

CONTRIBUCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO AL COMERCIO GLOBAL

Jorge Hernández De León

(jorgehdz_tuzos@hotmail.com)

Lic. Juan José Hernández Vidales

(cuate_uat@hotmail.com)

Resumen: La presente investigación tiene por objeto analizar los problemas que se tiene en cuanto a la seguridad de datos personales por medio de actividades de comercio en línea, así como protegerlos mediante leyes y aplicarlas ante organismos internacionales, como los autores identificaron los factores que ponen en riesgo como la inseguridad y la identidad de los usuarios, por otra parte los autores concluyen que para prevenir estos delitos es necesario regular los servicios en línea y crear leyes que protegen a usuarios y proveedores a nivel internacional.

Summary: This research aims to analyze the problems you have regarding the security of personal data through online trading activities, and protect by laws and apply to international organizations, like the authors identified factors threatening the insecurity and identity of users, moreover the authors conclude that to prevent these crimes is necessary to regulate the online services and create laws that protect users and suppliers worldwide.

Palabras clave: Inseguridad, robo de identidad y fraude.

Key words: Insecurity, identity theft and fraud.

1. Introducción

En la década de los 70's es cuando se pone en marcha la primer red de difusión o de canal compartido llamado red aloha, el comercio electrónico tiene su surgimiento a partir de que la web comenzó en centros de investigación en el año 1993 aproximadamente, las primeras empresas grandes en surgir, perciben la importancia en ese tiempo y solo creaban paginas para solo hablar de la organización y después surgen los primeros catálogos en la red y que el modo de negociar con el comprador solos era por medio de correo electrónicos, pero aun no se podía comprar por medio a través de red, casi de inmediato las empresas ven una manera de emplear sus páginas y hacer negocio directamente en red, en esta etapa ya se puede comprar en línea, porque aparecen los centros comerciales virtuales, se pagaba por medio de reembolsos, cheques. Después se implementó la base de datos y surge la ventaja del contenido dinámico y el pago por medio de tarjetas

de pago y que es un protocolo seguro.¹ En la actualidad, diariamente los individuos, las pequeñas empresas, las grandes corporaciones y los gobiernos realizan negocios por red, dándose la mayor parte de las transacciones por medio de computadoras personales.² En los años 90`s se creó el World Wide web (WWW) que hasta hoy en la actualidad ha revolucionado el mundo de el internet ya que en 1990 fue cuando se creó el primer navegador en suiza, este navegador fue capaz de visualizar tipos y estilos de letras, pero no era capaz de visualizar imágenes, pero en esta época el WWW estaba restringido y solo podían utilizarlo un numero de investigadores del mundo académico y empresarial en EE.UU. El comercio electrónico es el modo en que las empresas realizan sus transacciones comerciales en red, fundamentalmente a través de internet. Existen empresas que solamente operan en internet, otras que tienen en la red una sección complementaria de su comercio tradicional y otras que lo utilizan solo para determinadas actuaciones, como las publicitarias, que dan a conocer a la empresa o sus productos. La verdadera revolución del comercio electrónico la ha originado las nuevas tecnologías de comunicación, que han puesto en manos de pequeñas y medianas empresas, emprendedoras, profesionales y usuarios de todo el mundo, las facilidades para desarrollar actividades comerciales, por medio de redes de área amplia. Las empresas adoptan el comercio electrónico con el fin de mejorar su organización, esperando que tales mejoras produzcan beneficios, principalmente: mejor servicio a clientes, mejores relaciones con los proveedores y la comunidad financiera y mayor rendimiento de las inversiones de los accionistas y dueños.³ Las tecnologías actuales no son lo suficientemente efectivas para cumplir con los requerimientos necesarios que se necesitan para que el comercio electrónico sea seguro y confiable para todos lo que utilizan este servicio, problemas como la violación de los derechos de la propiedad intelectual, extorsión, difamación escrita y fraude. Existe un protocolo llamado SET (Secure Electronic Transaction), que fue implementado por empresas de tarjetas de crédito tal como Visa Y Mastercard y empresas como IBM, Microsoft, entre otras, que han colaborado para que este protocolo sea en un futuro un sistema de comercio electrónico mundial.⁴ Hasta el más sofisticado sistema de seguridad es vulnerable, no hay un sistema que brinde el 100% de efectividad. Por otra parte el nuevo desarrollo y nuevas tecnologías de la información no solo afecta a empresas si no también a los consumidores⁵. La inseguridad que se siente al realizar las transacciones por ejemplo en internet, como ejemplo deriva diversas causas como la presencia física de los contratantes, hay muchos datos que circulan en la red, los cuales pueden ser capturados por defraudadores electrónico también denominados hackers.⁶ Con el gran aumento del uso del servicio de la banca electrónica a causado que una nueva modalidad de fraude, el robo de identidad, que no es más que

¹ Seoane, Eloy, la nueva era del comercio electrónico: el comercio electrónico (España, ideas propias editorial, 2005) Pág. 10. Los autores agradecen el apoyo prestado por los investigadores José Roberto Roque Macías y Alan Oliver Ramos Olivo (allan_ro32@hotmail.com),

² Boen, Dotty, comercio electrónico (México, Thompson, 2000) Pág. 5

³ Figueroa, Ernesto. Comercio Electrónico como Factor Competitivo en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Pág. 31

⁴ Rivas, Gabriel, seguridad en el comercio electrónico (Alemania, Munchen grin, 2007)

⁵ López, David (2009)

⁶ Arias, María, manual práctico del comercio electrónico (Madrid, España, la ley, 2006) Pág. 385

simplemente apoderarse de los datos personales como nombres, direcciones, cuentas bancarias, etc. Los ataques al robo de identidad existen desde hace unos dieciséis años y sin embargo hoy en la actualidad siguen más presentes que nunca, con la finalidad de cometer fraudes, esto es cada día más común, ya que con pocos recursos y conocimientos los criminales electrónicos pueden falsificar fácilmente páginas web, marcas, anuncios, empresas y todo tipo de comercio que se encuentre en internet.⁷ La mayoría de los usuarios que hacen compra-venta en línea no confían en este sistema de pago por tarjetas de crédito ya que no se sabe si en realidad se está realizando una transacción, o si se estaría desviando fondos depositado por el usuario a otra cuenta, a veces hay incertidumbre en los usuarios al preguntarse, si realmente estará del otro lado el prestador de servicios que anuncia la pagina o si es un impostor.⁸

2. Inseguridad

Una de las principales causas o problemas de la red abierta es la seguridad y la confidencialidad debido a que en los últimos años se ha incrementado considerablemente las transacciones comerciales y la transmisión delicada de información privada tales como de empresarios, autores y usuarios. Por este motivo se desarrollan sistemas de protección que son incorporados para cada software para cada tipo de servicio.⁹ Las personas perciben una cuota de inseguridad en el manejo de información electrónica, indudablemente se verá afectada la empresa que maneje esta información. Las soluciones que se planten deberán ser integrables a las demás herramientas que utilice la empresa.¹⁰ La seguridad ha pasado de utilizarse para proteger información del gobierno, militares y diplomáticas, a tener una aplicación en múltiples sectores como transacciones financieras, acuerdos contraculturales, información personal, archivos médicos, comercio y negocios por internet. Es de relevante importancia que se tomen en cuenta las necesidades de seguridad y se determinen para todo tipo de aplicaciones. Actualmente las empresas afirman que les la seguridad de la información es una prioridad, pero no cuentan con el personal adecuado para este ámbito, no cuentan con un presupuesto fijo para esa actividad, no investigan los incidentes de seguridad o simplemente creen que su negocio no llama tanto la atención de la competencia.¹¹ La integridad, la confidencialidad y disponibilidad de datos son las propiedades que debería tener un sistema denominado seguro, el hecho de que los datos o información estén al alcance de las personas, entidades o mecanismos autorizados, en los momentos autorizados y de una manera autorizada. En telecomunicaciones es necesario proteger la seguridad nacional, la defensa y seguridad pública, prevención, investigación, detección y persecución de delitos o del uso no autorizado del sistema de telecomunicaciones.¹² Una firma digital es una gran alternativa para nuestra

⁷ Estupiñán, Rodrigo. Control Interno de Fraudes (Bogotá, Ecoe Ediciones, 2006) Pag.449

⁸ Arias, María, *supra nota 1* Pág. 385

⁹ Stella, Gladys, el comercio electrónico (revista de derecho, universidad del norte, 16:142-148,v.i, 2001) Pág. 143

¹⁰ Gaitán, José, el comercio electrónico (Argentina, Universidad Nacional del Litoral 2001) Pág.193

¹¹ Areito, Javier, seguridad de la información (Madrid España, Learning Paraninfo 2008) Pág. 2

¹² García, Teresa, informática y libertades (Francia, Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones 2003) Pág. 104

seguridad y la confidencialidad es lo que nosotros los usuarios queremos tener a continuación se desarrollara cada uno de estos puntos importantes:

2.1 La firma electrónica como una alternativa a favor para nuestra seguridad.

La seguridad apoya lo que es una firma digital como una gran alternativa, como una solución para darle validez a los contratos y a los documentos electrónicos, existe un punto importante en este tema de seguridad, es *la implementación de nuevas tecnologías* que son creadas para solucionar problemas de algún riesgo tecnológico, siendo denominados hoy en día certificados digitales, no se trata más que de credenciales electrónicas, que identifican a la persona, compañía, localización, y están autorizados por autoridades certificadas que son confiables y firmadas digitalmente.

Otra técnica que se dice es muy eficaz se llama la criptografía, se dice que data desde la antigüedad y se dice que es tan antiguo como la escritura, pero que hoy en día a renacido, este ha desarrollado mediante sistemas de información, métodos y algoritmos a asegurado algunos puntos fundamentales tales como la misma seguridad, integridad, autenticidad y el no rechazo (se refiere a que no se puede negar auditoria de un mensaje enviado).¹³ Las discusiones relativas al tema del comercio electrónico se empezó a desarrollar en el marco de la declaración de Ginebra por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), allí se estableció un sistema de trabajo y el consejo general instruyó a los distintos comités trabajar en el. Las firmas electrónicas son en la actualidad una de las formas de comercio electrónico más utilizadas, sus objetivos son facilitar el comercio por medio de mensajes electrónicos confiables, minimizar la falsificación de firmas y el fraude. La firma digital es transformación de un mensaje utilizando un sistema asimétrico, de tal forma que la persona tenga el mensaje cifrado y la clave publica de quien lo firmo pueda determinar en precisión del mensaje en claro si se cifró usando la clave que corresponda a la pública del firmante. La firma electrónica es Única, Capaz de comprobarse y Adopta por lo menos como un estándar por 2 de las organizaciones. Por ejemplo en los Estados Unidos tiene una legislación con tres grandes tendencias para definir la firma digital. La tendencia minimalista con sus códigos locales define de una manera sencilla, es un identificador creado por una computadora, en el que la persona que lo utiliza pretende que tenga la misma fuerza y efecto que una firma autógrafa.¹⁴

2.2 La confidencialidad

La confidencialidad es un punto importante, ya que se busca que terceros en una negociación no puedan acceder a datos y utilizarlos para otros fines, una forma de proteger la información es la encriptación durante la transferencia para negar el acceso a números de cuenta y claves de acceso, entre otros.¹⁵ Podemos concluir que es importante que los usuarios tengan mucho cuidado la hora de estar comprando productos por medio de internet, ya

¹³ *Ibid*, Pág. 150

¹⁴ Rincón, Erick, manual de derecho de comercio electrónico y de internet (Bogotá, universidad del rosario, 2006) Pág. 61

¹⁵ Torres, Álvarez, sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico (Perú, editorial pontificia universidad católica del Perú, 2005) Pág. 156

que a veces existen páginas que nos son muy seguras o son falsas, que las crean con datos de otras páginas originales y que casi son idénticas, ya que se llega a crear publicidad de productos que son interesantes para nosotros los usuarios y que tratan de casi obligarlos a comprar.

3. Robo de identidad

El robo de identidad ocurre o se refiere a cuando una persona hace mal uso de información personal de otra persona para hacer mal uso de ella, como para cometer algún tipo de fraude. Tan solo en el 2007 en Estados Unidos 8.1 millones de personas fueron víctimas de esta circunstancia.¹⁶ Y en el año del 2003 el robo de identidad llegó a perder casi 221,000 millones de dólares en todo el mundo, esto se debió a que ahora ya se tiene mayor accesibilidad a los datos personales en particular a datos de tarjetas de crédito¹⁷. El robo de identidad o el phishing y como se puede llevar a cabo este robo se describirán a continuación:

3.1 El robo de identidad definido y la problemática que ha causado

El robo de identidad o también conocido como el phishing es uno de los fraudes más extendidos en Internet y uno de los que más alarma social provoca, por increíble que pueda parecer, es uno de los más efectivos. Sólo en Estados Unidos se registraron más de 3.7 millones de asaltos con éxito mediante phishing, con pérdidas cercanas a los 4.000 millones de dólares. En los países europeos se estima una medida de 550 millones de euros al año en cada uno de ellos por pérdidas por esta actividad. El phishing: es un delito informático relacionado con el robo o usurpación de identidad, principalmente destinado a un tipo de estafa. Su objetivo básico es conseguir los datos bancarios o de pagos de cualquier internauta para suplantar con ellos su identidad y desvalijar sus cuentas corrientes, el método básico consiste en la difusión de centenares de miles de correos electrónicos en los que se hacen pasar por responsables de las entidades bancarias de los internautas y en las que, con la excusa de realizar controles de seguridad, solicitan números de cuentas bancarias, números de tarjetas de crédito y las claves secretas para operar en banca online. Es una auténtica pesca, se lanzan millones de anzuelos en la espera de que algún incauto lo seleccione.¹⁸ El robo de la identidad, el fraude electrónico o empleo de correos electrónicos engañosos y de páginas de Internet falsas están aumentando, los bancos son los que han sido los principales blancos especiales, mediante correos electrónicos aparentemente oficiales que dirigen clientes a falsas pero que parecen muy verdaderas páginas de Internet para forzarlos a dar detalles de sus cuentas con algún supuesto propósito administrativo.¹⁹

3.2 ¿Cómo se puede llevar a cabo un robo de identidad?

¹⁶ Sullivan, Richard, ¿pueden las tarjetas inteligentes reducir el fraude de pagos y robo de identidad? (boletín, 2009, vol. LV, issue 1, pág. 36)

¹⁷ Naciones, unidas, informe sobre el comercio electrónico (nueva york-ginebra, unctad, 2003) Pág. 30

¹⁸ Serrahima, Joaquín, la amenaza digital (Barcelona, España, profit editorial, 2010) Pág. 111 y 112

¹⁹ Eamonn, Kelly, la década decisiva (grupo editorial norma) Pág. 72

Uno de los tipos más comunes cuando ocurre un robo de identidad o fraude con una cuenta existente, es cuando un usuario pierde su tarjeta o chequera o es robada, solo basta que el delincuente falsifique una firma. Un segundo tipo de robo sería cuando una persona obtiene datos de otra y lo suplanta para abrir una cuenta nueva, tal como una cuenta de cheques o de una tarjeta de crédito, a menudo no es difícil obtener la información de alguna persona ya que por medio de los mismos empleados se puede obtener ya sea porque son los mismos que almacenan los datos en una empresa o banco.²⁰ En el robo de identidad existe dos vertientes de esta intención: el de apropiarse ilegalmente de la identidad y defraudar a las víctimas a raíz del robo, esto nos ilustra que el robo de identidad va más lejos que el típico robo o apropiación ilegal según definido por el Código Penal. El robo de identidad podría ser cualificado incluso como un delito continuado, ya que solamente no busca apropiarse de la identidad, sino cometer otros delitos a través de éste. Este delito continuado podría manifestarse de diversas maneras: pretendiendo sustituir, engañando y subrogándose desautorizadamente en la víctima del robo de identidad, realizando transacciones sin consentimiento de la persona suplantada y apropiándose ilegalmente del patrimonio del consumidor afectado. A tono con la problemática que manifiesta la codificación del robo de identidad como delito, las leyes federales han intentado buscarle soluciones a este vacío que existe en el ordenamiento legal.²¹ Aquí podemos concluir que los usuarios se dejan llevar por páginas que nos piden llenar encuestas y que las llenamos con datos personales que aunque aparezcan verdaderas, no sirven para nada más que solo para quitarnos información personal y así poder utilizarla en compras de otras personas o para su propia conveniencia, se debe ser muy cuidadoso respecto a este tipo de robo ya que en la actualidad es un delito grave.

4. Fraude Informático

Los delitos informáticos han venido constituyendo en el pasado y que ahora es muy común que los usuarios que compran en línea sufran de algún tipo de robo o fraude, un ejemplo es que en los países de Estados Unidos y los países del continente Europeo que son donde más existe este tipo de robos cibernéticos. Dado este problema los países en la actualidad se han dado a crear leyes que sancionen este tipo de problemática.²² En un país como los Estados Unidos, no extraña que uno de los problemas más graves de la justicia federal sea el conjunto de delitos surgidos en torno a los Sistemas Electrónicos de Transferencia de Fondos (EFTS). Con un ordenador como corazón sobre la base de una amplia red de comunicaciones extendida a nivel nacional e internacional, estos facilitan la realización de operaciones electrónicas. Hay puntos a destacar como la transferencia electrónica de dinero y el costo de los fraudes con el pago.

4.1 La transferencia electrónica de dinero

²⁰ Sullivan, Richard, ¿pueden las tarjetas inteligentes reducir el fraude de pagos y robo de identidad (2009, Issue 1) Págs. 36-37

²¹ Montero, ramón, el robo de identidad personal: evolución y contrastes (buenos aires, argentina, 2007) Pág. 238

²² Boen, Dotty, comercio electrónico (México, litográfica ingramex, 2003) Pág. 126

Es definida como aquella que se realiza a través de una terminal electrónica instrumento telefónico u ordenador, para autorizar un crédito o débito contra una cuenta o institución financiera.²³ Dos puntos a destacar son las modalidades de fraudes bancarios

Existen varias modalidades de fraudes bancarios entre las que cabe destacar:

- Robo y sustracción
- Falsificación de cheques
- Manejo de transferencias
- Falsificación de facturas
- Modificación de instrucciones electrónicas
- Recibir depósitos de clientes y no contabilizarlos
- Conseguir que el banco emita una carta de garantía
- La concesión de préstamos a clientes inexistentes.
- Manipulación de la contabilidad.
- Corrupción de empleados del banco.²⁴

Existen métodos en la actualidad que ayudan a combatir y rastrear los delitos informáticos, en los Estados Unidos existe un organismo que ayuda combatir este problema la Dirección Federal de Investigaciones que trabaja en conjunto con varias naciones para pelear con estos tipos de problemas, también está la Dirección General de Inteligencia (CIA), en 2000 la CIA contrato a 300 graduados especializados en ingeniería en informática, en electrónica y bioquímicos. A medida de que estos problemas cibernéticos vayan creciendo las investigaciones por parte de la CIA crecerá y estarán existiendo mayores políticas y leyes en contra de estos delitos.²⁵

4.2 El costo de los fraudes con el pago

El presente punto se dice que es muy difícil de precisar los costos exactos porque los datos sobre estos no son muy confiables, las perdidas por este tipo de fraudes son asumidos los bancos, comerciantes y nosotros los consumidores, como ya se dijo anteriormente en la presente investigación empresas mundiales de redes de tarjetas como Visa y Master Card entre las más importantes han actualizado y armonizado sus normas de seguridad para que los comerciantes y los proveedores, aunque los consumidores no están muy seguros de realizar pagos electrónicos por lo que les preocupa más, que hoy en día es muy importante la seguridad y la privacidad de datos personales.²⁶

Esta conclusión podemos decir que muchas personas creen que a veces que les ha faltado dinero en su cuenta, pero a veces la realidad es otra ya que han sufrido un robo de datos personales y así poder tener una tarjeta de crédito del usuario y así poder retirar fondos de la cuenta, es importante denunciar estos problemas porque esto se castiga.

²³ Gutiérrez, maría, fraude informático y estafa (Madrid, artigraf) Pág. 146

²⁴ Estupiñán, Rodrigo, control interno y fraudes (Bogotá, ECOE ediciones, 2005) Pág.382

²⁵ Boen, Doty, *supra* nota 1, Pág. 127

²⁶ Sullivan, Richard, ¿pueden las tarjetas inteligentes reducir el fraude de pagos y robo de identidad? (boletín, 2009, vol. LV,issue 1, págs. 35 y 36)

5. La logística en el comercio electrónico

Ya sabemos que el comercio electrónico es como cualquier otro tipo de comercio, trata de vender sus productos al cliente, solo con la diferencia que este te hace llegar el producto hasta donde se encuentre el cliente, por esto es que cobra importancia la logística. En el comercio electrónico el cliente compra un producto, el vendedor se encarga de entregárselo lo antes posible, en perfectas condiciones y con los menos gastos posibles. Esto obliga a las empresas con este tipo de comercio a crear nuevos procedimientos de entre de los pedidos a los clientes, lo que implica crear un puesto de logística o contratar los servicios de un operador logístico. Uno de los problemas que afecta a este tipo de comercio es la poca confianza del comprador a este sistema y a la falta de cultura de adquirir sus productos a través de Internet se debe a que el cliente tiene la necesidad de obtener el producto rápido, comprarlo y pagarlo. Para que este sistema tenga funcionalidad, el cliente debe tener plena confianza en que su producto le va a llegar a sus manos. La logística es algo más que el transporte, el transporte solo consiste en llevar el producto de un lugar a otro, mientras que la logística es una actividad más compleja ya que también incluye el almacenaje, distribución, el embalaje, facturación y cobros. La logística es la actividad empresarial que se encarga, de forma eficaz y con el menor costo posible, del transporte y almacenaje de materias primas y productos, ya sea semi-acabados o productos terminados así como la gestión de los stocks o su existencia. Y en el comercio electrónico la logística es la que añade las funciones de proporcionar información, en tiempo real acerca del estado de los pedidos y una amplia variedad de servicios complementarios. Su importancia se debe a que es la parte física de este tipo de comercio el operador logístico es el encargado de la entrega es la única parte visible de toda la cadena. A continuación se señalara algunas características de la logística en el comercio electrónico y de cómo son los tipos de comercio:

5.1 Características de la Logística del Comercio Electrónico

Desde la aparición del Internet y la creación del comercio electrónico han supuesto una modificación en la forma de trabajar de los operadores logísticos. Ha aumentado la necesidad de obtener información sobre el seguimiento de sus pedidos, lo que implica a los operadores a actualizar sus sistemas de información y a implementar soluciones tecnológicas avanzadas.

5.2 Ventajas de la logística respecto algunos problemas en esta rama

A continuación se definen algunos puntos de sistema para gestionar el flujo de los productos, así de cómo se da el comercio entre empresas y entre consumidores, este es un punto importante ya que tanto el consumidor debe de saber lo que la logística representa en el comercio y como se hace llegar el producto.

Sistemas Dedicados

El comercio gestiona el flujo de sus productos diseñando una infraestructura logística propia, formada por almacenes, sistemas de transporte y sistemas de gestión a los pedidos, es posible que contrate o subcontrate a empresas que sólo trabajan para ella.

Sistemas Compartidos

Se recurre a un operador logístico externo, que ofrece la solución a varias tiendas virtuales, si una tienda consigue que un operador sea capaz de

gestionar eficientemente la entrega a domicilio, parte del éxito estará garantizado, en caso contrario será un fracaso. En cuanto a las ventajas, para una tienda virtual, es básico que disponga de un operador logístico ya que al encargarse de toda la gestión de stocks, almacenaje, recepción de mercancías, recepción de mercancías, envíos y devoluciones, libera a la empresa de estas tareas, y le permite a la tienda ocuparse de vender, dejando a otros, especializados en el tema de toda logística. Un proceso logístico comienza cuando el cliente selecciona lo que quiere de la tienda, en caso de que el producto no esté disponible, se debería indicar el plazo de entrega previsible, este tipo de información solo se puede proporcionar enlazando el software de la tienda con el software de stocks del operador. Cuando el producto se agota solo hay dos opciones, o bien se puede dar de baja temporalmente del catálogo, o bien mantenerlo que no está disponible inmediatamente, indicando un posible plazo, también se puede incluir la posibilidad de avisar al comprador cuando el artículo vuelva a estar disponible en los almacenes. Independientemente de la forma elegida siempre se basa en la información de plazos que proporciona el operador, que deberá de disponer de mecanismos de aprovechamiento y control de stocks eficaces. Una vez finalizado el proceso de compra se debe efectuar el pago, pero antes es necesario indicar el lugar de entrega del paquete. En la mayoría de las tiendas virtuales, el comprador tiene que registrarse, a fin de que no tenga que introducir la información de entrega cada vez que realice una compra, y esa información podrá modificarse si es necesario. Posteriormente la tienda virtual generará una orden de pedido al almacén, esta fase es crítica en la cadena de envío, puesto que los fallos cometidos repercuten en el resto de la cadena.²⁷

5.3 Tipos de Comercio Electrónico.

Entre empresas, de empresa a consumidor y entre consumidores. Adicionalmente, si se considera la interacción entre las empresas y consumidores con las administraciones públicas, se puede distinguir dos tipos adicionales de transacciones a través de Internet que nos se puede clasificar como comercio electrónico propiamente, pero no por ellos dejan de ser importantes, las cuales son entre empresa y administración entre ciudadano y administración. El comercio electrónico entre empresas se refiere a la compra y venta de productos o servicios entre ellos, por ejemplo, la gestión a través de Internet de los procesos de aprovisionamiento de materiales permitiendo negociaciones más ágiles entre las empresas y sus proveedores. En el comercio de empresa a consumidor se refiere al proceso de venta a través de una tienda virtual y el consumidor final. El comercio entre consumidores se refiere a la compra-venta entre usuarios o consumidores finales, un ejemplo de esto son los sitios web especializados en compra-venta, subastas de productos de segunda mano directamente de particular a particular. Tienda virtual es el tipo de negocio que tiene en venta un producto o servicio solamente a través de Internet. La tienda clásica con servicio on-line son aquellos negocios tradicionales que han creado un sitio web con venta on-line con el objetivo de abrir nuevos canales de venta y mejorar los servicios ofrecidos a sus clientes. Tienda de productos digitales son aquellas que

²⁷ Seoane, Eloy, la nueva era del comercio electrónico (España, ideas propias editorial, 2005) Págs. 229-233

comercializan exclusivamente productos y servicios digitales. Venta por catalogo se basa en el envío de catálogos impresos por parte del comerciante y la realización de pedidos por correo o teléfono.²⁸ La presente conclusión se refiere a que la logística es uno de los puntos más importantes en el comercio electrónico tanto local como internacional, ya que la logística no solo se encarga de llevar y traer, sino que también se tiene que ocupar del almacenaje y el embalaje, en pocas palabras de cuidar la mercancía en el transcurso de entrega entre el proveedor y el comprador, según o de acuerdo al tipo de mercancía del cual se trate.

6. Ley de la protección al consumidor en México.

En México existe la presente ley para proteger a aquellos usuarios que realizan o practican el comercio electrónico y dice que la ley tiene por objeto proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la certeza y seguridad jurídica en cada uno de los proveedores y consumidores. La presente ley tiene varios principios básicos entre los que están a destacar en su Artículo primero:

- La protección de la vida, salud y seguridad del consumidor de los riesgos provocados por los productos.
- La educación y divulgación sobre el uso adecuado de los productos y servicios.
- La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios con las especificaciones correctas de cantidad, características composición, calidad y precio, así como los riesgos que representen.
- La prevención y la reparación de daños patrimoniales y morales, individuales y/o colectivos.
- La protección contra la publicidad engañosa y abusiva.
- La real y efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios convencionales, electrónico o cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados.
- La protección de los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas.²⁹

En conclusión en México se protege a los usuarios que realizan el comercio electrónico tanto a comerciantes como proveedores, dicha ley tiene como objeto la protección de la vida, salud, seguridad, educación, información adecuada, prevención y reparación de daños, protección sobre publicidad engañosa, las transacciones del consumidor, así como los derechos de infancia, adulto mayor y personas con discapacidad e indígenas.

²⁸ Alonso, Ana, comercio electrónico antecedentes, fundamentos y estado actual (Madrid, dkinson, 2004) Pág. 15,16 y 17

²⁹ Ley federal de protección al consumidor, Documento electrónico, se encuentra en [http://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/l_lfpc_ultimo_CamDip.pdf] 25/06/2013

7. Comercio electrónico en la Organización Mundial de Comercio (OMC)

Este tema entro en vigor en el marco de la conferencia ministerial de ginebra en mayo de 1998, los países más industrializados son los que perciben mayores beneficios potenciales en el comercio por medios electrónicos, por lo tanto quieren facilitarlo más y hacerlo más fluido y desean eliminar los obstáculos. Una propuesta que se dialogo en la OMC es que los países no apliquen impuestos a la entrada de las mercancías. Respecto a este tema se adopto como decisión provisional de que solo los miembros de la OMC no aplicaran impuestos a dichas transacciones durante solo por tiempo determinado³⁰. Una nueva esfera del comercio son las mercancías que son enviadas por todo el mundo atreves de medios electrónicos, en términos generales es la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de redes de telecomunicaciones. Un claro ejemplo de esto son la música, videos y libros transmitidos a través de líneas telefónicas o internet. En la declaración sobre el comercio electrónico mundial adoptado por la segunda conferencia ministerial, celebrada el 20 de mayo de 1998, se instaba al Consejo General de la OMC a establecer un programa de trabajo amplio para examinar todas las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico mundial que afectan al comercio. El Consejo General adopto el proyecto de ese programa de trabajo el 25 de septiembre de 1998 y se iniciaron las deliberaciones sobre esas cuestiones en los Consejos de Comercio de Mercancías, del Comercio de Servicios y de los ADPIC (propiedad intelectual) y el Comité de Comercio y Desarrollo.³¹ El programa de trabajo, en el que los órganos de la OMC tendrán en cuenta las necesidades económicas, financieras y de desarrollo de los países de desarrollo, y se reconocerá que se realizan otros trabajos en otros foros. A continuación se nombraran algunas consecuencias que según la OMC tendrán para algunos países en desarrollo y una mejor opción de no adoptarla:

7.1 Consecuencias para los países en desarrollo

El compromiso obligatorio de no imponer impuestos de importación al comercio electrónico tendría consecuencias para los países en desarrollo tales como no ganarían nada y estarían perdiendo mucho, salvo muy pocas excepciones ya que estos países tienen muy pocas perspectivas en exportación en comercio electrónico abarcado por la pasada propuesta, ya que la mayoría de los países industrializados son los exportadores mientras los países en desarrollo son los países importadores. Por lo tanto estos países en desarrollo perderían una importante fuente de ingreso fiscal si se acordara el arancel obligatorio en cero esta propuesta de arancel cero constituiría una disciplina sobre un modo particular de transacción y no sobre comercios y servicios como tales, este tema abriría un capitulo totalmente nuevo en la OMC.

7.2 Una opción para los países en desarrollo

³⁰ Bhagirath, Ial, la OMC y el sistema multilateral de comercio: pasado, presente y futuro (España, Icaria editorial, 2004) Págs. 147 y 148

³¹ Organización Mundial de Comercio, Documento Electrónico, se encuentra en [http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm] 24/06/2013

Estos países no deberían asumir esta obligación propuesta por la OMC, de tener un arancel en cero, deberían abandonarla, si acaso un país decide considerar adecuado no cobrar un arancel por importación, puede abstenerse de hacerlos sin tener algún compromiso obligatorio ante la OMC. Por otra parte si los países industrializados insisten en llevar a cabo esta propuesta deben indicar que concesiones están dispuestas a ofrecer a los países en desarrollo a cambio o detallar que puede ser benéfico para estos países.³² De lo anterior podemos concluir que existen conferencias que fueron hechas para los países más desarrollados, para poder incrementar el uso de el comercio electrónico, para que este tenga una mayor aceptación por parte de los consumidores ya que tiene algunas ventajas que el comercio tradicional. Organizaciones como la OMC también son impulsores de este tipo de comercio, El cual vigilan d cerca para un mejor uso.

8. El comercio electrónico en México

Las compras de artículos y servicios por internet o en línea pueden resultar atractivas por la facilidad para realizarlas, sin embargo, es importante que los consumidores tomen precauciones para evitar ser víctimas de prácticas comerciales fraudulentas. Cuando el consumidor mexicano realiza compras por internet, está protegido por la Ley Federal de Protección al Consumidor, el cual contiene disposiciones generales sobre comercio electrónico en su capítulo VIII bis.³³ La Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPCI) es la que integra a todas las empresas que son las impulsoras de la industria de internet en México, esta asociación asume la responsabilidad de realizar estudios sobre el uso de internet para orientar y favorecer al mismo. Consiente que es necesario conocer y analizar los aspectos que afectan el comercio electrónico en México. La situación actual requiere que el gobierno asuma responsabilidad en la promoción del desarrollo de las industrias de la información y en el fomento de la reconversión digital de procesos para lograr mejoras en la productividad de la economía del país. El desarrollo de la industria del software presenta alternativas para producir y exportar productos y servicios de muy alto valor agregado.³⁴ De lo anterior se desprende que en México ha habido un incremento en el uso del comercio electrónico, esta también legislado por la Ley Federal d Protección al Consumidor. También aquí participa una asociación como la AMIPCI que es la que integra a todas las empresas que son impulsoras de esta industria del comercio y también se encarga de realizar estudios acerca del uso del internet, es importante hacer caso si se llegan a mencionar algunas

9. Conclusiones y Propuestas

La presente investigación se mencionó que hay muchos problemas cibernéticos, tanto nacional como internacional, comprar en línea nos resulta

³² Bhagirath , lal, *supra* nota 1, Pág. 149

³³ Procuraduría Federal del Consumidor, Comercio Electrónico, se encuentra en [http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp] 25/06/2013

³⁴ Secretaria de Economía, Comercio Electrónico, se encuentra en [<http://www.promexico.gob.mx/comercio/estadisticas-de-comercio-electronico-en-mexico-un-panorama-general.html>] 25/06/2013

muy fácil pero a veces no tomamos las debidas precauciones, de cuidar nuestros datos personales así como nuestro dinero. También es importante saber que en nuestro país existen leyes que protegen los derechos de los consumidores y la OMC también se han planteado estos objetivos pero sin lograrse a veces hacerlos cumplir.

- Que en todos los países se deben crear leyes que sean más estrictas, que las hagan cumplir y que se lleguen hasta instancias internacionales.
- Así como Fortalecer las páginas web o crear programas para lograr detectar estas páginas falsas.
- También Apoyar a medios de transporte para lograr que las mercancías lleguen en buen estado a sus consumidores y tenerlos satisfechos.
- Promover el comercio electrónico a nivel mundial, ya fortalecido los objetivos mencionados para que más que nada la gente tenga confianza y hacer uso de la compra-venta en línea.

Monografías

Alonso, Ana, comercio electrónico antecedentes, fundamentos y estado actual (Madrid, dkinson, 2004)

Arias, María, manual práctico del comercio electrónico (Madrid, España, la ley, 2006)

Bhagirath, Ial, la OMC y el sistema multilateral de comercio: pasado, presente y futuro (España, Icaria editorial, 2004)

Boen, Dotty, comercio electrónico (México, litográfica ingramex, 2003)
Eamonn, Kelly, la década decisiva (grupo editorial norma)

Estupiñán, Rodrigo. Control Interno de Fraudes (Bogotá, Ecoe Ediciones, 2006)
Gutiérrez, María, fraude informático y estafa (Madrid, argraf)

Montero, Ramón, el robo de identidad personal: evolución y contrastes (Buenos Aires, Argentina, 2007)

Naciones Unidas, informe sobre el comercio electrónico (Nueva York-Ginebra, UNCTAD, 2003)

Rincón, Erick, manual de derecho de comercio electrónico y de internet (Bogotá, universidad del Rosario, 2006)

Rivas, Gabriel, seguridad en el comercio electrónico (Alemania, München, 2007)

Seoane, Eloy, la nueva era del comercio electrónico: el comercio electrónico (España, ideas propias editorial, 2005)

Serrahima, Joaquín, la amenaza digital (Barcelona, España, profit editorial, 2010)

Torres, Álvarez, sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico (Perú, editorial pontificia universidad católica del Perú, 2005)

Artículos

Figuerola, Ernesto. Comercio Electrónico como Factor Competitivo en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

López, David, la autorregulación de la firma digital: las declaraciones de prácticas y las políticas de certificación (2009)

Sullivan, Richard, ¿pueden las tarjetas inteligentes reducir el fraude de pagos y robo de identidad? (boletín, 2009, vol. LV, Issue 1)

Fuentes electrónicas

Ley federal de protección al consumidor, Documento electrónico, se encuentra en [http://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/l_lfpc_ultimo_CamDip.pdf]

Organización Mundial de Comercio, Documento Electrónico, se encuentra en [http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm] 24/06/2013