la República, Honorable Congreso Nacional, Ministerio de Comunicación Social (con más 2200 noticias al día)". (www.nic.bo), un gran progreso a nivel gubernamental.

Más adelante, durante el proceso de incorporación del internet dentro de la sociedad boliviana se "diseñó la primera biblioteca virtual de Bolivia para la Universidad Andina Simón Bolívar con sede en Sucre. En 1998 se diseñó el sitio web www.nic.bo para la administración de dominios.bo en Internet (Network Information Center)". (www.eabolivia.com). Incorporándose paso a paso en el ciberespacio y a nivel internacional.

Se describe el avance progresivo de la tecnología en Bolivia, desde la sola administración de una entidad privada hasta la nacionalización de la misma. Estableciendo de esta manera los precedentes a la incorporación del comercio electrónico como tal, ya que con el pasar del tiempo los primeros atisbos fueron las

transacciones bancarias electrónicas, fueron éstos los primeros en incorporar el internet en sus movimientos bursátiles.

4.2. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA

Ingresando concretamente a la regulación del comercio electrónico en sí, se tiene que "En los años 1999 y el 2002 se diseñan los primeros sistemas de información gubernamental en Bolivia: el Portal Congreso Nacional, Corte Suprema de Justicia, Vicepresidencia de la República, CONACYT, FEDSIDUMSA" (www.nic.bo).

Entre el 2002 y el 2004 "la Red más alta del mundo es la primera Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia - ADSIB. Bolivia participa de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información realizada en Ginebra el 2003. Se realizó proyectos estratégicos como: la Estrategia de Tecnologías de Información y Comunicación – ETIC". (www.nic.bo). Todo ello, con la finalidad de abrir nuevos campos de progreso, mediante la tecnología y de esa manera agilizar los avances de comunicación.

Llegando ya al año 2006 "la Presidencia de la Comisión de Industria, Comercio, Turismo, Ciencia y Tecnología del Honorable Senado Nacional delega a la ADSIB como Secretaría Técnica del Grupo de Trabajo para la revisión, elaboración, redacción y consenso del Proyecto De Ley De Documentos, Firmas y Comercio Electrónico, conformado por veintiún entidades del sector público y privado. Aprobada la Ley por el Congreso Nacional se constituirá en el marco jurídico que impulsará y desarrollará el Comercio Electrónico en Bolivia" (www.eabolivia.com).

Esta normativa tuvo un éxito relativo, debido a que el resultado del mismo fue la ley de telecomunicaciones, pero esta fue bastante distinta ya que el espíritu se tergiversó en el transcurso de su aprobación.

Observando el progreso de este proyecto, se puede determinar que éste no llego a su conclusión y objetivo con la finalidad inicial, ya que las ideas políticas de entonces deformaron de alguna manera su contenido. Sin embargo, analizando que "Bolivia hasta junio de 2000 tenía una población total de 8.328.700 habitantes, de esta población sólo 40.000 personas tienen acceso a Internet y están inscritos o poseen cuentas fijas en las empresas que brindan servicios de Internet y/o comercio electrónico. La población no registrada en el país llega aproximadamente a 215.000 usuarios. Estos resultados indican que el mercado boliviano alcanza a 255.000 usuarios". Según el (ALADI, 2001, pág. 7). Progreso, sin duda elemental para Bolivia.

En cuanto a la regulación del Comercio Electrónico en la actualidad Boliviana, sólo se establece en cierta medida una que otra mención al respecto y de manera general; por tanto, no existe una legislación en lo específico, que se dedique a regular el contenido que se está tratando en el presente trabajo. Sin embargo, debido al incremento expansivo del comercio electrónico en el mundo.

Estas olas de la tecnología moderna alcanzaron también a la población boliviana, ya que ésta representa una tipología especial de comercio en el ámbito nacional e internacional, con las ventajas económicas y disminución de tiempo. Por ello, requiere de un tratamiento particular muy minucioso al respecto, en virtud al riesgo y ventaja que constituye.

4.3. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL

De acuerdo a los fines que establece el art. 9, en su numeral 2) contempla el deber de "Garantizar el bienestar, el desarrollo, la seguridad y la protección e igual dignidad de las personas, las naciones, los pueblos y las comunidades, y fomentar el respeto mutuo y el diálogo intercultural, intercultural y plurilingüe" (CPE, 2009); enfatizando en la seguridad y protección de los consumidores, observando que la Constitución Política el Estado contempla los mismos como derechos fundamentales.

Asimismo estable el derecho de "las usuarias y los usuarios y las consumidoras y los consumidores gozan de los siguientes derechos: A la información fidedigna sobre las características y contenidos de los productos que consuman y servicios que utilicen" (CPE, 2009), contemplado en el art. 75 numeral 2.

Seguidamente en la sección IV contempla temas referentes a ciencia, tecnología e investigación art. 103. Concluyendo con el art. 7 párrafos II, establece que "La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad" (CPE, 2009). Todo ello, con el fin de precautelar el interés de los usuarios.

Como se puede observar, en los precedentes normativos de la norma fundamental, se contempla el desarrollo de la tecnología, en base al cumplimiento de la seguridad y protección de la información a través de la veracidad y responsabilidad, para investirla de la característica fidedigna que colabora con la creación de una norma especial para regular el comercio electrónico, previo establecimiento de lineamientos jurídicos para tal propósito.

4.4. CÓDIGO DE COMERCIO

Esta ley en su art. 1 hace referencia al alcance de la ley, mencionando que el "Código de Comercio regula las relaciones jurídicas derivadas de la actividad comercial" (Presidencia, Código de Comercio Boliviano, 1977). Es decir, cualquier dinamismo lucrativo está regido por esta norma. Asimismo, expresa la aplicación por analogía las normas del Código Civil.

En virtud al art. 4 "Comerciante es la persona habitualmente dedicada a realizar cualquier actividad comercial, con fines de lucro" (Presidencia, Código de Comercio Boliviano, 1977). Lo cual nos da a entender la diferencia de una persona común y una persona comerciante.

En ese sentido, la actividad comercial se integra de una infinidad de actos y operaciones dirigidas al comercio y están enumeradas en el art. 6. Dentro del art. 126 establece la tipología de sociedad donde no se contempla una virtual. Sin embargo con los contratos bancarios regulados en los artículos 1302 al 1471, de alguna manera desarrolló el comercio electrónico a través del depósito bancario y otros. Siendo que las transacciones bancarias son antecedentes que dieron lugar a esta figura comercial a nivel mundial, juntamente con los contratos internacionales.

4.5. CÓDIGO CIVIL BOLIVIANO

La normativa civil en su parte segunda, de las fuentes de las obligaciones título I contempla los contratos en general, capítulo I refiere las disposiciones generales, su art. 450 indica que "Hay contrato cuando dos o más personas se ponen de acuerdo para constituir, modificar o extinguir entre sí una relación jurídica" (Presidencia, Código Civil Boliviano, 1975). Quiere decir que, el convenio es a voluntad de las partes.

De acuerdo al art.451 establece la aplicación a todos los contratos sea que tengan o no denominación, el art 452 contempla los requisitos exigidos para la formación de los contratos, esto se refiere al consentimiento de las partes, objeto, causa, forma; esta última indica que sea legalmente exigible.

En virtud al art. 454 "Las partes pueden determinar libremente el contenido de los contratos que celebren y acordar contratos diferentes de los comprendidos en este Código" (Presidencia, CODIGO CIVIL, 1975), finalmente el art. 483 establece como principio que toda persona puede contratar si es legalmente capaz.

4.6. LEY SIRESE

La Ley SIRESE establece en el inciso b) del artículo 1° lo siguiente: "Créase el Sistema de Regulación Sectorial, cuyo objetivo es regular, controlar y supervisar aquellas actividades de los sectores de telecomunicaciones, electricidad, hidrocarburos, transportes, aguas y las de otros sectores que mediante ley sean incorporados al sistema y que se encuentren sometidos a regulación conforme a las respectivas normas legales sectoriales, asegurando que tanto los intereses de los usuarios, las empresas y demás entidades reguladas, cualesquiera fuera su forma y lugar de organización o constitución, como los del Estado, gocen de la protección prevista por ley en forma efectiva". (ALADI, 2001).

Se menciona las entidades que deben ser reguladas de manera sectorial; sin embargo, no establece una situación concreta respecto al comercio electrónico como tal ya que hace referencia a las telecomunicaciones, pero no se describe al tema de investigación del presente trabajo.

4.7. LEY DE TELECOMUNICACIONES

En relación a esta materia del comercio electrónico la Ley N° 164 de 08 de Agosto de 2011 denominada como Ley General de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación, a incorporado en el Título IV desarrollo de contenidos y aplicaciones de tecnologías de información y comunicación, Capítulo cuarto titulado como comercio electrónico.

En su artículo 85 hace referencia a la oferta electrónica de bienes y servicios, mencionando que éstas deben desarrollarse de manera confiable, el cual, textualmente dice "la oferta de bienes y servicios por medios digitales, que cumplan con las condiciones generales y específicas que la Ley impone, debe ser realizada en un ambiente técnicamente confiable y en las condiciones que establece el Código de Comercio", este artículo denota de manera general y remitiéndose al código de comercio boliviano para regir los contratos en general la forma de contratar.

Eso indica que no se está tomando en cuenta, la especialidad del comercio electrónico, puesto que esta manera de hacer negocios las partes intervinientes es inusual, debido a que no participan de manera física en el convenio, sino la misma se efectúa a través de medios electrónicos, razón por la cual no podría regirse por el código de comercio ya que en ella no se contempla la particularidad de este contenido.

Dentro del artículo 86 la norma hace referencia a la validez de los contratos electrónicos tomando en cuenta la voluntad contractual en los mismos, que citado textualmente nos menciona lo siguiente: "I. las partes podrán realizar transacciones comerciales mediante documento digital en las condiciones señaladas por ley", nuevamente este texto nos describe una situación de manera general, es decir, se

consigna la legalidad que debe exigirse en los contratos comerciales, con la particularidad de que esta transacción se la puede realizar mediante algún documento digital, pero aún sigue siendo insuficiente para regir el comercio electrónico como tal.

Continuando con el análisis, en el siguiente parágrafo menciona lo siguiente: "II. Lo dispuesto en el presente capitulo no será aplicable a aquellos contratos en los cuales la Ley o el mismo contrato excluya expresamente la validez de los documentos digitales", quiere decir que, si las partes pactan el documento en el cual se contendrá el negocio, en relación a este texto nos hace también referencia de alguna manera a la nulidad de los contratos, lo cual es una sanción a los contratos que no constituyan los requisitos exigidos por la ley, razón por la cual pierde su eficacia, es decir, la validez de los contratos en general y como consecuencia de ello no puede surtir su efectos jurídicos ni nacer a la vida del derecho.

Ingresando al artículo 87 se menciona la valoración de los contratos y firmas digitales tomando en cuenta su fuerza probatoria incluyendo la información que la constituye, pero para una mayor comprensión se cita textualmente lo siguiente: "I. Los documentos digitales carentes de firma digital, serán admisibles como principio de prueba o indicios", tomando en cuenta que uno de los requisitos de validez que debe cumplir un documento digital es la firma digital, si ésta carece de la misma no puede tomarse como indicio, en otras palabras, ni siquiera como principio de prueba, ya que pierde totalmente la fuerza probatoria. Por este elemento es que este parágrafo es impertinente y hasta contradictorio con la regulación del comercio electrónico, sus mecanismos de seguridad, eficacia, fuerza probatoria de toda la documentación inmersa en este medio.

Siguiendo con el mismo artículo en su parágrafo II menciona que "Se tomará en cuenta la confiabilidad de la forma en que se haya generado, archivado y comunicado el documento digital, la forma en que se haya conservado la integridad de la información y la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente", este contenido nuestra claramente la contradicción con el parágrafo primero, debido a que se refieren a cuestiones de fondo y forma, toda vez que en el primer parágrafo menciona un requisito indispensable para la validez de un documento digital, lo cual constituye un tema de fondo, mientras que en el segundo parágrafo refiere al procedimiento de conservación, identificación de la información que contienen los documentos digitales, establece con claridad los requisitos de forma.

Los requisitos de forma y fondo de un contrato son cuestiones complementarias pero totalmente distintas, por ese hecho, no puede ser un mismo objeto ya que cumplen funciones distintas para la vida del derecho y en consecuencia sus efectos jurídicos.

Finalmente el artículo 88 indica las controversias que puedan suscitarse entre las partes intervinientes, que citado textualmente dice: "En caso de controversias las partes se someterán a la jurisdicción estipulada en el contrato, a falta de ésta, se sujetarán a la autoridad administrativa boliviana si corresponde y en su caso a la jurisdicción ordinaria", nos menciona la competencia de las autoridades llamadas por ley, para resolver los conflictos de naturaleza comercial electrónica, empezando por el que se estipuló en el contrato, seguidamente a la autoridad administrativa que vendría a ser del Sirese, concluyendo con la vía ordinaria.

En gran inconveniente que se presenta a nivel Bolivia, es que no existe instituciones especializadas que administren las actividades del comercio electrónico,

por ello, el gobierno debe instaurar establecimientos especiales que se dediquen a resolver temas pertenecientes a éste en lo particular debido a la complejidad que representa.

Se observa que existen cuatro artículos que señalan de manera general la regulación del comercio electrónico, el cual no es suficiente para regir los contenidos que abarca este tipo de transacción. Si se presta atención, el comercio en general incluye un campo bastante amplio, por ello, se debe tomar conciencia que la regulación de las transacciones electrónicas comprenden temas complicados y extensos, entre éstos temas se puede mencionar a: mensaje de datos, validez de ellas, instituciones que certifican la firma digital, documentos digitales, validez y eficacia de las mismas, fuerza probatoria, seguridad de las mismas, entidades certificadoras, entidades de resolución de conflictos, protección del consumidor, etc.

Ya que, el campo del comercio electrónico ésta inmerso en el ámbito boliviano, éste mecanismo de lucro en las sociedades comerciales y que son empleados constantemente en la actualidad, la información o mensaje de datos que se manejan mediante la red, debe estar debidamente regulado y protegido por el gobierno central, a través de mecanismos legales, sean éstas las normas jurídicas y leyes nacionales, debido principalmente a que existe riesgo de ser obstaculizado por los hackers.

4.8. DECRETO SUPREMO N° 1793

El reglamento para el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación de fecha 13 de Noviembre de 2013, en el Título VII del mismo reglamento titulado como Comercio electrónico, dentro del Capítulo único artículo 58 referida al comercio electrónico de manera general lo siguiente:

Establece que las TIC deben utilizarse como un instrumento para el impulso del comercio electrónico dentro del ámbito nacional e internacional, que citado textualmente indica que "Las TIC, se utilizarán como un instrumento que permita promover el comercio electrónico, entre el oferente y el demandante de bienes y servicios", tomando en cuenta que las tecnologías de la información y comunicación son instrumentos y mecanismos de procesamiento, conservación y transmisión de la información por medios electrónicos, es penoso indicar que este artículo es impertinente ya que las tic cumplen básicamente esa función y no es necesario mencionarlo nuevamente, por tanto no contribuye una administración y tratamiento del comercio electrónico, ni mucho menos su regulación.

En seguimiento a la revisión del reglamento, se tiene al artículo 59 el cual, hace referencia a objetivos del comercio electrónico, la cual, es facilitar la negociación electrónica dentro y fuera de Bolivia, validar las operaciones, fomentar y estimular la aplicación de nuevas tecnologías de la información, indica textualmente lo siguiente: "El comercio electrónico tendrá mínimamente los siguientes objetivos:

a) Facilitar el comercio electrónico en el interior y exterior del Estado Plurinacional de Bolivia;
b) Validar las operaciones efectuadas por medio de las nuevas TIC;
c) Fomentar y estimular la aplicación de nuevas tecnologías de la información;
d) Apoyar las nuevas prácticas comerciales."

El artículo es reiterativo, ya que las funciones que cumple las tecnologías de la información y comunicación, primordialmente porque el propósito para la aplicación de una norma, es justamente para el desarrollo y progreso de los países, sea esta para el

comercio, cultura, etc. Lo referido precedentemente en el artículo no proporciona ninguna regulación entorno al tema que se está tratando de manera específica.

En virtud a lo expuesto precedentemente, es que se observa una gran debilidad en cuanto a la regulación del comercio electrónico en el estado plurinacional de Bolivia, específicamente en la ley de telecomunicaciones "ley Nro. 164" y en su reglamento Decreto Supremo Nro. 1793, debido a que estos reglamentan las tecnologías de la información y comunicación, se centra en establecer todo lo relacionado a las telecomunicaciones, por tanto, el comercio electrónico es un asunto bastante amplio, complejo y especial de tal manera que merece un tratamiento minucioso que abarque todo el campo del comercio electrónico.

4.9. LEY DE DERECHOS DE AUTOR

En lo que se refiere a la regulación del comercio electrónico, en la Ley de Derechos de Autor, el Gobierno Nacional, en fecha 25 de abril de 1997, mediante Decreto Supremo 24582, aprobó el Reglamento del Soporte Lógico o Software, por la imperativa necesidad de definir el régimen de protección del soporte lógico y los bancos de datos, así como de regular las relaciones de su explotación en el territorio nacional.

Esta norma jurídica consta de IX capítulos y 27 artículos. La "Ley de Derechos de Autor en su Título XIV, Capítulo I, hace una relación de los delitos punibles y señala que los procesos a que den lugar los mismos, serán de conocimiento de la judicatura penal ordinaria". (ALADI, 2001). Institución conocida en el antiguo sistema.

En cierta medida reconoce que en distintas circunstancias se incurren en delitos de soporte lógico o software, sin embargo, no es suficiente para regular la situación en la que incurren los hackers, los cuales pueden cometer distintas faltas, debito también a

que estos agentes son de distinta categoría de peligrosidad. Por ello, el grado de riesgo es también diferente al infractor y/o delincuente común.

4.10. CÓDIGO PENAL

En esta materia, la norma del "Código Penal también establece y sanciona los delitos cometidos contra los derechos de autor en su artículo 362. Asimismo, tipifica los delitos de fraude comercial, desvío de clientela, abuso de confianza, espionaje, apropiación indebida, robo, hurto, asociación delictuosa, sociedad o asociaciones ficticias, etc.". (ALADI, 2001). Pero es bueno resaltar la que sanciona los delitos.

Entre éstos se puede citar los siguientes: derechos de autor debido a que ello implica una cuestión intangible que debe ser protegido; otro tema a resaltar respecto a este tema, es el de fraude comercial, por el contenido que representa para el derecho comercial y en concreto para el comercio electrónico, ya que éste delito puede convertirse en una amenaza bastante constante en ésta materia.

De alguna manera, los delitos relacionados a la propiedad intelectual y de más cuestiones aledañas a ésta pueden ser aplicados de algún modo a los delitos cibernéticos, en virtud, a que se vincula con el contenido de la información manejada por el área del comercio e incluso industrial. Pero ello, no es suficiente para la regulación de lo que el comercio electrónico encierra en sí misma.

4.11. MODIFICACIONES DE LA LEY PENAL

En el tema de delitos informáticos, la "modificación al Código Penal mediante Ley del 10 de marzo de 1997 establece como delitos las alteraciones, modificaciones, y uso indebido de los medios informáticos según se señala en el Capítulo XI, Art. 363 -

Delitos Informáticos". (ALADI, 2001). Tomando en cuenta el inminente crecimiento de las infracciones de éste tipo.

Se establece la modalidad por el cual se pueden incurrir en delitos informáticos tipificando la misma dentro de la normativa penal, ya que el uso de la red se ha vuelto algo habitual en la actualidad, vulnerar los códigos de seguridad que las protegen también pueden ser descubiertos con facilidad, sin embrago, la diferencia sutil que existe entre ese tipo de delito es la misma diferencia que existe entre un comerciante y una persona civil que desarrolla algún tipo transacción. En ese sentido se tiene la siguiente descripción que ayude a la comprensión.

En virtud al precedente establecido es que la primera persona tiene especialidad y habitualidad y la segunda no posee esos atributos. Por ello, los posibles delitos que pueden ser cometidos en el comercio electrónico son distintos respecto al comercio tradicional, aunque están íntimamente relacionados entre sí.

CAPÍTULO V

LEY MODELO DE LA COMISIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL, Y LEGISLACIONES DE LA UNIÓN EUROPEA, COLOMBIA Y PERÚ.

5.1. LEY MODELO DE LA COMISIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL

La Ley Modelo sobre el Comercio Electrónico "(MLEC por sus siglas en inglés) tiene el propósito de permitir y facilitar que el comercio se lleve a cabo a través del uso de medios electrónicos, al dotar a los legisladores nacionales con un conjunto de normas aceptadas a nivel internacional que buscan eliminar las barreras legales e incrementar la previsibilidad jurídica para el comercio electrónico. En particular, busca superar las barreras que surgen a partir de las disposiciones legales que no pueden modificarse de manera contractual, al ofrecer un trato equivalente para la información electrónica y la que está basada en papel. Tal trato equivalente es esencial para permitir el uso de las comunicaciones sin soporte de papel, lo que fomenta la eficacia del comercio internacional". (tfig.itcilo.org)

Uno de los preceptos jurídicos más importantes para el desarrollo del comercio internacional y su posterior incorporación al comercio electrónico, regulado con primacía y para el desarrollo de la economía. Fue la creación de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional con el propósito de promover la unificación del derecho mercantil internacional.

Por ello, se debe tomar en cuenta "el interés de todos los pueblos, en particular el de los países en desarrollo, en el progreso amplio del comercio internacional" (CNUDMI, 1999, pág. 1), en virtud, a la observación de las transacción comerciales internacionales a través del "intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación, habitualmente conocidos como "comercio electrónico", en los que se usan métodos de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel" (CNUDMI, 1999, pág. 1) como base.

En virtud a este precepto y teniendo como cimiento el valor jurídico de los registros computadorizados para ello, la Asamblea General recomienda a los gobiernos y a las organizaciones internacionales que se adopten medidas acordes a "garantizar la seguridad jurídica en el contexto de la utilización más amplia posible del procesamiento automático de datos en el comercio internacional" (CNUDMI, 1999, pág. 2).

En ese sentido, la elaboración de "una ley modelo que facilite el uso del comercio electrónico y sea aceptable para los Estados que tengan sistemas jurídicos, sociales y económicos. De diferentes manera podría contribuir el modo significativo al establecimiento de relaciones económicas internacionales armoniosas" (CNUDMI, 1999, pág. 2). Se fue desarrollado básicamente para cerrar las brechas geográficas que se mencionaron con anterioridad en el transcurso del tratamiento del tema del comercio electrónico.

Asimismo, esta normativa lleva consigo la Guía para la incorporación al derecho interno, que tiene como finalidad, orientar a los usuarios de los medios electrónicos de comunicación en los aspectos jurídicos de su empleo, es decir, los rasgos mínimos esenciales de toda norma legal, también "ayudar a los Estados a determinar si

existe alguna disposición de la Ley Modelo que tal vez convenga modificar en razón de alguna circunstancia nacional particular" (CNUDMI, 1999, pág. 15).

Básicamente la normativa a la que se hacer referencia, fue elaborada y desarrollada por esta institución con la "finalidad de que la Ley Modelo pueda ofrecer al legislador nacional un conjunto de reglas aceptables en el ámbito internacional, que le permitan eliminar algunos de los obstáculos jurídicos, con miras a crear un marco jurídico que permita un desarrollo más seguro de las vías electrónicas de negociación designadas por el nombre de (comercio electrónico)" (CNUDMI, 1999, pág. 16). Otorgándole a las normas domesticas parámetros que contribuyan a la regulación de las transacciones comerciales electrónicas.

Esta norma es uno de los métodos más significativos que desarrollo la organización de las naciones unidas, para que mediante este instrumento se ejercite la protección del comercio electrónico en cuanto a la validez, eficacia, seguridad para ambas partes; siendo que, dentro de esta actividad se tiene el contenido de un contrato, la diferencia con los demás contratos comerciales en general es, que esta emplea los medios electrónicos para la consolidación de dichos actos jurídicos y las partes no necesitan estar presentes, es decir, no es necesaria la presencia física para convenir un negocio.

El contenido de este precepto en su primera parte destaca el Comercio electrónico en general, titulado en su capítulo I como disposiciones generales en la que se establecen el ámbito de aplicación, definiciones, interpretación, modificación mediante acuerdo.

Seguidamente se tiene al Capítulo II con la Aplicación de los requisitos j uridicos a los mensajes de datos, detallando lo que son el reconocimiento jurídico de los mensajes de datos, Artículo 5 bis. Incorporación por remisión, Escrito, Firma, Original, Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos, Conservación de los mensajes de datos.

De acuerdo al Capítulo III. Comunicación de los mensajes de datos, compuesto por la formación y validez de los contratos, reconocimiento por las partes de los mensajes de datos, atribución de los mensajes de datos, acuse de recibo, tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos.

Llegando a la Segunda parte, el cual está integrado por el Comercio electrónico en materias específicas teniendo en su Capítulo I. Transporte de mercancías, Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías, Documentos de transporte.

Este avance normativo establece la contribución al desarrollo y progreso comercial, económico e incluso cultural de los demás países. Por ello, se complementó con la guía para la incorporación al derecho interno, ésta contempla los objetivos de la norma, ámbito de aplicación, estructura, criterio del equivalente funcional, reglas de derecho supletorio y de derecho imperativo, asistencia de la secretaría de la CNUDMI. En la parte final establece la historia y antecedentes de la Ley Modelo.

5.2. LEGISLACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA

La directiva 2000/31/ce del parlamento europeo y del consejo, de 8 de junio 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el del comercio electrónico en el mercado interior conocido como (directiva sobre el comercio electrónico), ha determinado como finalidad

garantizar la integración jurídica comunitaria de los países europeos con el objeto de establecer un eficaz servicio a la sociedad.

La información contenida debe ser tratada de tal manera que las fronteras interiores más pequeñas puedan acceder a ella. Sin embargo, para el buen funcionamiento del mercado interior deben crease mecanismos de seguridad, pues, obviar esto hace menos atractivo el ejercicio de la libertad de establecimiento y de la libre circulación de servicios, estableciendo así, un sin número de obstáculos jurídicos que perjudiquen el progreso.

Para precautelar dicha actividad la directiva toma medidas que coadyuven al bueno desarrollo de las transacciones, en ese sentido, para la directiva es fundamental garantizar la seguridad jurídica y la confianza de los consumidores, para este propósito se precisa constituir con un marco normativo claro y de carácter general para determinados aspectos jurídicos del comercio electrónico en el mercado interior.

En ese entendido, el objetivo de la "Directiva es crea un marco jurídico que garantice la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información entre Estados miembros" (campus.usal.es), por este medio garantizar el menoscabo de fronteras interiores para el comercio electrónico a través de un marco jurídico comunitario y el correcto funcionamiento del mercado interior, esto implica la libre circulación de datos personales entre Estados miembros, debido también a la amplia variedad de actividades económicas que se desarrollan en línea.

Para éste propósito, el Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores, establece principios sobre los que pueden basarse acuerdos y normas industriales, de tal

manera que, garantice el ejercicio efectivo de las libertades del mercado interior con este mecanismo tener un acceso eficaz a los medios destinados a las transacciones y también a la resolución de litigios.

Éste último con el objeto de provenir los dafios y perjuicios que se pueden ocasionar en el marco de los servicios en la sociedad. Ya que la información proveniente del comercio electrónico es de vital importancia y debido también a los rasgos que los caracterizan, sea esta la rapidez en las negociaciones y por supuesto la extensión geográfica, es decir el alcance ilimitado de la red en las instituciones extranjeras o países alejados.

En virtud a lo expuesto anteriormente, la directiva ha previsto "lograr un desarrollo sin trabas del comercio electrónico, es esencial que dicho marco jurídico sea sencillo, claro y seguro y compatible con las normas vigentes a escala internacional, de modo que no se vea afectada la competitividad de la industria europea y no se obstaculice la realización de acciones innovadoras en dicho ámbito" (campus. usal.es). Para un mejor entendimiento se describe el contenido de dicha normativa, desarrollado con el propósito de:

Garantizar el acceso de ciudadanos europeos al patrimonio cultural europeo en un entorno digital. Para ello, implanta los siguientes preceptos:

Capítulo I disposiciones generales estableciendo lo que son los objetivo y ámbito de aplicación, definiciones, mercado interior.

En su capitulo II lo que son los principios, sección 1 referido al régimen de establecimiento y de información teniendo en su contenido al principio de no autorización previa y la información general exigida, Sección 2 Comunicaciones

comerciales tiene como preceptos la información exigida, comunicación comercial no solicitada, profesiones reguladas, sección 3 Contratos por vía electrónica su contenido establece lo que es el tratamiento de los contratos por vía electrónica, infonnación exigida, realización de un pedido, sección 4 Responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios establece preceptos de mera transmisión, memoria tampón (Caching), alojamiento de datos, inexistencia de obligación general de supervisión.

Capítulo III. Aplicación el cual contiene lo que son los códigos de conducta, solución extrajudicial de litigios, recursos judiciales, cooperación, sanciones.

Capítulo IV disposiciones finales establece lo que es reexamen, trasposición, entrada en vigor, destinatarios; finalmente nos establece lo que es el Anexo acerca de las Excepciones Al Artículo 3.

5.3. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

La legislación colombiana ingresa directamente a establecer los preceptos para la regulación del Comercio Electrónico para su Legislación Nacional a través de la Ley No 527; por tanto, no desarrolla una exposición de motivos, en ese entendido se tiene que dicha Ley "define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones" (www.sice.oas.org). Para entablar la regulación del comercio electrónico.

En tal virtud, el congreso de Colombia dispone los siguientes preceptos legales: parte general, en su capítulo I las disposiciones generales referidas a: Ámbito de aplicación, definiciones, Interpretación, Modificación mediante acuerdo, Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.

Capitulo II Aplicación de los requisitos jurídicos de los mensajes de datos consiste en lo que son los escritos, firma, originalidad, Integridad de un mensaje de datos, Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos, Criterio para valorar probatoriamente un mensaje de datos, Conservación de los mensajes de datos y documentos, Conservación de mensajes de datos y archivo de documentos a través de terceros.

Capítulo III Comunicación de los mensajes de datos haciendo mención a la Formación y validez de los contratos, Reconocimiento de los mensajes de datos por las partes, Atribución de un mensaje de datos, Presunción del origen de un mensaje de datos, Concordancia del mensaje de datos enviado con el mensaje de datos recibido, Mensajes de datos duplicados, Acuse de recibo, Presunción de recepción de un mensaje de datos, Efectos jurídicos, Tiempo del envío de un mensaje de datos, Tiempo de la recepción de un mensaje de datos, Lugar del envío y recepción del mensaje de datos.

Llegando a la parte II de la ley se encuentra al comercio electrónico en materia de transporte de mercancías destinado a los actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías, Documentos de transporte.

En su parte III se refiere a firmas digitales, certificados y entidades de certificación estableciendo en su capítulo I las Firmas digitales y Atributos jurídicos de una firma digital.

En su capítulo II acerca de las Entidades de certificación, Características y requerimientos de las entidades de certificación, Actividades de las entidades de certificación, Remuneración por la prestación de servicios, Deberes de las entidades de

certificación, Terminación unilateral, Cesación de actividades por parte de las entidades de certificación.

El capítulo III lo referido a Certificados tomando en cuenta el contenido de los certificados, Revocación de certificados, Término de conservación de los registros.

El capítulo IV refiere a los suscriptores de firmas digitales, deberes de los suscriptores, responsabilidades del mismo.

El capítulo V establece la superintendencia de Industria y Comercio, funciones de la Superintendencia.

Ahora bien el capítulo VI establece lo que son las disposiciones varias haciendo referencia a certificaciones recíprocas, Incorporación por remisión, parte final establece la reglamentación y vigencia, Prevalencia de las leyes de protección al consumidor, Vigencia y Derogatorias.

Este revolucionario sistema normativo, contribuyo a la distribución de ofertas de bienes y servicios mediante fotos ilustrativas del producto a venderse, "hecho que posibilitó a cientos de tiendas la oportunidad de llegar a zonas rurales y públicos que no habían sido alcanzados. Este proceso de comprar y vender mediante el ofrecimiento de revistas tomó mayor impulso con la aparición de las tarjetas de crédito y la confianza ofrecida por los clientes". (www.culturaemedellin.gov.co). Sin duda, un progreso beneficioso para dicho país.

5.4. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN PERÚ

La cultura peruana abriga un contexto similar a la nuestra, en virtud a ello es que se observa el contenido del Comercio Electrónico incorporado a la legislación

nacional del Perú, a través de la Ley No 27269 denominado como Ley de Firmas y Certificados Digitales, el cual, se restringe a establecer los preceptos para la eficacia de las transacciones, brindando en su Artículo 1 el Objeto de la ley "para regular la utilización de la firma electrónica otorgándole la misma validez y eficacia jurídica que el uso de una firma manuscrita u otra análoga que conlleve manifestación de voluntad" (www.sice.oas.org, 2014) y que ese medio se demuestra el consentimiento en algún determinado convenio.

Ámbito de aplicación; acerca de la firma digital, titular de la firma digital, Obligaciones del titular de la firma digital, certificado digital, contenido del certificado digital, Confidencialidad de la información, cancelación del certificado digital, revocación del certificado digital, reconocimiento de certificados emitidos por entidades extranjeras, Entidad de Certificación, Entidad de Registro o Verificación.

El legislador peruano advirtió la necesidad de regular esta técnica de seguridad, puesto que el ejercicio contractual electrónico así lo pedía, es por ello que con la Ley No 27269 del 28 de mayo del 2000 y con su reglamento del 18 de mayo del 2002, se pretende dotar de seguridad jurídica a este tipo de contratación por medio del uso de la firma electrónica en los actos y contratos electrónicos, otorgándole la misma validez y eficacia jurídica que una firma manuscrita.

CAPÍTULO VI

FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE COADYUVAN AL DESARROLLO DE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

6.1. FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE COADYUVAN AL DESARROLLO DE LA REGULACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El proyecto de Ley 080/2007 lleva como título "ley de documentos, firmas y comercio electrónico", en su título I expone las disposiciones generales, estableciendo en su capítulo único el objeto y principios generales.

El contenido del artículo 1 dispone lo siguiente: "La presente Ley tiene por objeto reconocer el valor jurídico y probatorio de: Los actos jurídicos celebrados mediante medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico, uso de firmas electrónicas debidamente certificadas, actos civiles y comerciales que utilicen directa o indirectamente medios electrónicos u otros de mayor avance tecnológico para realizar actividades del comercio electrónico" (SenadoNacional, 2007). Asimismo en ese mismo capítulo aborda temas referidos al ámbito de aplicación, interpretación, definiciones, principios, protección de datos personales, consejo interinstitucional.

El título II trata aspectos relacionados a documentos y contratación electrónica, estableciendo en su capítulo I las reglas generales sobre reconocimiento jurídico, celebración por escrito, exigencia de documento original, digitalización de documentos, conservación de documentos, conservación de registros y archivos judiciales, notificaciones y actos procesales electrónicos, equiparación.

El capítulo II está destinado a documentos públicos, el cual establece los documentos y expedientes públicos electrónicos, otorgación de escritura pública, comparecencia por medios electrónicos, archivos notariales, sujeción a disposiciones especiales, función notarial, ciclo vital de la información electrónica, todo ello destinado a la validez eficacia de las transacciones electrónicas.

Ingresando al capítulo III se refiere a despacho y recepción de mensajes de datos, estableciendo lo que es la asimilación Jurídica, cumplimiento de formalidades, envío y recepción de los mensajes de datos, acuse de recibo del mensaje de datos, iniciador , este último entendido como el origen del mensaje de dato.

Observando el capítulo IV indica lo que es la contratación electrónica, estableciendo temas relacionados a la validez de los contratos electrónicos, formación del contrato, perfeccionamiento, jurisdicción, arbitraje para los casos en los cuales se susciten conflictos jurídicos; para el propósito precedente.

Finalmente el capítulo V establece las reglas probatorias destinadas a la admisión y valoración, fuerza probatoria. El cual, es bastante importante para establecer la certidumbre de las relaciones comerciales, en las que se utilicen medios electrónicos para esa actividad.

De acuerdo al título III, contiene aspectos sobre firma electrónica, certificados electrónicos, entidad certificadora y entidad acreditadora. En su capítulo I se refiere a la firma electrónica, requisitos esenciales de la firma electrónica, efectos, presunciones donde "se presume, salvo prueba en contrario, que toda firma electrónica pertenece al titular del certificado electrónico" (SenadoNacional, 2007), uso de la firma electrónica en el sector público.

Capítulo II hace referencia a los Certificados Electrónicos los cuales deben cumplir con requisitos de los certificados electrónicos, Certificados electrónicos de personas jurídicas, obligaciones del titular del certificado, derechos del titular del certificado, certificados emitidos por entidades extranjeras, vigencia de los certificados electrónicos, extinción de la vigencia de los certificados electrónicos, revocación de la vigencia de los certificados electrónicos, certificados electrónicos con propósito específico, certificados electrónicos para el sector estatal; ahora bien para la consolidación de estos documentos.

Detallado el capítulo III refiere que las entidades de certificación deben establecerse tomando en cuenta la naturaleza jurídica de las entidades de certificación, requisitos generales para la prestación de servicios de certificación, funciones, obligaciones de las Entidades de Certificación, seguridad, integridad y disponibilidad de la información, revocación del certificado electrónico a solicitud de la Entidad Acreditadora, responsabilidades, cesación de actividades.

Por último el capítulo IV menciona a la entidad acreditadora estableciendo sus funciones, registro obligatorio, infracciones, de manera detallada desarrolla cada una de ellas, para la mejor interpretación de lo que norma quiere decir con todo ello, para la comprensión de cualquier ciudadano y evitar las complicaciones en cuanto a su aplicación.

El título IV señala la regulación al comercio electrónico, estableciendo en su capítulo I las disposiciones generales referido a los servicios de la sociedad de la información, información general de los prestadores de servicios, consentimiento para el uso de medios electrónicos, responsabilidad de los prestadores de servicios,

confidencialidad en el comercio electrónico, diferendos y controversias, promoción y difusión del comercio electrónico.

El capítulo II establece lo que son los derechos de los consumidores en el ámbito del comercio electrónico, protección al consumidor, información al consumidor, derechos de los destinatarios de los mensajes de datos comerciales, consentimiento para aceptar mensajes de datos, publicidad.

El título V se refiere a las modificaciones al Código Penal y a los delitos informáticos, estableciendo en su capítulo I las modificaciones al código penal, detallando en su capítulo II lo que son los delitos informáticos.

Finalmente el título VI estable las disposiciones transitorias y finales, describiendo en su capítulo I las disposiciones transitorias referidas al sellado de tiempo, administración del comercio sin papeles, medios técnicos en las entidades públicas y; en el capítulo II detalla lo que son las disposiciones finales sobre la vigencia, consejo interinstitucional, derogaciones. Concluye con lo que es el anexo, en el cual establece un glosario de términos para la comprensión de las terminologías empleadas en dicha ley.

En ese sentido, se observa que articulado de este proyecto de ley contenía la temática del comercio electrónico, incorporando y contribuyendo al desarrollo de la seguridad jurídica, asimismo a la protección de datos comerciales dentro de la sociedad boliviana. Sin embargo, dicho contenido tiene cierto alejamiento con el precepto internacional de la ley modelo del CNUDMI.

El propósito de ésta institución es la de regular el comercio electrónico y la norma descrita jamás nació a la vida del derecho y en consecuencia no forma parte del sistema jurídico boliviano, en ese sentido dentro del ámbito nacional de Bolivia, las

relaciones comerciales electrónicas aun corren riesgo, lo cual, dificulta el progreso social, económico y cultural.

6.2. INSEGURIDAD EN LAS TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS

En el caso de Bolivia, el comercio electrónico representa una "dificultad en la realización de transacciones electrónicas, debido a que los bancos bolivianos no han desarrollado sistemas seguros que permitan esta labor. Incluso, si alguna empresa pretende prestar servicios al exterior, lo más probable es que sufra un martirio cuando pretenda encaminarse en este rubro, por ello, el pago de servicios y de más cuestiones encaminadas a la misma se ve dificultado, ya que en el contexto boliviano no se cuentan con instituciones que regulen esta relación jurídica. (bolivianueva.blogspot.com).

En virtud, a este análisis se observa que no existe un mecanismo legal que regule el comercio electrónico en Bolivia, asimismo obstaculiza el acceso al mercado del comercio electrónico, tanto en el ámbito nacional como internacional.

6.3. CONTENIDO MÍNIMO DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS

Un plano totalmente distinto acerca del momento conclusivo del contrato, en el que se suele efectuar el convenio, es determinar en qué momento las personas contratan, ya que están en lugares alejados en distintos países, debido a que su punto de conexión es un ordenar, es decir, a través de un medio electrónico. Para ello, se debe observar las siguientes preceptos para su formación:

6.3.1. Sistema de la Declaración. Postula que "el contrato entre ausentes se forma desde el instante en que existe en el destinatario de la oferta, la voluntad de aceptarla debiendo expresarse ésta en forma externa, o sea, mediante una declaración".

Otorgado éste análisis por el (forodelderecho.blogcindario.com). debido a que éste mecanismo ayuda a establecer el momento en el cual surte efectos un determinado acto jurídico.

6.3.2. Sistema de la Expedición. Indica que "el contrato se forma desde el momento en que el declarante se desprende de su aceptación y pierde el control sobre ella, de modo tal que ya no puede dejarla sin efecto o modificarla". (forodelderecho.blogcindario.com). con este mecanismo se consolida el acto jurídico de contratar.

6.3.3. Sistema de la Recepción. Señala que "el contrato queda concluido desde el momento de que el documento de aceptación llega a poder del oferente". Analizado minuciosamente por (forodelderecho.blogcindario.com). con el propósito de consolidar la negociación electrónica.

6.3.4. Sistema del Conocimiento. Señala que "el contrato se perfección desde que el oferente conoce la aceptación del recipiendario de la oferta". (forodelderecho.blogcindario.com). en esta etapa, ya no existe duda de la voluntad de la otra parte para entablar una transacción.

6.4. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

6.4.1. Firma Digital. La norma en comentario define a la "firma electrónica" como a cualquier símbolo basado en medios electrónicos, utilizado por una parte con la intención de vincularse o manifestar su propia voluntad respecto a otra.

Cabe remarcar que, la firma electrónica puede concebirse de distintas formas (por ejemplo, como claves, rúbricas digitalizadas, huellas digitales digitalizadas, entre otros) y es necesario entender que la firma electrónica no se obtiene del puño y letra de

la persona, ni menos se trata de una firma escaneada, sino que se trata de una serie de claves o signos que a la vez contienen datos y que pertenecen indubitablemente a su titular.

Por otra parte, se define el concepto de firma digital entendiéndola como una especie de firma electrónica con rasgos particulares basados en la utilización de la técnica de criptografía asimétrica.

Al respecto, Carlos Soto Coaguilla refiere que la firma digital es "la transformación de un mensaje utilizando un sistema de cifrado asimétrico, de manera que la persona que posea el mensaje inicial y la clave pública del firmante pueda determinar de forma fiable si dicha transformación se hizo utilizando la clave privada correspondiente a la clave pública del firmante"; esto se explica de la siguiente manera: "la criptografía de clave pública es entendida "como un sistema asimétrico, a través del cual cada persona dispone de 2 claves uno público (conocido por todos) y otro privado (solamente conocido por el titular de la misma). Con ello, el emisor cifra el mensaje con la clave pública del receptor y firma el mensaje aplicando su clave privada; el receptor del mensaje utiliza su clave privada para descifrar el mensaje y la clave pública del emisor para verificar la firma digital". (forodelderecho.blogcindario.com)

Lo que se acaba de explicar constituye el ciclo de formación del contrato electrónico, puesto que el mensaje que contiene la oferta se enviará a la otra parte utilizando esta medida de seguridad, por supuesto ambos contratantes deben conocer las claves mencionadas para poder descifrar el mensaje, de lo contrario sería incomprensible, y a través de este medio también se hará efectivo el envío del acuse de recibo por el que se presume la aceptación.

Por otra parte, la ley establece que sólo pueden emitir dicha firma digital las personas que cuentan de forma exclusiva con un certificado digital. (forodelderecho.blogcindario.com). Otorgado por las instituciones certificadoras competentes por ley.

6.4.2. Certificado Digital. El certificado digital "es un documento electrónico generado y firmado digitalmente por una entidad certificadora el cual vincula un par de claves (la clave pública y la clave privada) con un persona natural o jurídica confirmando su identidad, una de las características de mayor importancia con que cuentan los certificados digitales está referida a la confidencialidad de los datos contenidos en él". (forodelderecho.blogcindario.com), requisitos que deben contener para establecer la certidumbre en las relaciones comerciales electrónicas.

A su vez, las entidades certificadoras son las instituciones que se encargan de la emisión, modificación o cancelación de los certificados digitales mediante los cuales se otorga a los usuarios la titularidad de uso de la firma digital, y dentro de una de sus funciones principales se encuentra la de brindar seguridad para la promoción del e-commerce.

Con relación a las entidades de certificación, de registro o verificación a fin de que las mismas se encuentren aptas para emitir las mencionadas certificaciones, deben ser designadas por las autoridades competentes. (forodelderecho.blogcindario.com). Para la administración de dichos documentos, pero también para otras funciones como aprobar la política de certificados, acreditar a las entidades de certificación nacionales y reconocer a las extranjeras.

Con este instrumento se podrá alcanzar con mayor eficacia, la validez que deben contener los contratos electrónicos desarrollados dentro del comercio electrónico en el estado plurinacional de Bolivia. De tal manera que se consolide la seguridad jurídica y se proteja a la población de las distintas formas de defraudaciones que constituyen a la vez, el sin fin de delitos informáticos.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

7.1.1. Conclusión al Objetivo General

El presente trabajo tuvo como objetivo general, dar a conocer los lineamientos jurídicos para la regulación del comercio electrónico dentro del sistema jurídico boliviano, en ese sentido, se observa que la consolidación de esta actividad se desarrolla mediante el internet, es decir, de manera virtual a través de un medio electrónico, por tanto, esta particularidad de comercio no se encuentra regulado de manera específica en Bolivia.

Si bien existe la ley 164 que hace mención de una manera muy generalizada y precoz a este del comercio electrónico, la mencionada ley se dedica a regular con mayor especificidad y amplitud lo que son las Tecnologías de Información y Comunicación, estableciendo principios, autoridades competentes, administración, y demás circunstancias relacionados a ello, es ahí que reside el inconveniente en la legislación boliviana.

Al ser un tema con características especiales, empezando con las partes, mismas que no deben estar presentes físicamente, es decir, ausencia de presencia física, debido a que el contrato se celebra por la intermediación del internet. Al tener esta particularidad a momento de ejecutarse, puede contener cierto conflicto en cuanto al tiempo, asimismo el documento digital toda vez que por alguna razón o circunstancia puede perderse la negociación, en ese sentido, la atribución de la perdida y la responsabilidad de la misma debe recaer de manera equitativa para ambas partes, la

firma electrónica como mecanismo de seguridad ' precisa . un tratamiento especial minucioso para la aplicación de esta actividad.

Estos precedentes generales nos muestran que la constitución política del estado boliviano contiene normas que promocionan las tecnologías de la información y explotarlas para el desarrollo del mismo, por ello, es que debe establecerse los lineamientos relativos a este tema, asimismo el código de comercio debe actualizarse contemplando temas que en la actualidad merecen ser regulados y también para que de manera supletoria se pueda aplicar para regular e incluso aclarar materias del comercio electrónico.

En razón a lo expuesto con anterioridad, esta investigación tiende a establecer las directrices jurídicas que regulen el comercio electrónico en Bolivia, incorporando en ella todos los mecanismos necesarios para que pueda efectivizarse y consolidarse el proceso comercial.

7.1.2. Conclusiones a los Objetivos Específicos

A.Al establecer las definiciones y conceptualizaciones del comercio electrónico para una mejor comprensión, los términos empleados en esta actividad comercial, se incorporó al comercio como la actividad lucrativa, actividad comercial, transacción que hace referencia al negocio, compraventa básicamente trata de la transferencia de algún determinado derecho, mercancía el cual vendría a ser el objeto del negocio.

Seguidamente a la **tecnología** como el conjunto de instrumentos y procedimientos industriales, **contrato** el cual es un convenio entre las partes para un determinado fin, **compañía** es la institución comercial para desarrollar las

negociaciones, virtual básicamente refiere a una existencia aparente, servicios significa la prestación debida de las partes a una determinada causa en el cual se obtenga algún tipo de beneficio.

informática empleada como el conjunto de programas analíticos que sistematiza la información , hackers persona capacitada en los sistemas informáticos de un computador, éstos para poder manejar y acceder a la transacción electrónica deben infringir reglas de seguridad.

Sabiendo los riesgos y significados de cada acciones que representa algún tipo de daño al que la sufre, sea ésta en su patrimonio e incluso en la economía de un determinado país, el manejo de estos datos son altamente importantes razón por el cual deben ser guardados con bastante solidez.

También se vio necesaria la incorporación de términos como falsificación el cual nos indica que es la adulteración de un determinado dato o cosa con el fin de perjudicar y sacar provecho del mismo, piratería refiere la destrucción de bienes ajenos, seguridad jurídica indica que es la estabilidad de debe tener una determinada ley.

Por tanto, este capítulo responde al objetivo planteado, ya que es preciso establecer cada término que se emplea dentro del comercio electrónico, asimismo el significado que éstas poseen para poder ser interpretadas de mejor manera, sin que se corra el riesgo de que la información que se recibe no se entienda y de lo contrario tenga un entendimiento comprensivo.

B.Al desarrollar y comprender el contenido de las actividades y la regulación del comercio electrónico dentro del ámbito mundial, primero se debe observar la

evolución de la tecnología a nivel mundial, por ello se menciona a las **tics**, es el término usado para hacer referencia a las tecnologías de la información y comunicación, con ello, se puede deducir la amplitud de los datos que van interconectándose a nivel mundial.

Una vez señalado el texto anterior, el comercio es uno de los elementos primordiales que se debe establecerse, razón por el cual, en este segundo objetivo se hace mención a la etimología del comercio, al concepto de comercio y al comercio para el derecho, el cual permite al usuario comprender y percibir mejor la información comercial, pero no solo para ello, sino también para diferenciarlo y compararlo; haciendo la unión de estos dos precedentes se combinan con la incorporación del internet al comercio revolucionando las formas de transar, creando progresos económicos y desarrollos sociales y culturales dando cabida al origen del comercio electrónico.

Por ello, se estableció el concepto del comercio electrónico e incluso las categorías que presenta. Analizando de la misma manera el mismo a nivel mundial con lo que es el comercio internacional y sus reglas, los incoterms, de la misma manera se establece un concepto de lo que es una compañía virtual y sus características, las instituciones virtuales como amazon.com a nivel mundial, en el ámbito boliviano se tiene a tumomo.com; el servicio de estas entidades comerciales.

Por un lado las instituciones mencionadas representan ventajas como: mayor número de ofertas, mayor competitividad empresarial e industrial, grandes ingresos económicos, facilidad de acceso; por otro lado también constituyen

riesgos comerciales, los cuales son ejecutados por los hackers, que son las personas que cometen delitos informáticos.

Estos peligros tienen como consecuencia perdidas económicas, confidencialidad baja, menor oportunidad en cuanto a negocios, desconfianza.

Por todo lo anteriormente expuesto es que surge la necesidad de regularizar el comercio electrónico, estableciendo como antecedente los lineamientos jurídicos para poder cumplir con ese objetivo, el cual, consiste en incorporar medidas y mecanismos jurídicos que brinden seguridad y eficacia a la transacción comercial electrónica.

C. Al dar a conocer los antecedentes históricos de la legislación del comercio electrónico en Bolivia se debe contextualizar el ámbito en el que se desarrolló, a comienzos la institución encargada de la instalación de internet estuvo a cargo de Bolnet y en los años 90 se incorporó el www haciendo que la conexión comercial sea aún más abundante, por ello en el año 2007 se desarrolló un proyecto de ley 080/2007 denominado ley de documentos, firmas y comercio electrónico, producto de ello se tuvo a la ley de telecomunicaciones de 5 de julio de 1995.

Actualmente dicha ley fue derogado por la ley 164 y su reglamento; sin embargo, antes de describir la norma, se observa la ley fundamental, por ello, la Constitución Política del Estado de febrero del año 2009 contempla el acceso a la información con seguridad y a la explotación de la ciencia y tecnología, asimismo dentro del código de comercio se hace referencia a la actividad

comercial, sin embargo, no refiere el comercio electrónico, además ésta ley data desde el año 1977 lo cual hace ineficaz la regulación del comercio electrónico.

Supletoriamente a la norma comercial se aplica el código civil boliviano, el cual, nos menciona al acuerdo de voluntades y a la libre determinación del contenido de los contratos, la cual, de alguna manera refiere que se puede hacer comercio electrónico, si esa es la voluntad de las partes, aunque esto no queda claro y suficiente para hablar del tema como tal. Por ello, se demuestra la falta de regulación en cuanto a este contenido del comercio electrónico como tal.

En ese mismo contexto, existen normas nacionales que de alguna manera tendría que contribuir al desarrollo del comercio electrónico, sin embargo, no es así, ya que la ley del Sirese protege y supervisa las telecomunicaciones, por tanto, sería una institución que supervise las entidades comerciales dedicadas al comercio electrónico.

La ley 164 hace referencia al comercio electrónico en cuatro artículos, el contenido del tema en cuestión y su reglamento sólo en dos artículos, lo cual, representa por sí sola, una gran inconveniente en cuanto a la regulación de las transacciones comerciales electrónicas y en consecuencia debe desarrollarse una norma que regule ésta de manera especial.

La ley de derechos de autor refiere que el tema del comercio electrónico debe ser regulado, ya que se tiene y contempla lo que son los delitos informáticos; de acuerdo al código penal observa los delitos de fraude comercial, asimismo dentro de las modificaciones de la ley penal se incorpora el uso indebido de los medios informáticos. Si bien existen normas que de manera muy

general hace referencia al tema que se está tratando, éstas no son suficientes, ya que el ámbito del comercio electrónico abarca un campo extenso en cuento a su contenido y regulación.

D. Revisando el tratado internacional que regula el comercio electrónico conocida como la ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, juntamente con su incorporación a la norma interna para el derecho nacional o doméstico, refiere la necesidad de regular el comercio electrónico para fomentar la eficacia del comercio internacional y el desarrollo de la economía, por ello, recomienda a los gobiernos de los países a adoptar las medidas necesarias para garantizar la seguridad jurídica, cerrando las brechas que separaban a las sociedades.

En ese sentido, estableció en una primera parte lo que son las definiciones del comercio electrónico, seguidamente la aplicación de los requisitos jurídicos a los mensajes de datos, validez de los contratos, transporte de mercancías, documentos digitales; asimismo el instructivo para la incorporación a la norma interna contempla esos aspectos importantes para la protección del comercio electrónico.

Observando la legislación de la unión europea crean la norma que regula el comercio electrónico con la finalidad de garantizar la integración jurídica comunitaria de los países que las conforma, por ello, ha decidido establecer un servicio eficaz de tal manera que las fronteras interiores sean más estrechas para la libre circulación de los productos y servicios en línea, estableciendo además, principios que garantice el ejercicio efectivo de las transacciones comerciales

electrónicas, asimismo, en caso de conflicto las resoluciones adecuadas de tal manera que se logre el desarrollo del mismo sin traba alguna.

En el ámbito Colombiano define y reglamenta el comercio electrónico a nivel nacional estableciendo entidades de certificación para el reconocimiento jurídico de los mensajes de datos, fuerza probatoria, formación de los contratos, envió y recibo de los mismos, documentos digitales, términos de conservación de los registros, responsabilidades de las firmas digitales, funciones de los mismos.

Finalmente la legislación del Perú regula la utilización de la firma electrónica, eficacia jurídica de la misma y su utilización, obligaciones con relación a ella, contenido de la firma digital su confidencialidad, básicamente la administración de ésta. Por todos los precedentes establecidos, se demuestra la necesidad de establecer las directrices para la regulación y ordenamiento jurídico que contribuya al desarrollo de una norma especial que regule el comercio electrónico en el ámbito boliviano.

E. Al identificar cuáles son los fundamentos jurídicos que coadyuvan al desarrollo de la regulación del comercio electrónico se podrá guiar la creación de una norma que regule la misma, observando lo que establecía el proyecto del ley 080/2007.

Agregando a ésta normativa los elementos los siguientes: definiciones, interpretación, principios, información sobre comercio electrónico, envío y recepción de datos comerciales, aplicación de los requisitos jurídicos a los mensajes de datos, contrato comercial electrónico, documento digital, certificado

digital, firma digital, entidades de certificación, administración de documentos digitales como ser otorgación, revocación, extinción de éstos, deberes y obligaciones de los suscriptores y asimismo de las entidades certificadoras , funciones de estas entidades.

Todo ello, con el objetivo de superar los obstáculos legales entorno a este tema, en base al contenido mínimo de los contratos electrónicos como ser: sistema de declaración, sistema de expedición, sistema de recepción, sistema de conocimiento.

Asimismo se debe establecer la protección al consumidor a través de la firma digital, certificado digital. En virtud, a que este sistema de administración y regulación del comercio electrónico contribuye en gran medida al desarrollo y progreso de un determinado país, ya que dentro de esta reglamentación se incluyen cuestiones que otorgan solidez en las transacciones, fuerza probatoria de los documentos digitales debidamente autorizados por las entidades de certificación, que cumpla con los requisitos exigidos para ser un documento digital, bajo la adecuada información e interpretación de la información contenida en los mismos para que no se dañe la confiabilidad del usuario.

7.1.3. Conclusión a la Hipótesis

La hipótesis que se planteó en la presente investigación es la necesidad de establecer lineamientos jurídicos para la regulación del comercio electrónico dentro del sistema boliviano, debido al permanente incremento de las transacciones mediante el uso de éste en las relaciones mercantiles contemporáneas, misma que ha sido aceptada. Ya que las indagaciones entorno a este tema demuestran un inminente avance a pasos

agigantados de este fenórneno cornercial, el rnecanisrno de funcionarniento aurnenta las posibilidades de acceso a cualquier usuario, por ello, los sucesos tecnológicos seguirán desarrollándose.

Según el contexto actual, se están arnpliando la cornpra y venta desde un libro hasta un autornóvil, utilizando corno canal de conexión el internet, así es que cornienzan a aparecer portales corno turnorno.corn, www.quierescornprar.corn o cornprasenred.corn.bo que irnpulsan el cornercio electrónico en el estado plurinacional de Bolivia.

Estirnándose en ellos pedidos de productos diversos corno ser ropa, juegos, aparatos electrónicos hasta series de televisión, el cual, proyecta corno resultado que en el año "2013 creció de rnanera abisrnal tanto las cornpras y ventas. Mucha gente con la ayuda de las redes sociales puede vender sin pagar un sólo centavo" (www.eldia.corn.bo, 2013). Razón por la cual, deben tornarse en cuenta los grandes rnovirnientos econórnicos que esto genera y el progreso cornercial que representa para el país.

Se debe recordar tarnbién que esta área de cornercio electrónico no está debidarnente regulado en el sisterna norrnativo boliviano, pues, precisa de una peculiar especialidad en cuanto a su tratarniento jurídico, ya que, al existir el ernpleo del internet en una transacción cornercial, las partes necesitan tener seguridad en cuanto a la fuerza probatoria de los documentos digitales, asirnisrno una institución legalrnente instituida para acreditar dicha documentación.

7.2. RECOMENDACIONES

1. Impulsar el desarrollo del comercio electrónico dentro del estado boliviano a través de la incorporación de una norma jurídica que sistematice las distintas actividades que las compone, debido a la especialidad que exige este medio, ya que, los mensajes de datos son básicamente claves de acceso dentro del ciberespacio.
2. Construir un sistema de información para poder orientar a la población en cuanto al funcionamiento del comercio electrónico, definiendo cada termino de manera adecuada y clara, es decir, en términos sencillos para el entendimiento y orientación del ciudadano de a pie.
3. Propiciar el intercambio de información estableciendo el ámbito de aplicación dentro del cual se va a desarrollar las negociaciones, asimismo interpretar cada termino inserto en ella, para el avance de las experiencia en la digitalización y el procedimiento que se emplea dentro del comercio electrónico.
4. Facilitar el progreso del comercio electrónico en el país a través del reconocimiento jurídico de mensaje de datos que debe cumplir los requisitos que se exija para ello, de tal manera que se impulse al mercado interior a través de los departamentos, municipios, etc. Asimismo incluir la modificación por acuerdo de algún determinado negocio virtual dentro del proceso de negociación.
5. Establecer los principios reguladores generales aplicables a cualquier caso, con el propósito de instaurar las medidas de seguridad necesarias en éste ámbito comercial. Fomentando el uso de la tecnología como una herramienta

coadyuvante al comercio tradicional que le permita evolucionar y establecerse como comercio electrónico dentro del sistema jurídico boliviano.

6. Concebir la fuerza probatoria de los mensajes de datos, su admisibilidad, su originalidad, su integridad, su conservación, su comunicación y sus criterios de valoración, con el propósito de establecer una plataforma de confiabilidad de cada uno de los datos inherentes a la información comercial, de tal manera que, se pueda brindar un servicio continuo y estratégico al usuario y por ende a todos los involucrados en el negocio.
7. Crear cada uno de las instituciones certificadoras a través de la exigencia de ciertos requisitos para ello, establecer las actividades que deben desarrollar estas entidades, la remuneración por las funciones a desempeñar o por la prestación de servicio, e incluso determinar la cesación de sus obligaciones o funciones, establecer los derechos y deberes de éstas instituciones, asimismo su responsabilidad en cuanto a la administración.

   Todo ello con el propósito de asegurar el acceso oportuno y seguro al comercio electrónico dentro y fuera del país, instituyendo las características de autenticidad, integridad, confiabilidad para el acceso libre a la actividad comercial electrónica en el ámbito nacional como internacional.
8. Incluir dentro de los deberes de las entidades certificadoras la transparencia y vigilancia de la información, que garantice la sistematización del mecanismo de seguridad para todos los documentos digitales, sean estos: firmas digitales y sus atributos, otorgar o revocar certificados digitales, permanencia de las mismas como un elemento vital para el desarrollo y difusión del comercio electrónico.

Una vez establecida las instituciones y los mecanismos de seguridad en la documentación, se podrá desarrollar los distintos negocios comerciales electrónicos.

9. Promover el tratamiento y modelo de los contratos electrónicos, desde la formación y validez de éstos, el reconocimiento por las partes de los mensajes de datos dentro del contrato. Además de ello, establecer el atributo de recibo, tiempo y lugar del envió y la recepción de los mensaje de datos, la realización de un determinado pedido en las relaciones de oferta y demanda, la supervisión de dichas relaciones jurídicas, asimismo establecer el códigos de conducta entre las partes.
10. Fortalecer la seguridad de los escenarios tecnológicos encaminados al comercio electrónico, para ello, organizar y controlar los sistemas de funcionamiento de éste fenómeno, capacitando a los funcionarios involucrados en los procesos asociados al comercio electrónico, todo ello, con el propósito de entablar espacios de seguridad jurídica para el desarrollo libre de las negociaciones, sea ésta a nivel nacional como a nivel extranjero, pudiendo de esa manera establecer una línea de competitividad con los países extranjeros, pero a la misma vez, brindarle seguridad jurídica a la población Bolivia para que pueda transar con certeza por medios electrónicos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

1. ALADI. (2001). SITUACION DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN BOLIVIA. *Asociación Latinoamericana de Integracion*, 7.

2. Arrieta, A. Z. (1962). *Principios Elementales de Derecho Mercantil.* Sucre - Bolivia: Publicaciones de la Universidad Mayor de San Francisco Xavier de Chuquisaca.

3. AsambleLegislativa. (2009). *CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO.* La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional.

4. *axelsanmiguel. com.* (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://axelsanmiguel.com/8-tipos-de-hackers-que-debes-conocer/

5. *bolivianueva.blogspot.com.* (s.f.). Recuperado el 20 de Abril de 2014, de http://bolivianueva.blogspot.com/2008/10/negocios-electronicos-en-bolivia.html

6. Cabanellas, G. (1989). *Diccionario Enciclopedico de Derecho Usual.* Buenos Aire-Argentina: Heliasta S.R.L.

7. Cabanellas, G. (1989). *Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual.* Buenos Aires -Argentina: Heliasta.

8. Cabrera, S. D. (s.f.). *dspace.ups.edu.ec.* Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/199/2/Capitulo%201.pdf

9. *campus.usal.es.* (s.f.). Obtenido de http://campus.usal.es/~derinfo/derinfo/CE/DIRCOMEL.HTM

10. Castillo, **O**. J. (**N**oviembre de 2008). oliverjosecastil/o.blogspot.com. **O**btenido de http:/ / oliverjosecastillo. blogspot. com/2008/11/analisis-del-desarrollo-tecnologico-en.html

11. CNUDMI, N. U. (1999). *LEY MODELO DE LA CNUDMI SOBRE COMERCIO ELECTRONICO con la guía para su incorporacion al Derecho interno 1996 con su nuevo art. 5 bis aprobado en 1998.* Nueva York: Publicacion de las Naciones Unidas.

12. *conceptodefinicion.de.* (2 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://conceptodefinicion.de/amazon/

13. CP**E**. (2009). Constitución Política del **E**stado. **L**a Paz: **G**aceta **O**f.icial de **B**olivia.

14. *definicion.de/metodo-deductivo*. (s.f.). Obtenido de http://definicion.de/metodo-deductivo/#ixzz34Ik00GNx

15. Durante, M. G. (2000). EL COMERCIO ELECTRONICO Y LA RONDA DEL MILENIO. *ICE*, 81.

16. *es.kioskea.ne*. (7 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://es.kioskea.net/contents/201-introduccion-al-comercio-electronico-e-commerce

17. *es.kioskea.net*. (s.f.). Obtenido de http://es.kioskea.net/contents/204-intercambio-electronico-de-datos-edi

18. *es.thefreedictionary.com*. (s.f.). Obtenido de http://es.thefreedictionary.com/www

19. *es.thefreedictionary.com*. (s.f.). Obtenido de http://es.thefreedictionary.com/hacker

20. *forodelderecho.blogcindario.com*. (s.f.). Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de http://forodelderecho.blogcindario.com/2007/12/00039-el-consentimiento-por-medios-electronicos-en-la-formacion-de-los-contratos.html

21. Hanson, W. (2001). *PRINCIPIOS DE MERCADOTECNIA EN INTERNET*. Mexico: International Thomson Editores, S.A. de C.V. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_Internet

22. *http://www.argentinatradenet.gov.ar*. (s.f.). Obtenido de http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/Apoyo/incoterms.pdf

23. *http://www.lynkoo.com/comercio-electronico*. (s.f.). Obtenido de http://www.lynkoo.com/comercio-electronico/la-historia-del-comercio-electronico/

24. *ingeniatic.euitt.upm.es*. (s.f.). Obtenido de (http://ingeniatic.euitt.upm.es/index.php/tecnologias/item/414-comercio-electr%C3%B3nico

25. *ingeniatic.euitt.upm.es*. (s.f.). Obtenido de http://ingeniatic.euitt.upm.es/index.php/tecnologias/item/414-comercio-electr%C3%B3nico

26. *ixtm.blogspot.com*. (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://ixtm.blogspot.com/2011/09/tipos-de-hackers.html

27. *mejoreshackerfamosos.blogspot.com*. (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://mejoreshackerfamosos.blogspot.com/2014/06/que-es-y-que-no-es-un-hacker-sus-tipos.html

28. Messineo, F. (1979). *Manual de Derecho Civil y Comercial.* Buenos Aires-Argentina: Ediciones Juridicas Europa-America.

29. OMC, O. M. (2013). *EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LOS PAISES EN DESARROLLO.* Suiza: Centro William Rappard.

30. Ossorio, M. (2005). *Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales.* Buenos Aires - Argentina: Heliasta.

31. Ossorio, M. (2011). *Diccionario de Ciencias Juridicas, Politicas y Sociales.* Buenos Aires-Argentina: Heliasta S.R.L.

32. Paredes, F. S. (2001). *DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO BOLIVIANO.*

33. Presidencia. (1975). *Código Civil Boliviano.* La Paz-Bolivia: U.P.S. Editorial S.R.L.

34. Presidencia. (1977). *Código de Comercio Boliviano.* La Paz-Bolivia: CJ Ibañes.

35. *quesignifica.bligoo.com*. (s.f.). Obtenido de http://quesignifica.bligoo.com/content/view/980555/Que-significa-www.html#.U7729pY7y_J

36. RAE, R. A. (2001). *Diccionario de la Lengua Española.* Mexico: Graficas Monte Alban S.A. de C.V.

37. RealAcadémicaEspañola. (2001). *DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA.* México: Graficas Monte Alban, S.A. de C.V.

38. Ribera, J. D. (1997). *DERECHO COMERCIAL.* Santa Cruz - Bolivia: Universitaria.

39. Roces, M. R. (2005). *COMERCIO ELECTRÓNICO, BUSINESS TO BUSINESS (b2b), BUSINESS TO CONSUMER (b2C).* Santiago de Chile.

40. Sabino, C. (2008). *paginas.ufm.edu.* Obtenido de http://paginas.ufm.edu/Sabino/PI-cap-3.htm

41. SenadoNacional. (12 de Diciembre de 2007). Ley de Documentos, Firmas y Comercio Electrónico. La Paz, Bolivia.

42. *soda.ustadistancia.edu.co*. (s.f.). Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Segunda%20unidad%20Cuanti/el_mtodo_estadstico.html

43. *tfig.itcilo.org*. (s.f.). Recuperado el 20 de Abril de 2014, de http://tfig.itcilo.org/SP/contents/uncitral-model-law-ecommerce.htm

44. *tumomo.com*. (s.f.). Obtenido de http://tumomo.com/

45. Witker, J. &. (1997). *METODOLOGIA JURIDICA.* México: Impreso en Mexico.

46. *www.actiweb.es*. (s.f.). Obtenido de http://www.actiweb.es/olgalavado/las_tic_y_la_enseanza_de_lenguas_.html

47. *www.alegsa.com.ar*. (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.alegsa.com.ar/Dic/amazon.php

48. *www.bcb.gob.bo*. (s.f.). Obtenido de http://www.bcb.gob.bo/webdocs/publicaciones/memorias/memoria2011/capitulo%203.pdf

49. *www.businesscol.com*. (7 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm

50. *www.culturaemedellin.gov.co*. (s.f.). Recuperado el 28 de Agosto de 2014, de http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/antecedentesdeecommerce_080314.aspx

51. *www.delitosinformaticos.com*. (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.delitosinformaticos.com/10/2013/noticias/ataques-informaticos-31-de-los-estafados-por-malware-recuperan-cantidades-defraudadas

52. *www.derechocomercial.edu.uy*. (6 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm

53. *www.eabolivia.com*. (s.f.). Recuperado el 2 de Septiembre de 2014, de http://www.eabolivia.com/blogs/17643-historia-de-internet-en-bolivia.html

54. *www.e-conomic.es*. (s.f.). Obtenido de http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-cloud-computing

55. *www.eldia.com.b*. (s.f.). Obtenido de http://www.eldia.com.bo/index.php?cat=357&pla=3&id_articulo=131524

56. *www.eldia.com.bo*. (9 de Noviembre de 2013). Obtenido de http://www.eldia.com.bo/index.php?cat=357&pla=3&id_articulo=131524

57. *www.genbeta.com.* (5 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.genbeta.com/actualidad/la-rae-criminaliza-a-los-hackers-igualando-su-definicion-a-la-de-los-piratas-informaticos

58. *www.isaca.org.* (s.f.). Recuperado el 18 de Agosto de 2014, de http://www.isaca.org/Journal/Past-Issues/2000/Volume-6/Pages/Comercio-Electronico.aspx

59. *www.isaca.org.* (s.f.). Recuperado el 18 de Agosto de 2014, de http://www.isaca.org/Journal/Past-Issues/2000/Volume-6/Pages/Comercio-Electronico.aspx

60. *www.mastermagazine.info.* (s.f.). Obtenido de http://www.mastermagazine.info/termino/7262.php

61. *www.nic.bo.* (s.f.). Recuperado el 28 de Agosto de 2014, de https://www.nic.bo/somos.php

62. *www.oficinavirtualhoy.com.* (6 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.oficinavirtualhoy.com/companias-virtuales/

63. *www.pergaminovirtual.com.ar.* (s.f.). Obtenido de http://www.pergaminovirtual.com.ar/definicion/Hacker.html

64. *www.redempresariosvisa.com.* (s.f.). Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico

65. *www.redempresariosvisa.com.* (s.f.). Recuperado el 18 de Agosto de 2014, de http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico

66. *www.sice.oas.org.* (s.f.). Obtenido de Obtenido de http://www.sice.oas.org/e-comm/legislation/peru.asp

67. *www.sice.oas.org.* (10 de Julio de 2014). Obtenido de http://www.sice.oas.org/

68. *www.significados.com.* (5 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.significados.com/comercio/

69. *www.sophos.com.* (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.sophos.com/es-es/security-news-trends/security-trends/data-leakage-prevention.aspx

70. *www.tics.org.ar*. (s.f.). Obtenido de http://www.tics.org.ar/home/index.php/noticias-destacadas-2/157-definicion-de-tics

71. *www.ua.es*. (4 de Diciembre de 2014). Obtenido de http://www.ua.es/es/internet/condiciones_uso.html

72. *www.uncitral.org*. (s.f.). Recuperado el 20 de Abril de 2014, de http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html

73. *yaninadegoumois.blogspot.com*. (s.f.). Obtenido de http://yaninadegoumois.blogspot.com/2009/04/definicion-de-internet.html