

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

**“PANORAMA LEGAL DEL COMERCIO ELÉCTRICO Y ALGUNOS DE SUS RIESGOS EN
HONDURAS.”**

SUSTENTADO POR:

ALISON DEL CARMEN FONSECA RODRIGUEZ 311111657

GENESIS YULISSA ORTIZ RIVAS 318111023

SUPERVISORA

ABOG. ALEJANDRA SUAREZ FORTIN

TEGUCIGALPA M.D.C. HONDURAS, C. A

SEPTIEMBRE, 2023

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC DE UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO

DINA ELIZABETH VENTURA

DIRECTORA ACADÉMICA

IRIS GABRIELA GONZALES

JEFE DE CARRERA

CARLOS PECORELLI

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023

ALISON DEL CARMEN FONSECA RODRIGUEZ

GENESIS YULISSA ORTIZ RIVAS

DEDICATORIA

Dedico primeramente este proyecto de graduación a Dios por darme la sabiduría y fortalezas en toda mi carrera universitaria para llegar hasta esta etapa de finalización y permitirme obtener mi título de la carrera de Licenciatura en Derecho.

Así mismo dedico este logro a mi padre hasta el cielo y a mi madre que sin ellos no estaría culminando esta etapa en mi vida, porque fueron las personas que me motivaron a no rendirme y guiarme por el buen camino, personal y profesional, a mi pareja y mi hijo que me han brindado un apoyo incondicional y que han sido motivación para lograr este peldaño y por último a mis hermanos y sobrinos que me han acompañado en sus oraciones y deseos de lograr una meta más en mi vida profesional.

Alison del Carmen Fonseca Rodríguez

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos. Además de su infinita bondad y amor para conmigo durante estos 25 años. A mi madre Oneyda Rivas por poner en mí toda su fe y su confianza de ver este sueño hecho realidad. Así mismo padre preciado Roberto Ortiz por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me han influenciado siempre por el valor mostrado para salir adelante, por darme sus positivos consejos.

Genesis Yulissa Ortiz Rivas

AGRADECIMIENTO

Todo mi agradecimiento a Dios quien ocupa el primer lugar en mi vida, a mis padres, a mi pareja y en especial a mi hijo Max Alejandro Alvarado Fonseca, quien ha sido el motor que me ha impulsado a seguir adelante.

Agradezco a los catedráticos de la facultad de Derecho de CEUTEC, quienes me han compartido sus conocimientos de una forma profesional y ética, en especial a la Abogada Alejandra Suarez Fortín, nuestra asesora del Proyecto de graduación, que gracias a sus directrices hemos completado este proyecto.

Alison del Carmen Fonseca Rodríguez

El principal agradecimiento a Dios quién me ha guiado y me ha dado la fortaleza, sabiduría y valor para seguir adelante y poder finalizar esta etapa. A mi familia por su comprensión y estímulo constante, además su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

Y a al Centro Universitario Tecnológico por abrir sus puertas y por permitirme lograr dar un paso más hacia el éxito. Por convertirme en una profesional competitiva. llena de conocimientos y expectativas.

Genesis Yulissa Ortiz Rivas

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	XI
CAPÍTULO I.....	1
1.2 Formulación del problema.....	4
1.2.1 Problema general.....	4
1.2.2 Preguntas de Investigación.....	4
1.3 Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1 General.....	5
1.3.2 Específicos.....	5
CAPÍTULO II	9
¿QUE ES EL COMERCIO ELECTRONICO?.....	11
2.3 ANTECEDENTES HISTORICOS	17
Business to consumer (B2C).....	19
2.5 PROCEDIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	20
2.6 RIESGOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	21
2.7 MARCO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRONICO.....	24

Derecho de Acceso a la Información Pública	27
Información Pública	27
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	31
3. Congruencia metodológica.....	31
3.1 Matriz metodológica.....	31
3.2 Tabla 1. Matriz de Congruencia Metodológica	33
3.2 Hipótesis	35
3.3 Tipo de investigación	35
3.4 Enfoque de la investigación.....	36
3.5 Alcance de la investigación	37
Alcance exploratorio	37
3.5.2 Alcance Descriptivo	37
Tabla 2. Alcances exploratorio y descriptivo.....	38
3.6 Métodos de investigación	40
3.6.1 Método inductivo	40
3.6.2 Método intuitivo.....	40
3.6.3 Método Histórico	41

3.6.4	Método de derecho comparado	42
3.7	Diseño de la investigación.....	44
3.7.1	Población.....	45
3.7.2	Muestra	46
3.7.3	Unidad de análisis	46
3.8	FUENTES DE INFORMACIÓN	48
3.8.1	Fuentes primarias	48
3.8.2	Fuentes secundarias.....	49
3.9	Técnicas e instrumentos para recolección de información	50
3.10	Limitantes del estudio.....	51
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS		52
1.-	Buenas noches abogado, conociendo su amplia experiencia en el campo del derecho, y su enfoque jurídico en el área del comercio electrónico, acudimos a usted para que nos pueda brindar información que nos esclarezca algunas preguntas concernientes a este tema.....	53
2.-	como sabemos ha existido un incremento en el comercio electrónico a raíz de la pandemia en 2020, y así mismo existe un incremento en los delitos por disputas de dominio, infracción y falsificación de marcas, fraudes electrónicos, usurpación de identidad, legalidad en las transacciones y el incumplimiento de contratos electrónicos.	55
3.-	basados en el aspecto técnico jurídico ¿cuáles considera que son las pautas para el buen funcionamiento del comercio electrónico?	55
4.-	Es importante poder conocer el sistema, y saber cómo es el proceso de denuncia o demanda,	

pero también consideramos muy importante el saber cuál es el antecedente que hizo que se pudiese contemplar la legislación del comercio electrónico.	56
Análisis de la entrevista:	57
1.- ¿Qué es comercio Electrónico en Honduras?	79
2.-¿Cuáles son los medios electrónicos empleados en el comercio electrónico?.....	79
3.- ¿En los procedimientos legales tiene valor probatorio la información digital o electrónica?	79
4.- ¿Producen efectos jurídicos los actos o negocios celebrados a través de medios electrónicos?	80
5.-¿Cuáles son los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través de medios electrónicos?.....	80
6.- ¿Cuáles son los tipos de comercio electrónico?.....	80
7.- Las personas que proporcionan sus datos en actos de comercio electrónico se les de dar seguridad que los datos proporcionados serán confidenciales?	81
8.- ¿Dónde se aplica el comercio electrónico?	81
9.- ¿Qué hace la Ley de Comercio Electrónico en que beneficia a los hondureños?.....	81
10.- ¿Algunos datos generales sobre la Ley de Comercio Electrónico?	81
4.3 Realización de encuestas	82
CAPÍTULO V. PROPUESTA DE MEJORA	115
LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS	117
CAPÍTULO VI.....	120

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	120
6.1 CONCLUSIONES.....	120
6.2 RECOMENDACIONES	123
Bibliografía.....	125

INTRODUCCIÓN

En la primera parte analizamos la superestructura y la infraestructura en las que se apoyan Internet y la Nueva Economía, ya que sin ellas no se podría producir el cambio tecnológico que estamos viviendo. Con el tiempo, el mundo ha experimentado cambios dramáticos que afectan todos los aspectos y áreas de nuestras actividades diarias, el más dramático e influyente de los cuales es Internet.

A medida que pasa el tiempo, el mundo depende cada vez más de Internet para diversas tareas diarias, como aprendizaje, entretenimiento, trabajo, investigación, negocios, etc. El mundo está cada vez más en línea, y las empresas se han aprovechado de esto para expandirse y reducir los costos. Para los mercados que desean confiar en esta poderosa herramienta mientras brinda comodidad y flexibilidad para ambos compradores y vendedores, le es necesario conocer el margen de riesgo a los que se enfrentan.

En Honduras, no podemos olvidar el papel del comercio electrónico para dar un nuevo impulso a una economía que actualmente se encuentra en crisis. El único problema es que nuestra cultura tiende a ser más tradicional, es decir, todavía existe la preocupación de que los estafadores puedan aprovecharse de la honestidad de los compradores en línea. Aunque sabemos que el comercio electrónico es factible y tiene sus ventajas, pero también escuchamos hablar de fraudes informáticos y nos hace pensar al momento de tomar una decisión de consumir.

Es por ello que investigaremos el panorama del legal del comercio electrónico en Honduras, y la forma de evitar o prevenir posibles fraudes para poder aprovechar al máximo esta gran oportunidad. Es así que en el primer capítulo se detalla el planteamiento del problema con sus objetivos y una justificación del motivo de investigación con sus limitantes y demostrando la viabilidad.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En un sentido amplio comercio electrónico o *e-commerce*, es toda aquella transacción o negociación que ocurre en Internet, ya sea por medio de las plataformas, directamente a través del proveedor del servicio o del producto e incluso mediante la utilización de las redes sociales. y la contratación electrónica, implicaría la adquisición de un vínculo contractual, una serie de derechos y de obligaciones, mediante un clic a cualquier dispositivo o bien a través de las redes y utilizando un medio electrónico; ordenador, smartphone, tablet, televisión, etc. (Francisco Gonzales de Audicana Zorraquino, Matilde Vicente Diaz, 2021)

El comercio electrónico en Honduras hoy en día es una opción tanto para generar ingresos y emprender, como también para dinamizar la economía, teniendo su relevancia a raíz de la pandemia en el año 2020 la cual se denominó Covid-19, y conllevó que se restringieran las reuniones en sitios públicos, tanto comercios, bancos etc., También podemos enumerar como punto positivo que al no tener tiendas físicas se disminuyen flagelos como el de asaltos, extorsión y se generan fuentes de empleo indirectas como ser los repartidores etc., Sin embargo nos encontramos con que existen varias limitantes en cuanto al comercio electrónico, entre los cuales podemos enumerar: La desconfianza de parte del consumidor por cuestiones de cultura, la

dificultad de usar dispositivos electrónicos y buscar información en internet, comparar ofertas y evaluar la fiabilidad del vendedor y del comprador en una relación electrónica, la seguridad en las transacciones y medios de pago electrónicos, las estafas virtuales generadas con hackeos de cuentas, considerando que los métodos de pago sean más seguros al momento de hacer una compra por internet.

En las últimas décadas estamos viviendo una etapa de grandes avances tecnológicos que han permitido mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, no obstante, podemos afirmar que ninguno de ellos ha tenido la trascendencia social, económica y tecnológica como la producida por el fenómeno Internet. En la actualidad, internet está presente tanto en la vida cotidiana como en las diferentes fases o etapas de los negocios. Precisamente, la utilización de la tecnología de internet en los negocios está dando lugar a lo que para algunos autores es la «Segunda Revolución Industrial» (Redondo, 2012).

El comercio en internet sigue creciendo y es la manera inteligente para comprar o vender un producto en line, es necesario que los clientes estén informados tengan más seguridad y tranquilidad en su proceso de compras. A pesar de que estas tecnologías llevan un tiempo en desarrollo, al incrementar su utilización, y volverse necesarias para el progreso de actividades cotidianas, comienza a ser oportuno que los individuos conozcan el alcance del comercio electrónico y algunos de los riesgos en el ejercicio de su actividad. Por ello, el presente trabajo de grado tiene como objetivo realizar una recopilación de los modelos de regulación del comercio electrónico, para identificar los riesgos asociados a esta modalidad de comercio.

La disposición de las empresas para utilizar comercio electrónico depende mucho de las garantías que cada país ofrezca para realizar transacciones mediante este canal de venta y uno de los elementos claves para seguridad de compañías y usuarios es un marco legal adecuado, lo cual se logra a través de políticas públicas efectivas por parte de cada gobierno.

En base a lo anterior se plantea la siguiente problemática a investigar desde un enfoque cualitativo.

Debido a que tiene un gran impacto ante las necesidades de los consumidores por lo que se han implantado en el mundo jurídico, produciendo la incorporación del ámbito electrónico en la legislación, lo que ha generado nuevas situaciones a las que el mundo del Derecho debe dar respuesta al riesgo. Dentro de dichos riesgos se encuentran disputas de dominios, la infracción y falsificación de marcas en internet, y el fraude electrónico y la usurpación de identidad en documentos electrónicos.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general.

El incremento del *E-commerce* ha sido evidente desde el año 2020 a la actualidad, ya que se han presentado disputas de dominios, la infracción y falsificación de marcas en internet, el fraude electrónico, la usurpación de identidad en documentos electrónicos, la legalidad de las transacciones y contratos “sin papel”, el incremento de usuarios sin capacidad para la actividad comercial y la protección de los derechos de la propiedad intelectual.

1.2.2 Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las situaciones que están afectando a ciertas personas en cuanto al uso del comercio electrónico?
- ¿Qué herramientas o estrategias jurídicas se puedan utilizar para evitar los fraudes cometidos en el Comercio Electrónico?
- ¿Cuáles son los fundamentos legales que establecen las pautas a seguir para el buen funcionamiento del Comercio Electrónico?
- ¿Cuáles son los antecedentes del problema jurídico del comercio electrónico?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 General.

Analizar la situación actual del comercio electrónico *e-commerce*, desde la perspectiva del consumidor basada en el análisis de los aspectos técnicos y legales que reducen o eliminan el riesgo para los usuarios involucrados en la expansión del Comercio Electrónico en Honduras, con el propósito de brindar información idónea y así contribuir a la toma de decisiones.

1.3.2 Específicos.

- Exponer las situaciones que están afectando a ciertas personas en cuanto al uso del comercio electrónico ya que por cuestiones de educación y cultura no dan esa apertura a poder estar a la vanguardia.
- Establecer las herramientas o estrategias que se puedan utilizar para evitar los fraudes cometidos en el Comercio Electrónico.
- Detallar los fundamentos legales que establecen las pautas a seguir para el buen funcionamiento del Comercio Electrónico
- Examinar cuales son los antecedentes del problema jurídico del comercio electrónico

1.4 Justificación de la investigación

Hoy en día, la tecnología del comercio electrónico ha entrado en casi todas las actividades humanas y la vida diaria. La velocidad de la red es cada vez más rápida y fuerte, y la distancia de comunicación casi ha desaparecido. Esta tecnología necesita ser entendida cada vez más profundamente. En la comercialización se debe proteger la propiedad intelectual relacionada con disputas de dominio, infracción de marcas y falsificación en Internet, fraude electrónico, usurpación de identidad en documentos electrónicos, legalidad de transacciones. Ante este problema, es importante conocer más a fondo todo el sistema desde las diferentes áreas de aplicación con el fin de analizar y encontrar soluciones para mejorar el comercio electrónico, haciéndolo más seguro y fiable.

Operacionalizar la mayor cantidad de población posible, viendo que el comercio electrónico no solo comprende uso de sistema bancario si no también el uso de plataformas de mercado de adquisición de productos, esto con lleva indirectamente un desarrollo económico.

1.5 Limitaciones de la investigación

El sin límite geográfico es un factor muy significativo al realizar la investigación, pretendemos enfocarnos en Honduras, pero los hondureños al comprar en todo el mundo, dificultan el poder enfocar un punto clave, por lo que la ley debe ser muy amplia, CONATEL es la fuente que nos permite determinar el universo de personas con acceso a internet, pero a su vez tenemos la limitante de que las empresas que prestan estos servicios, no reporten los datos correctos ante esta institución, siendo esto un gran restrictivo, porque para superar este problema se deberían hacer estudios de campo y esto llevaría un costo monetario considerable y también un extenso tiempo.

1.6 Viabilidad de la investigación

El propósito de este proyecto investigativo es categorizar la demanda del comercio electrónico, con el fin de identificar donde tiene flaquezas legales, por lo que se determino realizar entrevistas a profesionales en el área, así como visitar CONATEL para un mayor conocimiento técnico, levantar encuestas sobre los delitos cibernéticos mas cometidos en la actualidad, y así conocer el porcentaje poblacional afectado.

Sugerir que se puedan expandir los rubros de comercio electrónico, también que se puedan desarrollar mecanismos de pago diferentes, en países desarrollados se usan las criptomonedas, siendo esto algo nuevo en Honduras, pero muy provechoso para el comercio electrónico en otros países.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Antes de comenzar con el estudio acerca del comercio electrónico es fundamental conocer algunos aspectos referentes a su origen, principios y fundamentos legales, para un mayor entendimiento de este fenómeno que ha revolucionado la economía, en este capítulo se contextualizará el concepto de internet como parte fundamental de la revolución de la información, la cual involucra al comercio electrónico como un canal de información que ha permitido el crecimiento de la economía en los últimos años en el mundo, pero que lastimosamente se ha desconocido el fundamento legal para el buen desempeño.

El comercio electrónico (*e-commerce*), como el proceso de compra-venta de bienes y servicios a través de medios electrónicos, principalmente internet. El *e-commerce* cobró popularidad con la masificación de internet en la década de los 90's y poco a poco se fue haciendo más usual este intercambio de bienes y servicios utilizando la web Este nuevo modelo de venta permitía vender el producto por primera vez sin necesidad de observarlo físicamente. Los usuarios podían visualizar las características del producto

mediante fotos ilustrativas y realizar sus compras sin necesidad de desplazarse al punto de venta físico, los medios de pago electrónicos, principalmente fueron las tarjetas de crédito en los últimos años, con el crecimiento de las aplicaciones móviles para dispositivos como smartphones y tablets, el uso del e-commerce continúa vigente y también han surgido nuevas e innovadoras formas de pago, para no depender exclusivamente de tarjetas de crédito.

Internet como parte del mundo es la otra visión, otra narrativa experta, que destaca que en la práctica Internet es con mayor frecuencia simplemente una herramienta y un espacio social que las personas usan para extenderse ellos mismos y extender sus relaciones. La elaboración de esa visión no fue sólo mérito de la antropología, pero es el matiz de esta disciplina lo que nos interesa destacar en estas notas. (Rivoir, 2019)

El comercio electrónico se hizo posible gracias al desarrollo del EDI (Electronic Data Interchange). Este era un modelo que se basaba en el intercambio de documentos de negocios de un computador a otro en un formato estándar. Fue creado a mediados de los años sesenta, cuando las compañías de transporte y algunas industrias de venta al por menor tenían la intención de instaurar oficinas “libres de papel”, en este sentido, en 1970 el EDI fue formalizado por el Comité de estándares acreditado de representantes de la industria de los Estados Unidos. Después de esto, en las décadas de los setenta y ochenta, varias compañías lo empezaron a adoptar.

Debido a el alarmante paso en que el uso de la Internet y las plataformas digitales ha crecido el objetivo a realizar una investigación sobre el comercio electrónico. Esto con un análisis de los riesgos jurídicos asociados con las nuevas tecnologías, en específico, con las disputas de los dominios de internet, la falsificación y la infracción de marca comercial, el fraude electrónico y la usurpación de identidad en los documentos digitales. Para ello se plantea con una explicación del concepto del comercio electrónico, se expone un poco de su historia, formas y procesos. Se procede a un estudio regulatorio del comercio electrónico, se lleva a cabo una recopilación normativa nacional e internacional sobre este y se brinda un esclarecimiento de su aplicación en la actualidad, por ende, se toman como base análisis doctrinales, jurisprudenciales y legislativos sobre el *e-Commerce*.

¿QUE ES EL COMERCIO ELECTRONICO?

El comercio electrónico o *e-commerce* es el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de Internet. El comercio electrónico no se limita a transacciones comerciales, sino que también proporciona otros servicios.

El comercio electrónico hace referencia a la actividad de intercambio de mercancías que desarrolla el comerciante, implica básicamente un modelo de

relación empresarial, basado en interacciones electrónicas que sustituyen los requisitos de presencia física de los sistemas tradicionales (Gonzalez, 2011)

La Pandemia de COVID-19 tuvo un impacto fuerte en la actividad comercial a nivel mundial y Honduras no fue la excepción. El Banco Central Hondureño reportó una contracción del 6.6% durante el primer cuatrimestre, en comparación al año anterior, mientras que a mediados de abril se proyectaba una contracción del -2.3% al cierre del ejercicio fiscal, contrastando el crecimiento económico que el país había experimentado en los años anteriores (segundo mayor crecimiento económico en la región después de Panamá). Lo anterior se debe a tres factores principales como: la caída de las remesas, la reducción del turismo interno e internacional y las exportaciones de las maquilas, aunado a las afecciones a las cadenas de suministros de productos primarios exportados y consumidos en Honduras. Debido al distanciamiento social, la sociedad hondureña ha visto un crecimiento en el comercio electrónico mediante la incorporación del sector agroalimentario fomentado por campañas para promover el consumo de productos nacionales. Las plataformas electrónicas de suministro de bienes y servicios han sido la respuesta de las empresas y los consumidores al confinamiento, lo cual se refleja en el incremento de dichas plataformas electrónicas, rubros comerciales y empresas que han hecho uso del comercio electrónico para mantenerse operando.

Peter Drucker en la obra de González afirma que: “No es la información en sí la que genera el cambio, ni la inteligencia artificial, ni el efecto de los

ordenadores sobre los procesos de decisión, determinación política o desarrollo de estrategias; es internet la que está produciendo profundas transformaciones en la economía, en los mercados y en las estructuras de industrias enteras; en bienes y servicios y en sus flujos; en la segmentación, en los valores, y el comportamiento de los consumidores; en los mercados de trabajo; pero tal vez sea mayor el impacto ejercido sobre la sociedad, la política y la visión que tenemos acerca del mundo y acerca de nosotros mismos”. (González, 2011, pág. 20).

Sin embargo, esta última definición podría considerarse restrictiva, ya que no considera los beneficios de Internet como plataforma de comunicación bidireccional e interactiva con el consumidor. Por su parte, Guisado (2004) entiende el comercio electrónico de forma más amplia, considerando como tal la compraventa de bienes y la prestación de servicios a través de herramientas electrónicas, e incluyendo las actividades anteriores y posteriores que puedan surgir por dicha negociación en las cuales se utilicen estos soportes, como es el caso del pago electrónico, la atención al cliente o el intercambio de información comercial por e-mail.

2.2 DEFINICION DEL COMERCIO ELECTRONICO

El comercio electrónico es una forma de que la gente compre y vende productos al por menor. Algunas empresas sólo venden productos por Internet, mientras que otras usan el comercio electrónico como parte de una estrategia

más amplia que incluye tiendas físicas y otros canales de distribución. En cualquier caso, el comercio electrónico permite que las nuevas, pequeñas y grandes empresas vendan sus productos a gran escala y lleguen a clientes de todo el mundo.

El e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Conscientes de estar a la vanguardia, las Pymes no se han quedado atrás en este nuevo mercado, por lo que han hecho de los servicios de la red un lugar que permite acceder a sus productos y servicios durante las 24 horas del día.

Es la aplicación de la avanzada tecnología de la información para incrementar la eficacia de las relaciones empresariales entre socios comerciales. (EWT Ngai, 2002)

“Comercio electrónico es el proceso de comprar y vender bienes y servicios electrónicamente, mediante transacciones a través de Internet, redes y otras tecnologías digitales.” (LAUDON, 2002:25) - “Definimos el comercio electrónico como el uso de las computadoras para facilitar todas las operaciones de la compañía. Muchas de las operaciones son internas: se realizan dentro de la empresa, en las áreas funcionales de finanzas, recursos humanos, servicios de información, manufactura y mercadotecnia. Otras operaciones implican las interfaces de la empresa con los ocho elementos del entorno” (McLEOD, 2000:56)

Según las apreciaciones de Aspín (2006) “El internet beneficia enormemente al sector empresarial, mediante el comercio electrónico, van más allá de únicamente facilitar las relaciones interempresariales, esta nueva modalidad de comercio ha permitido intercambios comerciales entre desconocidos que bien pueden estar ubicados en otra parte del mundo. (p.25)

Según Torres (2013), se plantea el término comercio electrónico como un aspecto diferenciador al concepto, adaptada a la actualidad, así; Es el uso de internet y la web para hacer negocios, dicho de manera más formal, nos enfocamos en las transacciones comerciales habilitadas de manera digital, entre las organizaciones y los individuos. (p. 33)

Uso de las tecnologías de información y comunicación en el procesamiento de información relativa a transacciones comerciales para crear, transformar y/o redefinir las relaciones entre organizaciones o entre las organizaciones y los individuos, con el fin de crear valor. (Jones, Alderete, & Motta, 2013)

Es el desarrollo de actividades económicas diversas a través de las redes de telecomunicaciones y se basa en la transmisión electrónica de datos, incluyendo textos, sonidos e imágenes. (Aguila, 2000)

1.-Mensaje de Datos: La información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pueden ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), el correo electrónico y cualquier otra que consista en transmisión de señales a través de redes de comunicaciones electrónicas.

2) Actividad Comercial: Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas: Toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de adquisición de créditos con anticipos o facturas de arrendamiento de bienes de equipo con opción de compra, de construcción de obra; de consultoría, de ingeniería, de concesión de licencias de inversión de financiación; de banca, de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial, de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, terrestre o marítima.

3) Intercambio Electrónico de Datos (EDI). La transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto.

4) Iniciador de un Mensaje de Datos: Toda persona que, al tenor del mensaje, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar ese mensaje antes de ser archivado, si éste es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a él.

5) Destinatario de un Mensaje de Datos: La persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no está actuando a título de intermediario con respecto a él.

6) Intermediario en Relación con un Determinado Mensaje de Datos: Toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él; y, 7) Sistema de Información: Todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma Mensajes de Datos.

2.3 ANTECEDENTES HISTORICOS

El nacimiento del comercio electrónico se puede situar en Estados Unidos a principio del año 1920 gracias a la venta por catálogo. Este nuevo modelo de venta permitía vender el producto por primera vez sin necesidad de observarlo físicamente. Los usuarios podían visualizar las características del producto mediante fotos ilustrativas y realizar sus compras sin necesidad de desplazarse al punto de venta físico.

Tanto vendedor como comprador encontraron beneficios en este método ya que los usuarios obtenían una mayor comodidad en la compra y la marca podía acceder a personas que vivían en zonas rurales o que no se encontraban cerca del local.

Además, la llegada del teléfono y de las primeras tarjetas de crédito potenciaron aún más este sistema de compra-venta.

En los años 60 cuando aparece el intercambio de datos electrónico (EDI). Esta innovación permitió a las empresas transmitir información financiera electrónicamente, dando lugar a las compras, las facturas y la realización de transacciones.

De este modo, muchas empresas pudieron implantar un mecanismo de comercio electrónico, mejorando su competitividad e incrementando los beneficios obtenidos por parte del negocio.

En 1980 se perfeccionó el método de venta por catálogo haciendo uso de la televisión para mostrar los productos de las marcas y ofrecer la posibilidad de realizar la compra llamando al número que aparecía en pantalla. Así llegó a nuestras vidas la televenta.

La llegada de la World Wide Web y la creación de las primeras páginas web mejoró la accesibilidad de los usuarios para conocer nuevas marcas y realizar compras. En 1990 se crearon portales exclusivos para vender un gran número de productos pertenecientes a diferentes categorías, como es el caso de Amazon y Ebay que siguen operativos en la actualidad.

En la actualidad las grandes innovaciones de la últimas décadas, el incremento en el uso de los dispositivos móviles y la sencillez en la posibilidad de realizar compras por Internet ha dado lugar a que los ecommerce se hayan convertido en las plataformas por excelencia en la historia del comercio electrónico.

2.4 TIPOS DE COMERCIOS ELECTRONICOS

B2C (Business-to-Consumer): Empresas que venden al público en general

B2B (Business-to-Business): Empresas haciendo negocios entre ellas

B2G (Business-to-Government): Empresas que venden a instituciones de gobierno

C2C (Consumer-to-Consumer): Plataforma a partir de la cual los consumidores compran y venden entre ellos (visa, s.f.)

Segun lo analizado e investigado sobre los tipos de comercio electrónico en la clasificación es más relevante es B2C, esto por el desarrollo que ha tenido, es el supuesto que se puede llevar a cabo con mayor facilidad en la cotidianidad siendo todo lo que se hace en el diario vivir y los riesgos tienen más probabilidades de materializarse.

Business to consumer (B2C)

Son las actividades que se dan, tradicionalmente, por medios electrónicos y digitales entre empresas y sus clientes, donde se ofrecen productos con una promoción de estos a partir de alguna herramienta digital; dicha herramienta puede ser una página web, esto hasta que se realice la transacción en la que se intercambia el bien o servicio por una contraprestación económica. En este caso, se le denomina al consumidor como “ciberconsumidor”,

- Intermediarios en línea: son herramientas electrónicas que ayudan al vendedor y al comprador a contactarse para que celebren el negocio.
- Basados en la publicidad: es una herramienta para que el consumidor ingrese al sitio web de la empresa.
- Basados en la comunidad: es un mecanismo para que las comunidades digitales ayuden a las empresas a publicitar sus bienes o servicios.
- Basados en una cuota: son medios digitales que le cobran una cuota al consumidor para acceder a su contenido.

Por consiguiente, estos modelos entre una empresa y un consumidor son los que tienen más probabilidades de que se materialicen los riesgos, y requieren de más cuidado al tratarse con clientes.

2.5 PROCEDIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Cada procedimiento corresponde a los implicados en el negocio jurídico que se celebra con el comercio electrónico: el de la empresa que ofrece los bienes o servicios y consta de crear una página web, generar un catálogo de los productos, gestionar una pasarela de pagos y realizar el envío del producto. El del usuario que quiere adquirirlos, en el que se elige el producto, se llena el formulario con sus datos para la factura y el envío, y se procede con el pago; en este orden de ideas, cada uno de los dos procedimientos puede tener ventajas y desventajas para las partes implicadas.

Las redes sociales son herramientas útiles para encontrar y atender a los clientes. No solo permiten crear ambientes para dar a conocer sus productos y servicios, también las plataformas tienen funcionalidades específicas para los negocios, permitiendo publicidad por medio de pauta dentro de la red, catálogo de productos, chat, transmisiones en vivo y todo tipo de canales para brindar una atención al cliente eficiente.

2.6 RIESGOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Si bien al comercio electrónico se le pueden atribuir numerosas ventajas, también deben destacarse algunos de los riesgos de esta modalidad según el tipo de *E-commerce* que se desarrolle.

Privacidad y seguridad, la seguridad de la información se puede ver comprometida, disputas de dominio, infracción de marcas y falsificación en Internet, fraude electrónico, usurpación de identidad en documentos electrónicos, ilegalidad de transacciones,

El *e-commerce* va en aumento y cuenta con espacio para todo tipo de consumidor y de negocio. Por desgracia, allí también hay cabida para los ciberdelincuentes. Estar informado de los riesgos del comercio electrónico es importante para desarrollar estrategias de seguridad.

Protección de datos personales: Existe el riesgo de incumplir las leyes de protección de datos al recopilar, almacenar y procesar información personal de

los clientes. Esto incluye la falta de consentimiento informado, la falta de seguridad adecuada de los datos y la transferencia no autorizada de información personal.

Seguridad de la información: El comercio electrónico puede estar expuesto a riesgos de seguridad, como el acceso no autorizado a datos confidenciales, el robo de información de tarjetas de crédito o el hackeo de sistemas informáticos. Esto puede dar lugar a responsabilidades legales y pérdida de confianza por parte de los clientes.

Propiedad intelectual: El uso indebido de derechos de autor, marcas comerciales, patentes u otros activos de propiedad intelectual puede resultar en demandas legales. Esto puede incluir la copia no autorizada de contenido protegido, el uso de marcas registradas sin permiso o la violación de patentes.

Cumplimiento normativo: El comercio electrónico está sujeto a una serie de regulaciones y leyes, como las leyes de protección al consumidor, las leyes de publicidad y marketing, las regulaciones fiscales y aduaneras, entre otras. El incumplimiento de estas regulaciones puede dar lugar a sanciones legales y dañar la reputación de la empresa.

Contratos y términos de servicio: Los riesgos legales también pueden surgir en relación con los contratos y los términos de servicio en el comercio electrónico. Esto puede incluir la falta de contratos adecuados, cláusulas

abusivas o ambigüedad en los términos y condiciones, lo que puede llevar a disputas legales con los clientes.

Phising: el más popular de los fraudes, este es quizás, el delito electrónico más conocido. Es una táctica en la cual el estafador obtiene información bancaria de las personas para robarla. La habilidad del delincuente está en realizar un contacto, aparentemente confiable, con la víctima, a través de un correo electrónico, un anuncio en un sitio web, un mensaje de texto, u otros, y luego llevarla a realizar transacciones que resultan en una trampa.

Para prevenir caer en este engaño, verifica siempre la procedencia de los mensajes que te pidan información bancaria o soliciten transacciones sospechosas. Y sigue las recomendaciones de seguridad de tu entidad bancaria, plataformas de pago o de los e-commerce.

Spoofing o suplantación de identidad, este es un tipo de phising en el que los estafadores se hacen pasar por otra persona o empresa, con mucha pericia. Son capaces, incluso, de suplantar amigos o conocidos tuyos en redes sociales o WhatsApp. Por eso el riesgo de caer en este engaño es muy alto.

Robo de identidad: el riesgo más problemático aunque parece similar al spoofing, en este caso no se le pide a la víctima que realice una operación monetaria, sino que se apropian de sus datos personales, usuarios, contraseñas o números de tarjetas de crédito. Con esta información, los delincuentes realizan las transacciones ellos mismo. Esta modalidad de robo causa muchos

problemas a la víctima, ya que esta se ve en la dificultad de demostrar que no fue ella quien las hizo.

Clonación de tarjetas este es otro de los riesgos más comunes del comercio electrónico. Se trata de falsificar los datos de las tarjetas de crédito de una persona, para luego comprar a su nombre

raude amistoso: un riesgo del comercio electrónico que puede ser un error

Lamentablemente, en este caso el delincuente es el mismo cliente: este realiza una compra en línea, sin embargo, la denuncia como fraudulenta ante su entidad bancaria. Así puede conseguir un reembolso, y quedarse con el artículo y el dinero. (Rojas, 2022)

2.7 MARCO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRONICO

La normativa vigente ha sido capaz de servir como marco para las relaciones de comercio electrónico que se han desarrollado aceleradamente durante la pandemia, aunque podría resultar beneficioso el reconocimiento explícito de ciertas áreas de servicio de empresas de tecnología financiera y especialmente la promulgación de disposiciones más profundas sobre protección de datos, ampliando lo contenido en la “Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública”.

Por otro lado, quienes decidan emprender con soluciones relacionadas al comercio en línea deberán tomar en cuenta la protección de su propiedad

intelectual, el aseguramiento del producto que desarrollen tecnológicamente. También deberán recordar que la “Ley de Protección al Consumidor” es aplicable para las actividades de este tipo. De igual manera, quienes realicen transacciones por internet encontrarán conveniente siempre contar con comprobantes fiscales de sus actividades para mantenerse protegidos en el ámbito tributario.

El panorama legal del comercio electrónico en Honduras se encuentra regulado principalmente por la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Decreto No. 170-2006, y su Reglamento, Decreto No. 25-2007. Estas leyes establecen las disposiciones legales que rigen las transacciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos.

La Ley de Comercio Electrónico de Honduras reconoce la validez legal de los contratos y transacciones realizadas por medios electrónicos, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en la ley. Estos requisitos incluyen la identificación de las partes, el consentimiento informado, la integridad de los mensajes de datos y la seguridad de la información.

Además, la ley establece que las firmas electrónicas tienen la misma validez legal que las firmas manuscritas, siempre que cumplan con los requisitos de autenticidad, integridad y no repudio establecidos en la legislación.

En relación con la protección de datos personales, Honduras cuenta con la Ley de Protección de Datos Personales, Decreto No. 327-2003. Esta ley

establece los principios y procedimientos para el tratamiento de datos personales y garantiza el derecho a la privacidad de los individuos.

La Ley de Protección al Consumidor, Decreto No. 36-2008, también es aplicable al comercio electrónico en Honduras. Esta ley protege los derechos de los consumidores y establece las obligaciones de los proveedores de bienes y servicios, incluyendo aquellos que operan en línea.

Es importante destacar que el panorama legal del comercio electrónico puede evolucionar y actualizarse con el tiempo. Por lo tanto, es recomendable consultar la legislación y regulaciones actualizadas para obtener información precisa y actual sobre el marco legal del comercio electrónico en Honduras.

1. Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Decreto No. 170-2006.
2. Reglamento de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Decreto No. 25-2007.
3. Ley de Protección de Datos Personales, Decreto No. 327-2003.
4. Ley de Protección al Consumidor, Decreto No. 36-2008.
5. Código Penal de Honduras.
6. Código de Comercio de Honduras.

ARTÍCULO 5.- RECONOCIMIENTO JURÍDICO DE LOS MENSAJES DE DATOS. Se reconocen efectos jurídicos, validez o fuerza probatoria a la información que se envíe en forma de Mensaje de Datos, así como a la información que figure en

el mensaje de datos en forma de remisión. Los Mensajes de Datos, están sometidos a las disposiciones constitucionales y legales que garanticen el derecho a la privacidad de las comunicaciones y de acceso a la información personal

REGLAMENTO DE LA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

ARTICULO 2. En relación con lo dispuesto en el Artículo 2, la Ley de Protección al Consumidor la misma es aplicable a: 1. Las relaciones de consumo que se contraten o adquieran en el territorio nacional, por cualquier medio o mecanismo de compraventa.

2. Las relaciones de consumo entre personas naturales o jurídicas.

3. Las relaciones de consumo entre consumidores y proveedores.

4. La comercialización de bienes o servicios públicos o privados.

5. Los servicios públicos y las actividades privadas de interés público nacional, que no se encuentren previstas en las legislaciones específicas.

Derecho de Acceso a la Información Pública

El derecho que tiene todo ciudadano para acceder a la información generada, administrada o en poder de las instituciones obligadas previstos en la presente Ley, en los términos y condiciones de la misma. Congreso Nacional de la Republica. (2006). Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Información Pública

Todo archivo, registro, dato o comunicación contenida en cualquier medio, documento, registro impreso, óptico o electrónico u otro que no haya sido clasificado como reservado se encuentre en poder de las Instituciones Obligadas que no haya

sido previamente clasificada como reservada y que pueda ser reproducida. Dicha información incluir la contenida en los expedientes, reportes, estudios, actas, resoluciones, oficios, decretos, acuerdos, directrices, estadística, licencias de todo tipo, personalidades jurídicas, presupuestos, liquidaciones presupuestarias, financiamientos, donaciones, adquisiciones de bienes, suministros y servicios, y todo registro que documente el ejercicio de facultades, derechos y obligaciones de las Instituciones Obligadas sin importar su fuente o fecha de elaboración. Congreso Nacional de la Republica. (2006). Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Ley del Comercio Electrónico

ARTÍCULO 27.- Preminencia de las Leyes de Protección al Consumidor. La presente Ley se aplica a las normas vigentes en materia de protección al consumidor.

Legislación Internacional:

La CNUDMI ha elaborado un conjunto de textos legislativos a fin de permitir y facilitar el uso de medios electrónicos en las actividades comerciales, que han adoptado más de 100 Estados. El texto con una mayor incorporación es la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico (1996), que establece las normas para que la información electrónica y la información en papel reciban el mismo trato y para que se confiera reconocimiento jurídico a las operaciones y procesos electrónicos, sobre la base de los principios fundamentales de no discriminación del uso de medios electrónicos, equivalencia funcional y neutralidad tecnológica. La Ley

Modelo de la CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas (2001) establece más normas sobre la utilización de firmas electrónicas.

La Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales (Nueva York, 2005) toma como punto de partida los textos anteriores de la CNUDMI para erigirse en el primer tratado que da seguridad jurídica a la contratación electrónica en el comercio internacional.

Más recientemente, la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Documentos Transmisibles Electrónicos (2017) aplica los mismos principios para permitir y facilitar la utilización de documentos y títulos transmisibles en formato electrónico, como conocimientos de embarque, letras de cambio, cheques, pagarés y resguardos de almacén.

En 2019, la CNUDMI aprobó la publicación de las Notas sobre las principales cuestiones relacionadas con los contratos de computación en la nube, al tiempo que seguía trabajando en la elaboración de un nuevo instrumento sobre la utilización y el reconocimiento transfronterizo de los servicios de gestión de la identidad electrónica y los servicios de autenticación (servicios de confianza).

También se ha llevado a cabo una importante labor en cooperación con otras organizaciones en el ámbito de los aspectos jurídicos de las ventanillas únicas y la facilitación del comercio sin papel. Uno de los resultados que ha arrojado la labor conjunta con la Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico (CESPAP) en esa esfera es la guía en línea para evaluar el grado de preparación para el comercio

transfronterizo sin papel (Readiness Assessment Guide for Cross-Border Paperless Trade).

Los avances recientes en la tecnología de la información y las comunicaciones y la aparición de nuevas tecnologías en el comercio digital plantean nuevas cuestiones jurídicas. Por ello, la CNUDMI sigue trabajando para permitir desde el punto de vista jurídico las tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, las operaciones de datos, las plataformas digitales y los bienes digitales, también en relación con otras esferas de trabajo como la solución de controversias, las garantías mobiliarias, la insolvencia y el transporte internacional de mercancías, así como, de un modo más general, el comercio digital.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3. Congruencia metodológica

3.1 Matriz metodológica

En el presente capítulo se pretende describir la metodología que se estará aplicando para poder llevar a cabo lo que es el estudio, en este consideramos identificar cuáles el tipo de investigación, metodología y aquellos instrumentos que serán utilizados y que están alineados a aquellas variables que integran la investigación y que persiguen alcanzar los objetivos que se establecieron en los capítulos previos, La investigación planteada se llevará a cabo a través de la aplicación de la metodología de la investigación jurídica, constituida como una investigación aplicada, no experimental. Hernandez Sampieri R.(1998), señala “La metodología jurídica no es sino la construcción racional y descripción de los procedimientos relacionados con el discurso jurídico. Como sabemos, cada ámbito de aplicación del derecho tiene una metodología particular.” (p. 388).

Oscar Pedraza (2001) define la matriz de congruencia como:

La matriz de congruencia es una herramienta que brinda la oportunidad de abreviar el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una

congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento.

Riesgos en Honduras	involucrados en la expansión del Comercio Electrónico en Honduras, con el propósito de brindar información idónea y así contribuir a la toma de decisiones.	Establecer las herramientas o estrategias que se puedan utilizar para evitar los fraudes cometidos en el Comercio Electrónico. Detallar los fundamentos legales que establecen las pautas a seguir para el buen funcionamiento del Comercio Electrónico. Examinar cuales son los antecedentes del	los fraudes cometidos en el Comercio Electrónico? ¿Cuáles son los fundamentos legales que establecen las pautas a seguir para el buen funcionamiento del Comercio Electrónico? ¿Cuáles son los antecedentes del problema jurídico del comercio electrónico?	Investigación Documental. Estudio de casos
---------------------	---	---	---	---

		problema jurídico del comercio electrónico		
--	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Hipótesis

Se trata de enunciados que constan de elementos expresados según un sistema ordenado de relaciones, que pretenden describir o explicar condiciones o sucesos aún no confirmados por los hechos. Sabino (2014), define la hipótesis como:

Plantea que se define la hipótesis como un intento de explicación o una respuesta «provisional» a un fenómeno. Su función consiste en delimitar el problema que se va a investigar según algunos elementos, tales como: el tiempo, el lugar, las características de los sujetos.

Teniendo en cuenta lo anterior, la hipótesis de la presente investigación es: Creemos que implementando un sistema de firma electrónica que cumpla con todos los requisitos y normas legales esto con el fin de brindar a las personas seguridad al momento de realizar compras en líneas.

3.3 Tipo de investigación

La investigación aplicada, es la que soluciona problemas prácticos (Hernández, Fernández y Baptitsta 2014, p. 42).

De acuerdo a Sabino (2002), Se perfila como una investigación aplicada ya que es aquella que persigue fines más directos e inmediato, (p.58).

Según Murillo (2008), la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.

3.4 Enfoque de la investigación

Lo que corresponde al enfoque cualitativo en este “predomina lo que es la lógica y el razonamiento inductivo dirigiéndose de los que es de lo particular a lo general” (Carbajal, 2019).

En el presente proyecto se pretende desarrollarlo bajo un cualitativo ya que se han elaborado un conjunto de preguntas de investigación que están alineadas con el objetivo del proyecto, mismas que serán analizadas de acuerdo a las respuestas de los entrevistados y posteriormente se presentara información con datos debidamente recopilados a través de la investigación realizada y derivada de fuentes secundaria u oficiales.

Al contar con la información que estará siendo recopilada nos permitirá poder conocer la opinión de los entrevistados pudiendo de esta forma poder analizar cuáles son los puntos concordantes y que se relacionan con la finalidad del proyecto.

3.5 Alcance de la investigación

Hernández Sampieri, Roberto (2014), El alcance de una investigación indica el resultado lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollarla investigación

A fin de determinar el alcance que tendrá nuestra investigación debemos realizar una revisión de la literatura, lo cual nos indicará el estado del conocimiento sobre el problema. Para la realización de la presente investigación, se hará uso del alcance exploratorio y descriptivo.

Alcance exploratorio

Es considerada el primer acercamiento científico a un problema, es una investigación pionera ya que pretendemos realizar el estudio sobre el tema a investigar, adentrándonos para dar respuesta a las preguntas planteadas sobre el tema de proyecto.

3.5.2 Alcance Descriptivo

De igual forma se considera que el alcance de la investigación será descriptivo ya que con esta pretendemos describir lo que son las opiniones de los

entrevistados o encuestados la percepción que se tiene del manejo y uso de las plataformas electrónicas, Para (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014, pág. 92) “busca especificar propiedad y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población”

Tabla 2. Alcances exploratorio y descriptivo

	Exploratorio	Descriptivo
Propósito	Estudiar los antecedentes relacionados al comercio electrónico en Honduras y analizar algunos de sus riesgos en el ejercicio de su actividad. Por ello, el presente trabajo de grado tiene como objetivo realizar una recopilación de los modelos de regulación del comercio electrónico, para identificar los riesgos asociados a esta modalidad de comercio.	Establecer las diferentes regulaciones con el propósito de observar el proceso que esta figura tiene en el marco normativo a nivel nacional e internacional, y así delimitar qué riesgos han sido tratados, o no, y regulados por estas.

Utilidad	Conocer los antecedentes históricos en relación al comercio electrónico en Honduras y analizar algunos de sus riesgos en el ejercicio de su actividad., así como la viabilidad	Se podrá demostrar la aplicabilidad de la legislación del comercio electrónico .
Relación con otros estudios	Se tomarán como base estudios previos y teorías en relación al comercio electrónico en Honduras en el ejercicio de su actividad.	El resultado de la investigación podrá servir de antecedente para estudios correlacionales posteriores.
Meta del investigador	Investigar sobre un problema poco estudiado, y desde una óptica innovadora, se tiene en la mira el progreso de procesos para la seguridad de los ciudadanos, esto con la autenticación de identidad por medios digitales como una meta a ejecutar a corto plazo.	Describir el objetivo trazado, por lo tanto, aunque sobre este riesgo en la regulación nacional e internacional se sigue un buen camino de mitigación, se debe esperar a la implementación de herramientas para deducir su eficiencia

Fuente: Elaboración propia

3.6 Métodos de investigación

La palabra método se deriva del griego meta: hacia, a lo largo; y odos que significa camino, por lo que podemos deducir que método significa el camino más adecuado para lograr un fin. El método es un elemento necesario en la ciencia; ya que sin él no sería fácil demostrar si un argumento es válido o no. El método de investigación, Por su parte, Altuve y Rivas (1998), asegura que el diseño de una investigación, “es una estrategia general que adopta el investigador como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para efectuar su estudio” (p.231).

3.6.1 Método inductivo

(Hurtado León y Toro Garrido, 2007), Es un método basado en el razonamiento, el cual “permite pasar de hechos particulares a los principios generales” (p. 84)

Se pretende estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el fin de poder llegar a conclusiones que nos puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría.

3.6.2 Método intuitivo.

La intuición se nos ofrece como medio de llegar al conocimiento de algo, y se contrapone al conocimiento discursivo.

La intuición consiste exactamente en lo contrario. Consiste en un acto único del espíritu que de pronto, súbitamente se lanza sobre el objeto, lo aprehende, lo fija, lo determina por una sola visión del alma. Por eso la palabra “intuición” tiene que ver con la palabra “intuir”, la cual a su vez en latín significa “ver” (mirar atentamente).

Intuición vale tanto como visión, como contemplación. EL carácter más aparente del método de la intuición es el ser directo. La intuición va directamente al objeto. Por medio de la intuición se obtiene un conocimiento inmediato.

La intuición es el método fundamental de la filosofía moderna, siendo Descartes el primero que llega a una intuición primordial a partir de la cual desarrolla todo su sistema filosófico.

El método de investigación escogido es el inductivo debido a que partiendo de la descripción de las situaciones particulares de las empresas involucradas en la investigación se pretende llegar a una premisa general sobre el comportamiento del comercio electrónico en el sector, y a partir de la información obtenida a través del trabajo de campo se darán estadísticas que permitan objetar sobre el uso del comercio electrónico en el sector para lo cual tendrá un carácter cuantitativo.

3.6.3 Método Histórico

Lo que hoy conocemos como ecommerce., fueron las ventas por catálogos en los años 20 y 30 del siglo XX en Estados Unidos, la venta por catálogo evolucionó gracias a la expansión del teléfono por toda la nación, En el año 1960, se inventa una

herramienta que lo cambiaría todo. El Electronic Data Interchange o EDI, una plataforma que le facilitaba a las empresas transmitir datos financieros de manera electrónica, como órdenes de compra y facturas. La historia del comercio electrónico está llena de innovaciones y métodos que le faciliten la vida a los usuarios. El Marketing Digital ha entendido que el principal producto que se debe ofrecer es la atención a las necesidades de los mercados, muy por encima del desarrollo de productos. En este contenido quedaron expuestos los pasos que se dieron para llegar a las etapas que presenciamos en la actualidad en Honduras tiene su auge a raíz de la pandemia del Covid-19 en el año 2020, ya que por medio de plataformas se realizaban la compras, así como los pagos en varios comercios, facilitando a los consumidores adquirir productos desde las diversas plataformas, sin salir de casa.

3.6.4 Método de derecho comparado

Entre uno de los resultados de la globalización se encuentra que el comercio se lleve a cabo en el mundo entero. De esta manera con las nuevas tecnologías de la información se ha utilizado el internet como una herramienta fundamental para el comercio. De tal forma en el presente trabajo analizamos la regulación que se realiza en el derecho internacional respecto al comercio electrónico. Realizamos un análisis de su uso y la normatividad internacional para llevarlo a la práctica, exponiendo el gran impacto que tiene en las relaciones internaciones, finalizando con algunas reflexiones.

En 1978 surgió en Estados Unidos el llamado Electronic Funds Transfer Act (EFTA) considerado como el estatuto federal que cubre una amplia gama de transferencias electrónicas de dinero o de fondos que incluyen transacciones desde los puntos de venta y otros pagos de los consumidores (Shaw, 1998), lo cual marcó una pauta para las subsecuentes compraventas hechas a través de los medios electrónicos.

Es importante destacar el trabajo legislativo que los Estados Unidos han desarrollado en materia de comercio electrónico, pero también en relación a los medios de seguridad y de protección de datos que las propias transacciones comerciales necesitan, requieren y demandan. Los Estados Unidos emitieron en el año de 1997 un documento denominado “Un marco para el comercio electrónico global”, donde se plasma el principio de libertad como base para su regulación, siendo la autonomía privada el principio jurídico básico (S. Ripe, 2003).

Los cambios ocurridos en materia de telecomunicaciones han dejado un hueco legislativo que paulatinamente se ha intentado llenar con normas que muchas de las veces no logran dar alcance a la rapidez con que se presentan e instauran los nuevos sistemas informáticos para desarrollar, entre muchos otros aspectos, el de comercio electrónico. Se ha dicho en infinidad de análisis sobre la materia, que la tecnología no es suficiente en el avance y desarrollo de la ciencia y de la humanidad si no se tiene antes una normatividad que vaya acorde a la cambiante realidad y se tengan a tiempo o de manera oportuna las propuestas de reforma jurídicas que vayan regulando y previniendo esos cambios. Los medios electrónicos, como Internet, han tenido un

crecimiento y desarrollo inusitado en los últimos años, sin embargo, la función de los sistemas legales, tanto internos como externos, se han visto rebasados por la propia sociedad de la información al no poderse controlar ni regular aún toda una serie de actividades que la misma ha generado.

Existen discrepancias entre los propios ordenamientos legales nacionales de un país a otro, así como con las disposiciones internacionales, al no tenerse en claro ciertas cuestiones que se plantean por el uso de la Red. Uno de esos conflictos es la propia determinación de la jurisdicción aplicable a ciertas transacciones realizadas en línea y cuyas partes se encuentran en diferentes regiones geográficas; ante este conflicto se plantean muchas dudas que la legislación trata de disipar cada día. Al respecto, se indica que los retos de Internet, en este campo de la jurisdicción, giran alrededor de tres tipos de ésta: la establecida, la adjudicada y la impuesta por la dificultad que implica a veces localizar la legalidad más pertinente que ocurra en Internet (Perrit, 2002).

3.7 Diseño de la investigación

Según Arias (2006) el diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. (p. 26)

La investigación, y considerando el enfoque cualitativo de la misma, se desarrolla con un diseño no experimental, porque se realiza sin manipular deliberadamente las variables, permitiendo observar el escenario en su contexto natural. La investigación cualitativa genera principalmente palabras, es principalmente una investigación exploratoria. Se utiliza sobre todo para obtener una

comprensión de las opiniones y motivaciones. En la investigación cualitativa se utilizarán grupos de enfoque y preguntas de texto abiertas para recopilar datos.

Dado que el objetivo del estudio es analizar las interrogantes planteadas en el objetivo general, conocer el nacimiento y toda la historia, así como la seguridad que se debe de dar a los consumidores al momento de usar las plataformas digital, las formas de pago, así como dar a conocer el panorama legal del comercio electrónico que evidencie de una manera transparente y que sea de acceso a la ciudadanía, para conocimiento de quien es el encargado de regularlos esto mediante el estudio del marco jurídico en que se rigen actualmente.

3.7.1 Población

La población se define como:

Grupo humano asentado en un territorio, que constituye la condición demográfica necesaria para la existencia del Estado, con quien se relaciona por medio del vínculo jurídico y político de la nacionalidad.

Según Hernández Fernández y Baptista (2006), indican que la población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades poseen características en común, las cuales se estudian y dan origen a los datos de la investigación (p. 239).

La población referente al tema de investigación de proyecto se basará en el estudio de las personas que se dedican al comercio, que tienen acceso a utilizar medios electrónicos por medio del internet y plataformas electrónicas.

3.7.2 Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), la muestra “es en esencia un subgrupo de la población, es decir, pertenecen al conjunto definido en sus características. (p. 240).

Se tomará la muestra de la investigación esta estará enmarcada en el análisis de entrevistas a un grupo selectivo de participantes voluntarios medios utilizados para llevar a cabo la investigación será entrevistas, encuestas, a personas expertas y conocedoras del tema, evaluando las condiciones de los lugares esta se llevará a cabo en la zona Central, Francisco Morazán, como parte del grupo de personas seleccionadas.

3.7.3 Unidad de análisis

En relación al tema de investigación planteado, siendo este “Panorama Legal Del Comercio Electrónico Y Algunos De Sus Riesgos En Honduras”, la unidad de análisis inicial, en concordancia con lo señalado por Hernández Sampieri (2014), se refiere a qué o quiénes serán los objetos de estudio de la investigación, pudiendo tratarse de personas, organizaciones, periodos, comunidades, procesos, significados, situaciones, etc.). Una unidad de análisis es lo que se quiere comentar después de la investigación, probablemente lo que se consideraría el énfasis principal de la investigación. (Waltz, 2001) En el análisis de contenido (técnica de investigación)

“la unidad de análisis es el fragmento del documento o comunicación que se toma como elemento que sirve de base para la investigación”.

(P, 2003) nos dice que “La unidad de análisis es una definición abstracta , que denomina el tipo de objeto social al que se refieren las propiedades. Esta unidad se localiza en el tiempo y en el espacio, definiendo la población de referencia de la investigación.

La unidad de análisis se denomina así porque el tipo de unidad se determina en función del análisis de datos real que realice en su proyecto o estudio, pueden clasificarse con arreglo a distintos criterios según será el contenido de base gramatical o no y según el significado (Juvent, 1994) En el caso particular de esta investigación, las unidades de análisis serán:

La investigación macro social tiene como propósito abordar el estudio de la estructura social, de las instituciones, las sociedades y sus culturas, incluyendo cuestiones vinculadas a los procesos históricos.

- a) Fiscalía General, Ministerio Publico (organización)
- b) La supervisión auxiliar y la supervisión delegada (procesos y significados)
- c) Casos concretos de problemas relacionados a legalidad respecto a la base legal del comercio electrónico. (casos y periodos)
- d) Cuerpo de docentes ceutec (personas).

Una vez identificadas las unidades de análisis, se procede a la delimitación de la población y la selección de la muestra.

3.8 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.8.1 Fuentes primarias

Las fuentes de información primaria son:

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, etcétera (Hernández Sampieri, 2014, p. 72)

En lo que concierne a la presente investigación, las fuentes primarias son las entrevistas a la muestra seleccionada, la Constitución de la Republica de Honduras, Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Decreto No. 170-2006. Reglamento de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, Decreto No. 25-2007, Ley de Protección de Datos Personales, Decreto No. 327-2003, Ley de Protección al Consumidor, Decreto No. 36-2008, Código Penal de Honduras, Código de Comercio de Honduras, legislación comparada internacional, libros, tesis, revistas académicas, noticias.

3.8.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias (que no deben confundirse con las fuentes terciarias) proporcionan información de segunda mano y a menudo ofrecen explicaciones sobre las fuentes primarias. Analizan, interpretan y reafirman la información de las fuentes primarias. Suelen considerarse persuasivas. Utilizan comentarios, evaluaciones y opiniones para persuadir al lector del argumento del escritor.

Por su parte las fuentes secundarias, que contienen información, análisis o interpretación de otros autores, recurridas son foros de internet, diccionarios, videos, comentarios de expertos, entre otros. contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de una biblioteca.

(ARTEAGA, 2021)

1. artículos de revistas que comentan o analizan investigaciones;
2. libros de texto y artículos de revisión;
3. diccionarios y enciclopedias temáticas;
4. libros académicos que interpretan o analizan;
5. comentarios políticos;
6. biografías;
7. disertaciones y tesis;
8. editoriales y artículos de opinión de periódicos

3.9 Técnicas e instrumentos para recolección de información

El instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables, todo instrumento debe poseer dos características esenciales: forma y contenido. La forma refiere al tipo de aproximación que se establece, el contenido queda expresado en la especificación de los datos que requiere conseguir. (Olvera García, 2015, p. 119)

Los instrumentos utilizados en la investigación son:

1. Investigación documental: En la investigación se realiza un análisis de la doctrina encontrada, la legislación nacional e internacional y el derecho comparado. Se hará una investigación y análisis de datos estadísticos del un grupo de consumidores de comercio electrónico, y realizando un estudio de la aplicabilidad de la norma en relación al numero de casos presentados por delitos cometidos.
2. Entrevista: Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada.
3. Encuesta: Una encuesta es un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica, tabla o escrita.
4. Entrevista con expertos: Consiste en conversar con expertos en temas concretos para descubrir nuevas perspectivas y posibilidades futuras.

3.10 Limitantes del estudio

El enfoque cualitativo de la investigación busca analizar el fenómeno de : Los riesgos legales que pueden surgir en relación con los contratos y los términos de servicio en el comercio electrónico. Esto puede incluir la falta de contratos adecuados, cláusulas abusivas o ambigüedad en los términos y condiciones, lo que puede llevar a disputas legales con los clientes. El comercio electrónico está sujeto a una serie de regulaciones y leyes, como las leyes de protección al consumidor, las leyes de publicidad y marketing, las regulaciones fiscales y aduaneras, entre otras. El incumplimiento de estas regulaciones puede dar lugar a sanciones legales, pero para ello tiene que ser del conocimiento público y también debe tener claridad en cuanto a las bases legales se refiere, Asimismo, el tema aparte de novedoso presenta la dificultad que es extenso, puesto que el universo o población es bastante amplio, por lo cual la muestra no es representativa, sin embargo, el objeto del estudio es ahondar en la posibilidad de implementar un mecanismo de supervisión que abarque un universo más amplio de comercios, y que no restrinja la libertad de empresa y autonomía y liberal. Los costos de la investigación son accesibles, ya que el estudio se centrará primordialmente en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

La mayoría de las investigaciones traen consigo la necesidad de analizar información surgida del contexto estudiado, la cual representará la oportunidad de alcanzar las metas planteadas. El análisis de resultados es el punto en el que los aspectos identificados son investigados a fondo, reconociendo en ellos cada uno de los elementos implicados en el contexto del problema para convertirlos en información y conocimiento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

En el análisis cualitativo en la mayoría de los casos trabajarás redactando de forma teórica, algunas veces utilizarás esquemas, pero lo que si es seguro que no tendrás que hacer análisis estadísticos. Muchas investigaciones cualitativas son de enfoque social, entonces surgen de modo inductivo producto de problemáticas que aquejan comunidades, o casos particulares. (Manosalva, s.f.)

Un análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias. Un análisis estructural comprende el área externa del problema, en la que se establecen los parámetros y condiciones que serán sujetas a un estudio más específico, se denotan y delimitan las variables que deben ser objeto de estudio intenso y se comienza el examen exhaustivo del asunto de la tesis. (Martínez, 2023)

4.1 Entrevistas a Expertos

Realizamos tres (3) entrevistas abiertas y una (1) entrevista cerrada estos profesionales eran graduados de la carrera de Derecho, tales profesionales se han desempeñado en el asesoramiento en asuntos legales concernientes al área del comercio electrónico y representación a clientes en la defensa de sus derechos. El comercio electrónico o *E-commerce* es una materia para la que no basta con aprenderse las leyes, sino que el abogado debe saber de forma activa cómo funciona cada plataforma (Google, Youtube, Facebook, Instagram, WhatsApp, etc).

También efectuamos una entrevista más enfocada al abogado y catedrático de la universidad CEUTEC:

El objetivo de nuestra tesis es poder dar conocimiento sobre los fundamentos jurídicos o legales que existen sobre el comercio electrónico, para que los usuarios puedan orientarse sobre este tema que consideramos es un poco escueto, y con mayor desventaja ya que las personas desconocen sobre los procesos legales ya sea al interponer una denuncia por estafa, o una demanda para resarcir daños y perjuicios.

Tal entrevista fue efectuada de la siguiente manera:

1.- Buenas noches abogado, conociendo su amplia experiencia en el campo del derecho, y su enfoque jurídico en el área del comercio electrónico, acudimos a usted para que nos pueda brindar información que nos esclarezca algunas preguntas concernientes a este tema

¿Cuáles son los riesgos que afectan a la población, en cuanto al comercio electrónico?

Existen muchas denuncias y quejas a través del usuario financiero porque algunos están alegando que hay extracciones de dinero sin su debida autorización le están haciendo deducciones a sus

cuentas y el punto gira en cuanto a lo que es la seguridad y número dos en cuanto lo que es la confidencialidad que las empresas tienen al momento de realizar dichas acciones.

Por lo que vamos a traer dos escenarios en cuanto hecho riesgos, en primer lugar en muchas ocasiones el usuario financiero es negligente ya que este tiene una firma electrónica o ya sea un pin para poder ingresar a la banca en línea o retirar dinero de un cajero automático, entonces lo que el usuario procede hacer para no olvidar estos datos o códigos que nos protegen de un delito, es que descuida y no le da la importancia o debida protección a estos datos, el usuario debe ser celoso en cuanto cómo maneja esta información o firma electrónica.

Ahora el escenario número dos es ajeno al usuario financiero y en este caso deja de ser responsable.

Uno de los requisitos que está concediendo la dirección general de propiedad intelectual en Honduras que es el ente acreditado de esta firmas, extiende a toda persona natural o jurídica que se le extiende o que se le autoriza para para que extiende firmas electrónicas avanzadas y certificados electrónicos es que acompañen un software de seguridad, esto significa que se debe acreditar ante la dirección que ese software que va a implementar equivale a la total y absolutamente seguridad, ya que la institución es responsable de dar la confidencialidad a cada uno de los usuarios, y proteger a los mismos de los hackers.

En conclusión, es el banco el responsable de implementar una metodología que le resulte usuario seguro y confiable jurídicamente hablando, al momento de solicitar un servicio a una institución financiera, ya que ellos son garantes de venir resguardar esa información.

2.- Como sabemos ha existido un incremento en el comercio electrónico a raíz de la pandemia en 2020, y así mismo existe un incremento en los delitos por disputas de dominio, infracción y falsificación de marcas, fraudes electrónicos, usurpación de identidad, legalidad en las transacciones y el incumplimiento de contratos electrónicos.

Usted como profesional del derecho ¿considera que existan estrategias que se puedan implementar de la ley para evitar este tipo de delitos?

Cómo bien lo menciona con lo que es el avance tecnológico y la pandemia que dio el impulso al ciber delinciente, la estrategia a evolucionado en términos de ciber delincuencia, y podría decir que la modalidad más frecuente es el Fishing en donde se envía un link para hacer clic en donde se le brindó información que pudiese confundir al usuario para que este brinde su usuario y contraseña, por lo que se debe ser sumamente cuidadoso en cuanto lo quedamos clic por que podríamos estar dando autorización para obtener acceso nuestras contraseñas y por ende ser parte del fraude electrónico. La ley trata de protegernos, pero la mejor defensa somos nosotros mismo al no brindar información importante.

3.- basados en el aspecto técnico jurídico ¿cuáles considera que son las pautas para el buen funcionamiento del comercio electrónico?

La ley nos advierte cuáles son los principales funcionamientos legales, pero lo principal que podemos poner en práctica es la desconfianza, porque al final el afectado es el ciudadano que utiliza este tipo de tecnología, ahondando con la pregunta anterior en nuestra legislación no existe un capítulo donde describa este tipo de ciber delitos, que es una desventaja para nuestro país ya que no le llama Expresamente a un comportamiento determinado en delito tipificado, por

ejemplo la estafa se ampara de forma presencial o electrónica pero no hay un apartado de una ley que contemple ese tipo de delito como Ciber delito, darle ese componente electrónico.

Dentro del conocimiento básico podrías sugerir el no compartir el PIN o firma electrónica ni contraseña o usuario con absolutamente nadie. Cuando el estafador se ponga en contacto con la víctima siempre hay un medio de verificación que nos da la confianza plena de saber que no estamos siendo partes de un delito, en caso contrario reservemos la información.

4-. Es importante poder conocer el sistema, y saber cómo es el proceso de denuncia o demanda, pero también consideramos muy importante el saber cuál es el antecedente que hizo que se pudiese contemplar la legislación del comercio electrónico.

La ley de Comercio Electrónico y la ley de firma electrónica aplica un principio que se llama principio de regulación mínima, que nos dice que la ley de comercio electrónico no se puede ni se debe regular en exceso entonces es por ello que los artículos son escuetos, escasos y son pocos, porque ya existe un derecho preexistente, esto significa que si ya existe el delito típico en la estancia penal, entonces se debe recurrir a esta área, es decir según la acción se pueden deducir tres tipo de responsabilidad, ya sea civil, penal o administrativa, todo ello dependiendo de la óptica que se encuentre. Y la ley también nos menciona que estas 3 estancias pueden ser simultáneas, no es necesario ir agotando una vía para continuar a la siguiente, por lo que se puede hacer de forma subsidiaria en ese mismo contexto.

Análisis de la entrevista:

En relación al comercio electrónico se tiene una opinión un poco reticente, ya que existe la desconfianza al compartir los datos, la mayor sugerencia es no conceder registros de contraseñas; para apostar por lo electrónico lo tenemos que hacer de manera confiable, el comercio electrónico ha venido a simplificar la vida, ya que no es necesario movilizarse para adquirir un producto o servicio.

Se sugiere que el ente supervisor (CNBS) de los usuarios electrónicos o bancarios pueda brindar esa garantía que sus cuentas, movimiento y transacciones son efectivas y esa información está blindada y resguarda para que nadie la utilice de forma indebida. Para la correcta utilización de los medios electrónicos debe afianzarse la seguridad y que las organizaciones que tiene una firma electrónica avanzada acepten la responsabilidad en cuanto a ellos les compete

4.2 Entrevista abierta a expertos legales en materia de comercio electrónico

En el mismo sentido, (Soriano, 2010) nos señala que la información recolectada a través de los instrumentos para la recolección de información, deben ser sintetizados, a fin de facilitar su análisis. Es en punto que se debe establecer claramente la diferencia entre los procesos de *análisis* y *síntesis*. El análisis comprende en la separación de los “elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las cuestiones planteadas” (p.333). Por otra parte, la interpretación se refiere al proceso mental de buscar un significado amplio de la información empírica recabada.

Tabla 4.2 Entrevista abierta a expertos legales en materia de comercio electrónico

Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
¿Cuál es su formación Académica?	Master en derecho penal y procesal penal	Abogada, Master en Derecho Empresarial, Master en Derecho Procesal Civil.	Master en derecho procesal civil y orientación en derecho mercantil
¿Cuántos años tiene de experiencia ejerciendo en materia legal?	16 años de experiencia trabajando en el MP	19 años en el sector privado.	20 Años
¿Qué es Comercio Electrónico en Honduras?	Son operaciones o transacciones comerciales a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, gracias al	El comercio electrónico es un modelo de negocio basado en la compra, venta y comercialización de productos y servicios	Podemos definir comercio electrónico (e-commerce) como el proceso de compra-venta de bienes y servicios electrónicos, principalmente internet.

	comercio electrónico se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa.	a través de medios digitales (paginas web, redes sociales, entre otros.)	
.-¿Cuáles son los medios electrónicos empleados en el comercio electrónico?	Los medios electrónicos son todos aquellos sistemas, procesos, instrumentos o equipo tecnológico que mediante sistemas de datos puede generar, enviar, recibir, archivar o procesar información vía electrónica.	Ante este panorama, vale la pena destacar que las tecnologías imprescindibles hoy para el <i>e-commerce</i> son recursos como el cloud computing, la Inteligencia Artificial (IA) y el blockchain, pues posibilitan la viabilidad del Comercio electrónico.	La tecnología básicamente tiene un fin primordial que es lograr transformar el ambiente (natural y social), para adaptarlo mejor a las necesidades y deseos del ser humano.
¿En los	Sí, se reconoce como	Los documentos	Todo documento

<p>procedimiento s legales tiene valor probatorio la información digital o electrónica?</p>	<p>prueba la electrónicos con información firma electrónica generada o avanzada o fiable comunicada que hacen prueba plena, conste en medios salvo prueba en electrónicos, ópticos contrario. o en cualquier otra tecnología.</p> <p>Los mensajes de datos podrán ser utilizados como medio probatorio en cualquier diligencia ante autoridad legalmente reconocida.</p> <p>Para valorar la información de esta clase de pruebas en un procedimiento, es necesario que el</p>	<p>electrónico y firma electrónica tiene valor jurídico y probatorio, siendo responsabilidad y obligación de los jueces el apreciar y dar la eficacia jurídica que las leyes le otorgan.</p>
--	---	--

	<p>método por el cual haya sido generada, comunicada, recibida o archivada dicha información sea fiable y atribuible a persona determinada y accesible para su ulterior consulta.</p>		
<p>¿Producen efectos jurídicos los actos o negocios celebrados a través de medios electrónicos?</p>	<p>Sí, los actos o negocios celebrados a través de medios electrónicos tienen fuerza obligatoria, surten efectos jurídicos y tiene validez siempre y cuando reúnan los requisitos que dispongan las leyes</p>	<p>Si</p>	<p>Claro, los actos de comercio electrónico están sujetos a los efectos jurídicos.</p>

	aplicables.		
.-¿Cuáles son los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través de medios electrónicos?	En este sentido considera que el gobierno en específico no tiene la claridad o el conocimiento de lo que es la figura del fideicomiso y que estos consideran que el costo es muy alto y que dicha labor lo puede hacer las entidades del estado.	En Honduras no hay regulación para Fideicomisos Públicos, a excepción con algunas pocas consideraciones que para efectos de supervisión ha establecido la CNBS a través de las NORMAS PARA LA CONSTITUCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN DE FIDEICOMISO, la claridad y transparencia de este	No comparte este criterio en general ya que generalmente las entidades del estado son lo que procuran que se mantenga en secreto haciendo responsables a los fiduciarios para que estos no puedan dar opinión o información de los fideicomisos.

tipo de Fideicomiso debe regularse a través de una Ley especial. Adicional a ello, si el Fideicomiso Público carece de cualquier elemento de claridad, puede convertirse en un potencial riesgo para el Fiduciario, considerando que la administración de los Fideicomisos basada en riesgos es una de las premisas fundamentales en cuanto al manejo de la figura.

¿Cuáles son

Existen diferentes

E-commerce

Entre empresas (B2B),

<p>los tipos de comercio electrónico?</p>	<p>tipos de comercios, entre ellos los conocidos entre empresas y empresa consumidor</p>	<p>Business to Business o B2B. Business to Consumer o B2C. Business to Business to Employee o B2E. Consumer to Business o C2B. Consumer to Consumer o C2C.</p>	<p>Entre empresas y consumidor (B2C), Entre empresas y gobierno (B2G), Entre consumidor y gobierno (C2G).</p>
<p>Las personas que proporcionan sus datos en actos de comercio electrónico se les da seguridad que los datos</p>	<p>Si, el usuario debe estar informado en todo momento del tratamiento que van a tener sus datos en función de la sensibilidad de los mismos y su legitimidad, quién va a ser el encargado de</p>	<p>No siempre, en muchas ocasiones los usuarios no conocen a profundidad los riesgos de brindar los datos de manera inmediata, el usuario debe tener la responsabilidad de indagar antes de</p>	<p>Definitivamente, lo más recomendable es que exista una Ley especial que regule este tipo de operaciones.</p>

<p>proporcionad os serán confidenciales ?</p>	<p>tratamiento de los brindar los datos datos, además de los derechos que puede ejercer</p>	
<p>¿Dónde se aplica el comercio electrónico?</p>	<p>El comercio El comercio electrónico puede electrónico se puede utilizarse en aplicar desde cualquier entorno en cualquier dispositivo el que tenga acceso a la que se intercambien web documentos entre empresas compras o adquisiciones, finanzas, industria, transporte, salud, legislación y recolección de ingresos o impuestos.</p>	<p>Las compras en Internet evolucionan y cambian a diario.</p>
<p>¿Qué hace la Ley de</p>	<p>Esta Ley regula los La Ley de Comercio mensajes de datos, la Electrónico beneficia</p>	<p>La ley protege todas las gestiones o actividad</p>

<p>Comercio Electrónico en que beneficia a los hondureños?</p>	<p>firma electrónica, los servicios de certificación, contratación electrónica a la población hondureña, la normando y asegurando la validez jurídica en toda información compartida donde se disponga de mensajes de datos y firmas electrónicas (Art. 5 y Art. 10).</p>	<p>digitales que realizamos día a día. Y con “proteger” nos referimos a que ante la ley tu contrato en línea es tan válido como uno impreso en 10 páginas y el “Sí, acepto este periodo de pago” que confirmó tu proveedor por WhatsApp también lo es.</p> <p>Pero como cada ley y el ejercicio de cada derecho, su aplicación exige el cumplimiento de un deber y el respeto a los demás derechos de los ciudadanos. Es decir, la Ley de Comercio Electrónico está condicionada por la Constitución de la</p>
---	---	--

			República y leyes que garanticen el derecho a la privacidad de las comunicaciones.
Podría mencionarnos Algunos datos generales sobre la Ley de Comercio Electrónico, para conocimiento del pueblo Hondureño.	Se reconocen efectos jurídicos, como validez o fuerza probatoria a la información que se envíe en forma de mensaje de datos, se reconoce como un mensaje de datos a cualquier información que ha sido creada, generada, procesada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos.	El mensaje de datos es suficiente cuando la ley requiera Información conste por escrito, siempre y cuando la información esté disponible para ulterior consulta, la firma de una persona, si se utiliza un método para identificar a esa persona y que esa persona aprueba la información dentro	El grado de confiabilidad requerido respecto a la integridad de la información depende de los fines y las circunstancias para los que se generó la información.

del mensaje de datos.

Si el método de identificación es fiable y se ha acordado de esa manera, que se presente y conserve la información en su forma original si existe una garantía fidedigna de que se ha conservado la integridad de la información que se pueda presentar a la persona que debe presentársele.

Análisis de las entrevistas:

Se presenta a continuación análisis de los resultados de las entrevistas realizadas a los tres (3) profesionales en relación al tema de la investigación sobre la legislación del comercio electrónico

El análisis de los resultados obtenidos durante la investigación cualitativa es un proceso

ecléctico, es decir que concilia diversas perspectivas (Álvarez, 2011). Bernal Torres, (2010) , señala que “el análisis de los resultados consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis y/o preguntas formuladas y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar si confirman las teorías o no” (p. 220).

En este capítulo se pretende presentar los resultados obtenidos con las encuestas y entrevistas que se elaboraron y aplicaron a cada entrevistado, posteriormente se realizó un análisis en relación con respuestas proporcionadas por los entrevistados. A continuación, se presentan los resultados obtenidos en alguno casos encuestas y entrevistas abiertas con su respectivo análisis.

1.- ¿Qué es comercio Electrónico en Honduras?

Son operaciones o transacciones comerciales a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, gracias al comercio electrónico se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa.

2.-¿Cuáles son los medios electrónicos empleados en el comercio electrónico?

Los medios electrónicos son todos aquellos sistemas, procesos, instrumentos o equipo tecnológico que mediante sistemas de datos puede generar, enviar, recibir, archivar o procesar información vía electrónica.

3.- ¿En los procedimientos legales tiene valor probatorio la información digital o electrónica?

Sí, se reconoce como prueba la información generada o comunicada que conste en medios electrónicos, ópticos o en cualquier otra tecnología.

Los mensajes de datos podrán ser utilizados como medio probatorio en cualquier diligencia ante autoridad legalmente reconocida.

Para valorar la información de esta clase de pruebas en un procedimiento, es necesario que el método por el cual haya sido generada, comunicada, recibida o archivada dicha información sea fiable y atribuible a persona determinada y accesible para su ulterior consulta.

4.- ¿Producen efectos jurídicos los actos o negocios celebrados a través de medios electrónicos?

Sí, los actos o negocios celebrados a través de medios electrónicos tienen fuerza obligatoria, surten efectos jurídicos y tiene validez siempre y cuando reúnan los requisitos que dispongan las leyes aplicables.

5.-¿Cuáles son los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través de medios electrónicos?

De conformidad con la ley de protección al consumidor, los consumidores en las transacciones efectuadas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, tendrán derecho a conocer toda la información sobre las características, precio, garantías, términos, condiciones, cargos adicionales, formas de pago de los bienes o servicios ofrecidos por el proveedor.

6.- ¿Cuáles son los tipos de comercio electrónico?

Entre empresas (B2B), Entre empresas y consumidor (B2C), Entre empresas y gobierno (B2G), Entre consumidor y gobierno (C2G).

7.- Las personas que proporcionan sus datos en actos de comercio electrónico se les de dar seguridad que los datos proporcionados serán confidenciales?

Si, el usuario debe estar informado en todo momento del tratamiento que van a tener sus datos en función de la sensibilidad de los mismos y su legitimidad, quién va a ser el encargado de tratamiento de los datos, además de los derechos que puede ejercer.

8.- ¿Dónde se aplica el comercio electrónico?

El comercio electrónico puede utilizarse en cualquier entorno en el que se intercambien documentos entre empresas compras o adquisiciones, finanzas, industria, transporte, salud, legislación y recolección de ingresos o impuestos.

9.- ¿Qué hace la Ley de Comercio Electrónico en que beneficia a los hondureños?

La Ley de Comercio Electrónico beneficia a la población hondureña, normando y asegurando la validez jurídica en toda información compartida donde se disponga de mensajes de datos y firmas electrónicas (Art. 5 y Art. 10).

La ley protege todas las gestiones o actividad digitales que realizamos día a día. Y con “proteger” nos referimos a que ante la ley tu contrato en línea es tan válido como uno impreso en 10 páginas y el “Sí, acepto este periodo de pago” que confirmó tu proveedor por WhatsApp también lo es.

Pero como cada ley y el ejercicio de cada derecho, su aplicación exige el cumplimiento de un deber y el respeto a los demás derechos de los ciudadanos. Es decir, la Ley de Comercio Electrónico está condicionada por la Constitución de la República y leyes que garanticen el derecho a la privacidad de las comunicaciones.

10.- ¿Algunos datos generales sobre la Ley de Comercio Electrónico?

Se reconocen efectos jurídicos, como validez o fuerza probatoria a la información que se envíe

en forma de mensaje de datos, se reconoce como un mensaje de datos a cualquier información que ha sido creada, generada, procesada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos. El mensaje de datos es suficiente cuando la ley requiera Información y conste por escrito, siempre y cuando la información esté disponible para ulterior consulta, la firma de una persona, si se utiliza un método para identificar a esa persona y que esa persona aprueba la información dentro del mensaje de datos. Si el método de identificación es fiable y se ha acordado de esa manera, que se presente y conserve la información en su forma original si existe una garantía fidedigna de que se ha conservado la integridad de la información que se pueda presentar a la persona que debe presentársele.

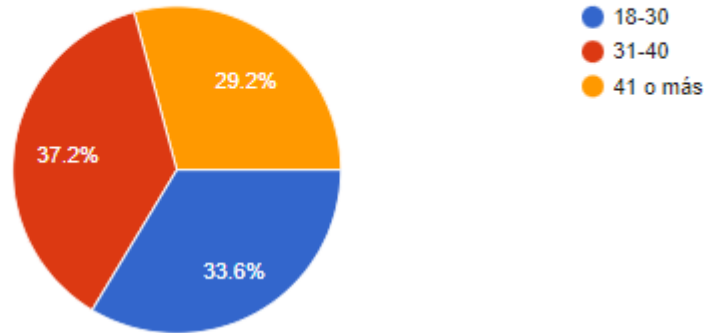
El grado de confiabilidad requerido respecto a la integridad de la información depende de los fines y las circunstancias para los que se generó la información.

4.3 Realización de encuestas

Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa. Una encuesta sirve para recopilar información valiosa de un grupo de interés, cuyas respuestas nos servirán para analizarlas, interpretarlas y tener un panorama que ayude a tomar decisiones o a generar alguna estrategia o acción específica.

Edad

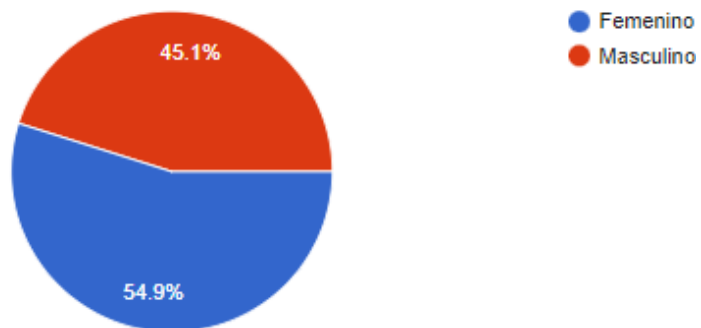
113 respuestas



La primera interrogante cuestiona en los usuarios, los grupos de edad, y en su mayoría o sea el 37,2% recae entre personas con las edades de 31-40 años, el siguiente grupo predominante está en los jóvenes de 18 – 30 años, con 33,6%. En contraste, solo el 29,2% de personas maduras indican que igual hacen sus compras por internet.

Generó

113 respuestas

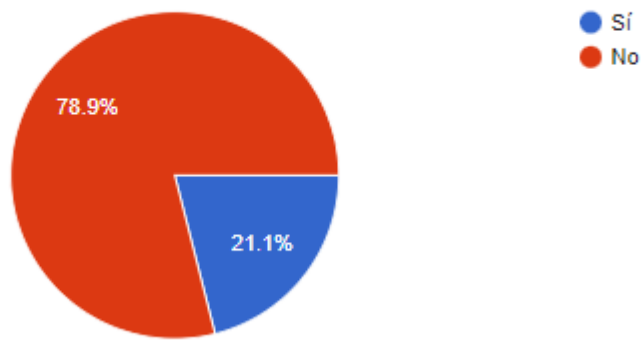


Estos compradores en línea, quienes consumen sectores que en su mayoría son prendas de vestir

en el caso de las mujeres es el 54,9% del total de la población quienes ocupan el primer lugar en compras, y a quienes hay que dirigirles la mayor cantidad de estrategias de ventas por internet y llamar su atención con respecto al incremento de delitos por estafa, mientras que el 45,1%, son personal masculino, quienes compran en su mayoría artículos electrónicos, celulares y computadores.

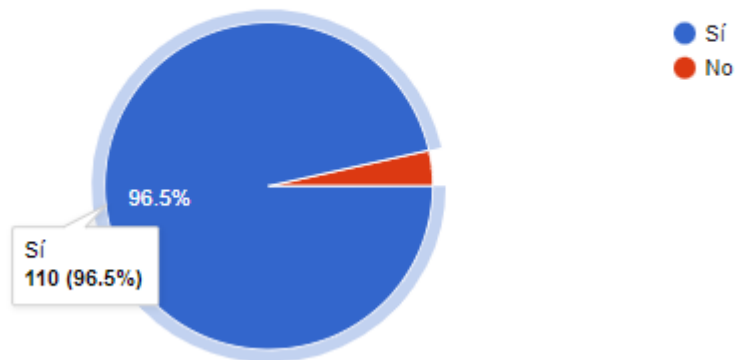
¿Conoce la legislación del comercio electrónico?

114 respuestas



¿Considera interesante conocer acerca de la seguridad legal en transacciones de comercio electrónico?

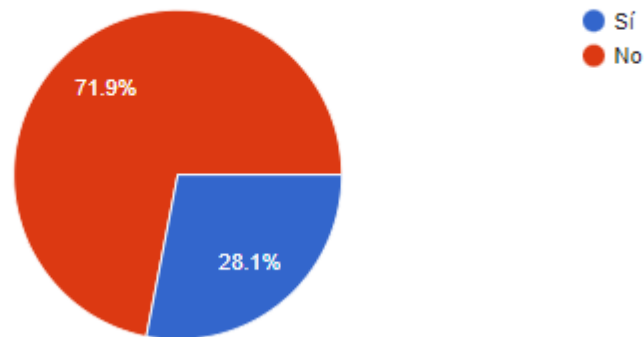
114 respuestas



La siguiente interrogante hace referencia a la importancia de conocer sobre la seguridad legal en las transacciones de comercio electrónico, saber quién es el ente regulador y garante para el usuario. En relación el 96.5% respondió de manera asertiva que les interesaría conocer mas acerca de este tema que es tendencia a nivel mundial, ya que el comercio electrónico se consume desde cualquier lugar.

¿Te sientes seguro al realizar compras en línea?

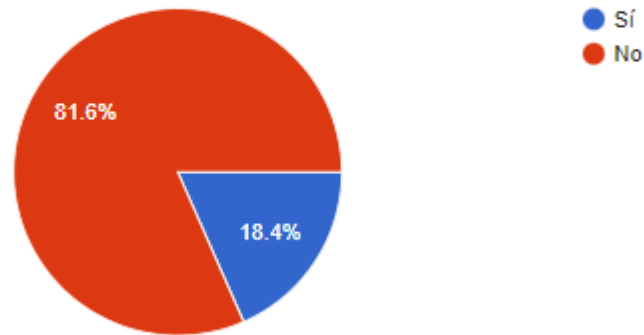
114 respuestas



La confianza de los consumidores en las compras online está lejos de ser plena, A pesar de que a muchos nos puede parecer lo más normal y habitual hacer compras en Internet desde hace años, todavía hay una gran parte de los consumidores que no se sienten seguros cuando hacen compras en la red, esta mayoría consta del 71.9% y solo un 28.1% siente seguro.

¿Has sido víctima de fraude a través del comercio electrónico?

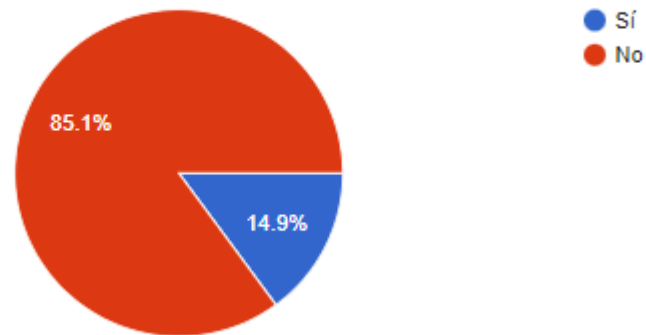
114 respuestas



El Fraude en el comercio electrónico se produce cuando un delincuente obtiene acceso a información robada, como el número de tarjeta de crédito, y la usa para realizar una compra online. Cuando el titular real de la tarjeta se da cuenta de que se ha realizado una compra no autorizada, avisa al banco, que anula el cargo del comerciante. El dato estadístico nos dice que solo un 18.4% ha sido víctima, dejando un 81.6% de personas que aún pueden informarse y orientarse para evitar el fraude en la red.

¿Te sientes seguro al compartir los datos de tu tarjeta?

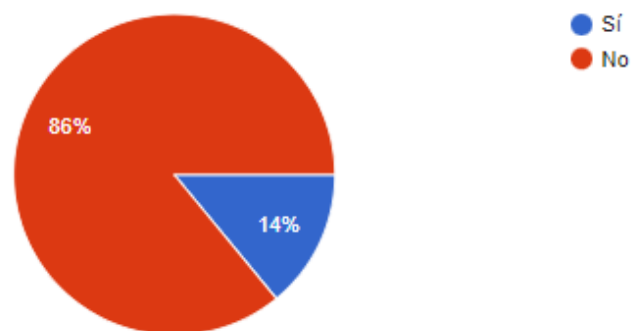
114 respuestas



En esta interrogante el usuario nos hizo saber que en su gran mayoría un 85.1% no se sienten seguros al compartir los datos de su tarjeta, esta es una manera de protegerse, dándole lugar a la duda, y solo un 14.9% se sienten seguros.

¿Conoces el procedimiento legal para para interponer una denuncia al ser víctima de un delito por comercio electrónico?

114 respuestas

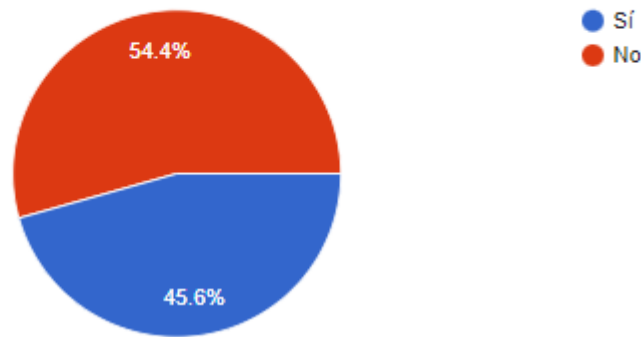


Un 86% no conoce cómo funciona el proceso de denuncia ya que en nuestra legislación no existe

un capítulo que describa este tipo de ciberdelitos, pero se ampara en delitos contemplados en el código penal, por lo tanto, a esta estancia judicial se recurría, por otra parte, el 14% conoce acerca de este procedimiento.

¿Sabrías reconocer cuando estás siendo víctima de un delito?

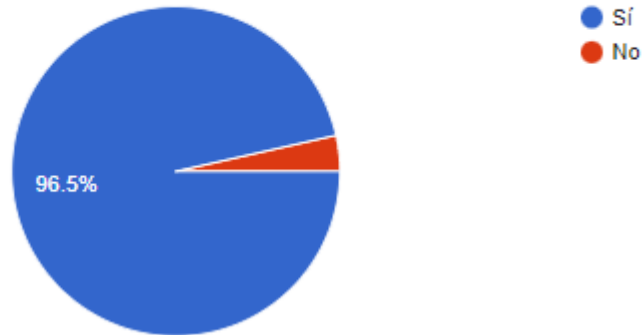
114 respuestas



Conocer cuando se está siendo víctima de un delito es un arma a la cual podemos recurrir para protegernos, el 54.4% no sabrían identificar la forma de operar de los ciberdelincuentes, y solo un 45.6% está informado de la forma de proceder de los estafadores. Estos generalmente se reconocen por ser estafas por correo electrónico que animan a la gente a entregar dinero o hacer transferencias bancarias a través de sitios web y tiendas virtuales falsas.

¿Te gustaría que hubiese más información legal del comercio electrónico?

114 respuestas



Enfocamos esta pregunta con el objetivo de conocer el interés que el usuario tiene para crecer en este tema, el 96.5% reconocen que les gustaría tener mayor información y solo un 3.5% están desinteresados en el tema.

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

Robo de información

Estafa

Fraude

Estafas

Las estafas

Estafa

La inseguridad

El desconocer

La ignorancia

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

Ni saberlo utilizar correctamente

La estafa y el robo de datos de tarjetas

Usurpación de cuentas

El robo de información así como la falta de conocimiento.

Hay mucho compromiso por qué no se siente seguro al usarla por eso se considera que tengamos más información sobre qué tipo de tecnología es la adecuada a usar

Muchos

Tráfico de información personal

Ser influenciado

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

Robo, extorsión

que roben la informacion persona

El pirsing

Son muchos los riesgos mal uso de la tecnología

Pueden jaquear cualquier cuenta y clonaras

Extorsiones, compartir nuestra información

Usar páginas no verificadas

Que muchas veces la hay no te cree

El volverse un adicto.

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

Victima de fraude y robo

robo de datos de identidad, de cuentas de ahorro

Falta de plataformas confiables y sólidas

Compartir información personal

Dar mucha información

Guardar la información personal

El fraude

Desconocer el manejo de estas.

Clonación de datos, pérdida de dinero.

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

Estafas y robos

Ser estafado

Que me roben mi dinero

Muchos,hay gente más especializada en ello que yo,por ende puedo ser engañado

Fraude

Perder efectivo

El abuso o fraude

Extorsión y robos.

El robo de claves

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

Poca confianza en algunos temas económicos, aislamiento y poco contacto físico
La gran cantidad de plataformas inseguras
Creo que dar mucha información personal o tener mucho contacto con personas desconocidas
El mayor riesgo al usar la tecnología puede ser la ignorancia o desconocimiento en temas de ciberseguridad. Siempre hay amenazas en internet, pero si uno está informado y toma medidas preventivas, puedo reducir el riesgo de ser afectado.
Las estafas y el uso ilegal de datos personales del usuario.
*La comunicación instantánea aleja a la gente cercana y afecta a núcleos familiares y de amistad. *Puede generar desempleo. *La evolución de la tecnología tiene un daño colateral que afecta de manera directa al

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

La existencia de sitios web que parecen ser oficiales y en realidad no lo son.
Apertura de datos de cuenta de ahorros
La estafas y fraude
Es más fácil que haya robo en compras o pagos
No tener la experiencia No tener el conocimiento
Ser estafado o hakeado
Clonación de tarjeta
Falsificaciones

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

El fraude la estafa.

La creación de datos y páginas falsas, todo esto por falta de conocimiento y falta de la educación electrónica

Acceso a contenidos no adecuados

No saber usarla.
La falsedad.

Falta de seguridad en la red

Fraudes

Violación a la privacidad y plagios

Robo

¿Cuáles considera que son los riesgos en el uso de la tecnología?

114 respuestas

La manipulación de datos o el acceso o invasión a la pprivacidad

Por un hackeo

Dar mucho acceso a información que no se puede compartir

Los ataques cibernéticos, la falta de uso de las herramientas de seguridad

Hackeó

Fraude y Robo

El fácil manejo y hackeo de redes

La usurpación de identidad personal y de documentos bancarios

Rastreos , Fraudes etc...

Finalizamos con esta pregunta, y llegamos a la conclusión que Phishing y Spoofing. Ambas técnicas consisten en suplantar la identidad de alguna empresa o dependencia para estafar a las personas, y así robar información.

4.4 síntesis del análisis de las encuestas

Siendo que el enfoque de la investigación es cualitativo, la aplicación del instrumento denominado encuesta, se hará a partir de dicho enfoque y siendo que la naturaleza de la encuesta no es una ontología inherente al instrumento, sino el análisis de los datos lo que determina si el estudio es cualitativo o cuantitativo. Las encuestas aplicadas no tienen como finalidad la medición de la frecuencia de las categorías, sino que se busca la diversidad empírica de las experiencias de los entrevistados, incluso si estas propiedades se expresan en números. La encuesta cualitativa tiene una finalidad descriptiva, y no predictiva y se utiliza para idear una hipótesis. La investigación cualitativa mediante encuesta es una metodología de investigación menos estructurada que se utiliza para obtener información en detalle sobre el razonamiento y las motivaciones subyacentes de las personas.

Mayormente las edades de 31- 40 años respondieron la encuesta efectuada; siendo un total de 114 personas encuestadas, inclinado con un 54.9% del género femenino, en análisis sobre la legislación del comercio electrónico en Honduras y algunos de sus riesgos; procedimos a indagar para tener comprensión de cuanto conocimiento se tiene acerca del tema, dado los porcentajes que arrojan las encuestas nos damos cuenta que un 78.9% desconocen sobre dicha regulación, pero favorablemente la población encuestada está interesada en conocer más las bases legales sobre los riesgos que se pueden contraer al hacer uso del comercio en esta modalidad electrónica,

ya que el 71.9% no se sienten seguros al realizar sus compras o adquirir servicios, ya que la población encuestada concuerdan en que los mayores riesgos son: la falsificación de identidad, la estafa y el robo de información personal, esta última teniendo relación con la violación a la privacidad, deplorablemente un 54.54% no saben identificar cuando son víctimas de un delito.

4.5 Análisis de casos

Los documentos suponen una fuente muy valiosa de datos cualitativos, ya que le permiten al investigador conocer los antecedentes de un ambiente. En la investigación cualitativa es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para recolectar datos, lo que se conoce como la *triangulación de datos*. Para la recolección de documentos, el investigador debe cerciorarse de la autenticidad del material, a fin de que los resultados sean confiables (Hernández Sampieri, 2014, p. 417-418).

A continuación, se presentan una serie de casos jurídicos relacionados con la Ley de Comercio Electrónico de Honduras.

Caso N.º 1: Tania, es Juez de Letras de lo Civil de Tegucigalpa, Francisco Morazán, a su oficina judicial y bajo su competencia, le corresponde resolver jurídicamente una demanda de indemnización de daños y perjuicios promovida por el Señora Antonia en contra de la Sra. Alicia ante un aparente caso de incumplimiento de contrato celebrado electrónicamente. Ante dicha situación y con fines probatorios, dicho Juez solicita a la parte demandante que adjunte o presente al escrito de demanda en forma escrita (prueba documental) el mensaje de Datos donde se verificó la relación contractual entre el demandante y la demanda. ¿de qué forma la parte demandante podría satisfacer ese medio probatorio siendo que la relación contractual se verificó o realizó solamente a través de un mensaje de datos?

R// Como apoderado legal de la parte demandante presento como medio de prueba documental las capturas de los correos electrónicos intercambiados entre el demandante y demandado donde se demuestra los mensajes de Datos y el intercambio de datos que consta la existencia de la relación contractual entre el demandante y demandado para acreditar los hechos de la demanda por escrito y satisfacer el medio de prueba solicitado mediante mensajes de datos, en base que al artículo 6 de la Ley de Comercio electrónico establece que cuando la ley requiera que la información conste por escrito se puede satisfacer mediante mensajes de datos; y acreditando su originalidad mediante mensaje de datos en base al artículo 8. Los mensajes de datos son admisibles como medios de prueba y tienen la misma fuerza probatorio que los medios probatorios por escrito ya que la información enviada como mensaje de datos tienen efectos jurídicos, válidos y con fuerza probatoria así nos lo establece la normativa jurídica en el artículo 5 y 10 de la Ley de Comercio Electrónico

Caso n° 2: La señora Fernanda (iniciadora mensaje de datos) decide construir un edificio de apartamentos en una zona exclusiva de Tegucigalpa, bajo esa intención decide contactar y a la vez celebrar un contrato de construcción con la Arquitecta más prestigiosa del país de nombre Ana (Destinatario mensaje de datos). Estableciendo diversos acuerdos y compromisos con relación a dicha construcción, ambas personas deciden a través de diversos mensajes de datos de correos electrónicos realizar la obra en mención. 2 meses siguientes, la señora Ana decide contratar a otra arquitecta para la construcción de la obra ya que la Sra. Fernanda nunca le envió de manera expresa un correo puntual donde ésta decidía aceptar el contrato en toda y cada una de sus disposiciones. Es importante mencionar que, en uno de los correos intercambiados entre ambas partes, habían acordado que la aceptación debía consumarse en un

correo final con acuse de recibido expresando literalmente la aceptación de manera expresa del contrato de construcción.

Ante ese cambio tan fluctuante de la iniciadora del mensaje de datos Fernanda, la arquitecta Ana (Destinataria mensaje de datos) decide promover la correspondiente demanda ante un posible caso de incumplimiento de contrato. En la contestación de la demanda a través de su apoderado legal, la Sra. Fernanda alega que ella nunca recibió a través de ningún mensaje de datos una respuesta expresa donde la profesional aceptaba el contrato en toda y cada una de sus partes, interpretando la Sra. Fernanda el silencio de la arquitecta la no aceptación del contrato descrito. La no existencia de un acuse de recibido donde pudiese verificarse la aceptación expresa del contrato de construcción, declararían con lugar o sin lugar la demanda promovida por la arquitecta Ana como destinataria del mensaje de datos.

R// En base al artículo 18 párrafo 2 de la Ley de Comercio Electrónico y en mi condición de Juez conecedor del caso resuelvo sin lugar la demanda promovida por la señora Ana en virtud que la señora Fernanda acordó que la aceptación debía consumarse en un correo final con acuse de recibido expresando literalmente la aceptación de manera expresa de la señora Ana, acordando una condición y un plazo para recibir el acuse para la aceptación del contrato por la señora Torres el cual nunca recibió la señora Fernanda determinando que no existió nunca relación contractual entre la partes porque no hubo una aceptación expresamente en el plazo establecido por parte de la señora Ana siendo esta la condición que se estableció para el inicio de la relación contractual por lo que la señor Lazo estaba en todo su derecho de establecer una relación contractual con otra persona en virtud que no existió una relación contractual entre el demandante y demandado.

En base que la ley nos establece en su artículo 18 párrafo 2 que “Cuando el iniciador haya indicado que los efectos del mensaje de datos están expresamente condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se considera que el Mensaje de Datos no ha sido enviado, en tanto que no se haya recibido el acuse de recibo.”

Tabla 5. Cuadro comparativo de otras legislaciones del comercio electrónico:

Algunos de los países de América Latina que han promulgado una legislación doméstica, basada en la Ley Modelo, son: Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguay, República Dominicana y Venezuela.

Esta ley trata los 4 pilares fundamentales de las transacciones de comercio electrónico que son:

(a) equivalencia de datos, (b) equivalencia de documentos, (c) equivalencia de formalidad, (d) paridad contractual (Ferrari, 2017). Según Rengifo, 2000), 5 pilares primordiales integran la LMCE, estos son los proyectados a continuación.

- Facilitar el comercio entre países y al interior de cada uno de ellos.
- Validar las operaciones efectuadas con las nuevas tecnologías de la información.
- Fomentar y estimular la aplicación de nuevas tecnologías de la información.
- Promover la uniformidad del derecho.
- Apoyar las prácticas comerciales.

Ahora bien, un organismo de derecho comunitario que se ha encargado de regular las relaciones internacionales de comercio electrónico en América Latina es la Comunidad Andina de Naciones (CAN), que ha expedido las siguientes normas:

- Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industria: esta entró en vigor a partir del 1 de diciembre del 2000; en su Artículo 233 regula aspectos relacionados con las marcas comerciales y los nombres de dominio de internet.
- Decisión 691, de la CAN, del 13 de agosto del 2008, estadísticas sobre las TIC: en esta decisión se estableció un marco para la producción de estadísticas sobre el uso de las TIC.

Similarmente, la Alianza del Pacífico en el Protocolo Comercial, suscrito en 2014 y vigente desde 2016, incluyó un capítulo sobre comercio electrónico, este sigue de cerca el modelo del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP), en vigencia, entre 6 de sus 11 signatarios, en diciembre de 2018; ello no resulta sorprendente, pues 3 miembros de la AP (Chile, México y Perú) son también signatarios del CPTPP. Por lo tanto, se debe tener en cuenta lo señalado por Herreros (2019).

El Mercado Común Centroamericano también dispone de un marco normativo básico para el comercio electrónico, establecido en el capítulo respectivo del tratado de

PAIS	LEY	DISPOSICION GENERAL
1 HONDURAS	LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS Y ELECTRÓNICAS DE MENSAJES DATOS (Ley No. 2002-67)	<p>Art. 1.- Objeto de la Ley.- Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.</p> <p>Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento.</p> <p>Art. 14.- Efectos de la firma electrónica.- La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio.</p>
2 COLOMBIA	Ley 527 de 1999 - Ley de Comercio Electrónico.	<p>ARTICULO 1. AMBITO DE APLICACION. La presente ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en los siguientes casos:</p> <p>a) En las obligaciones contraídas por el Estado colombiano en</p>

virtud de convenios o tratados internacionales;

b) En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas en cierto tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.

Ir al inicio

ARTICULO 2o. DEFINICIONES. Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

a) Mensaje de datos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;

b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes

operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera;

c) Firma digital. Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación;

d) Entidad de Certificación. Es aquella persona que, autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas,

	<p>ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así como cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales;</p> <p>e) Intercambio Electrónico de Datos (EDI). La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto;</p> <p>f) Sistema de Información. Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos</p>
<p>3 EL SALVADOR</p>	<p>DECRETO No. 463 LEY DE COMERCIO ELECTRONICO</p> <p>Art. 1.- La presente ley tiene por objeto establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes.</p> <p>Art. 3.- Esta ley será de aplicación a toda persona natural o jurídica, pública o privada establecida en El Salvador, que realice por sí mismo o por medio de intermediarios transacciones comerciales o intercambio de bienes o servicios contractuales, mediante la utilización de cualquier clase de</p>

tecnología o por medio de redes de comunicación interconectadas. Cuando los proveedores de bienes y servicios se encuentren establecidos fuera del territorio nacional, se regulará conforme a los convenios o tratados internacionales que resulten de aplicación. No se constituye presunción de estar establecido en El Salvador, por el simple hecho del uso de medios tecnológicos situados en El Salvador para la prestación o acceso al servicio.

Art. 6.- Para efectos de la presente ley, se entenderá por: a) Comunicación comercial electrónica: Toda forma de comunicación que las partes hagan por medio de mensaje de datos, con el fin de comercializar bienes y servicios.

b) Proveedor de servicio de intermediación electrónica: Persona natural o jurídica que posibilita el acceso y la operatividad de cualquiera de los componentes, fases y elementos del proceso de comercio electrónico, facilitando la prestación o utilización de otros servicios de comercio electrónico o el acceso a la información. Siendo estos servicios de intermediación: la realización de copia temporal de las páginas de internet solicitadas por los usuarios, el alojamiento en los propios servidores de datos, aplicaciones o servicios suministrados por

		<p>otros, la provisión de instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o de enlaces a otros sitios de internet. c) Usuario: Toda persona natural o jurídica que por medios electrónicos contrate bienes o servicios, o reciba oferta de los mismos. d) Vía electrónica: Son los medios ópticos o cualquier otra tecnología a través de los cuales se realizan las transacciones comerciales. e) Factura electrónica: Es el comprobante electrónico de pago que deberán emitir los proveedores de bienes y servicios usuarios de comercio electrónico, a quienes realicen transacciones comerciales con ellos, de conformidad con la legislación pertinente. f) Proveedor: Persona natural o jurídica que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación y comercialización de bienes o servicios.</p>
4	<p>GUATEMALA DECRETO NÚMERO 47-2008 LEY PARA EL RECONOCIMIENTO DE LAS COMUNICACIONES Y FIRMAS</p>	<p>ARTICULO 1. Ámbito de aplicación. La presente ley será aplicable a todo tipo de comunicación electrónica, transacción o acto jurídico, público o privado, nacional o internacional, salvo en los casos siguientes: a) En las obligaciones contraídas por el Estado en virtud de Convenios o Tratados Internacionales. b) En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente impresas en cierto</p>

ELECTRÓNICAS

tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.

ARTICULO 2. Definiciones.

Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

Certificado: Todo mensaje de datos u otro registro que confirme el vínculo entre un firmante y los datos de creación de la firma, usualmente emitido por un tercero diferente del originador y el destinatario.

Comercio Electrónico: Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de una o más comunicaciones electrónicas o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, incluyendo el factoraje y el arrendamiento de bienes de equipo con opción a compra; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; de todo acuerdo de concesión o explotación

de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.

Comunicación: Toda exposición, declaración, reclamación, aviso o solicitud, incluida una oferta y la aceptación de una oferta, que las partes hayan de hacer o decidan hacer en relación con la formación o el cumplimiento de un contrato.

Comunicación Electrónica: Toda comunicación que las partes hagan por medio de mensajes de datos. Datos de creación de firma: los datos únicos, tales como códigos o claves criptográficas privadas, que el firmante utiliza para crear la firma electrónica.

Destinatario: La parte designada por el iniciador para recibir la comunicación electrónica, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a esa comunicación electrónica.

Estampado Cronológico: Comunicación electrónica firmada por una entidad de certificación que sirve para verificar que otra comunicación electrónica no ha cambiado en un período que comienza en la fecha y hora en que se presta el servicio y termina en la fecha y hora en que la firma de la comunicación electrónica generada por el prestador del servicio de estampado

pierde validez.

Firma Electrónica: Los datos en forma electrónica consignados en una comunicación electrónica, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante con relación a la comunicación electrónica e indicar que el firmante aprueba la información recogida en la comunicación electrónica. **Firma Electrónica Avanzada:** La firma electrónica que cumple los requisitos siguientes: a. Estar vinculada al firmante de manera única; b. Permitir la identificación del firmante; c. Haber sido creada utilizando los medios que el firmante puede mantener bajo su exclusivo control; d. Estar vinculada a los datos a que se refiere, de modo que cualquier cambio ulterior de los mismos sea detectable.

Firmante: La persona que posee los datos de creación de la firma y que actúa en nombre propio o de la persona a la que representa.

Iniciador: Toda parte que haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar una comunicación electrónica antes de ser archivada, si ese es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a esa comunicación electrónica.

Intercambio Electrónico de Datos (IED): La transmisión

electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto. Intermediario: En relación con una determinada comunicación electrónica, se entenderá toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicha comunicación electrónica o preste algún otro servicio con respecto a él.

Mensaje de Datos: El documento o información generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, magnéticos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (IED), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax. Parte que confía:

La persona que pueda actuar sobre la base de un certificado o de una firma electrónica. Prestador de Servicios de Certificación:

Se entenderá la entidad que expide certificados y puede prestar otros servicios relacionados con las firmas electrónicas. Sede o

lugar del establecimiento comercial: Se entenderá todo lugar donde una parte mantiene un centro de operaciones no temporal

para realizar una actividad económica distinta del suministro transitorio de bienes o servicios desde

determinado lugar. Sistema Automatizado de Mensajes: Todo

			<p>programa informático o un medio electrónico o algún otro medio automatizado utilizado para iniciar una acción o para responder a operaciones o mensajes de datos, que actué, total o parcialmente, sin que una persona física haya de intervenir o revisar la actuación cada vez que se inicie una acción o que el sistema genere una respuesta.</p>
5	PANAMA	STRCE-2008-TU_P281 LEY 51 FIRMAS ELECTRONICAS	<p>Artículo 1. Objeto. Esta Ley establece el marco regulador para la creación, utilización y almacenamiento de documentos electrónicos y firmas electrónicas, así como el proceso de registro y la fiscalización de los prestadores de servicios de almacenamiento tecnológico de documentos y de certificación de firmas electrónicas en el territorio de la República de Panamá. Además, establece el marco regulador para algunos actos de comercio realizados a través de Internet, principalmente en lo referente a la información previa y posterior a la celebración de contratos electrónicos y a las condiciones relativas a la validez y eficacia de dichos contratos; las obligaciones y responsabilidades de los prestadores de servicios comerciales a través de Internet, incluidos los que actúan como intermediarios en la transmisión de contenidos por las redes de comunicación; el intercambio de información y</p>

documentación comercial por vía electrónica, incluidas las ofertas, las promociones y los concursos; y el régimen sancionador aplicable a los prestadores de servicios comerciales a través de medios electrónicos.

Artículo 2. Definiciones. Para los efectos de la presente Ley, los siguientes términos se definen así:

1. Almacenamiento tecnológico. Sistema de archivo de documentos a través de medios tecnológicos.
2. Certificado electrónico. Documento electrónico expedido por un prestador de servicios de certificación de firmas electrónicas, que vincula los datos de verificación de una firma electrónica a un firmante y confirma su identidad.
3. Certificado electrónico calificado. Certificado electrónico expedido por un prestador de servicios de certificación registrado ante la Dirección General de Comercio Electrónico, que cumple los requisitos establecidos en esta Ley en cuanto a la comprobación de la identidad de los firmantes y a la fiabilidad y las garantías de los servicios de certificación ofrecidos por el prestador de servicios de certificación que lo genera.

4. Códigos de conducta. Declaración formal de los valores, la ética y las prácticas empresariales de una persona o de un grupo de personas, naturales o jurídicas, en la que se presentan políticas y directrices, preestablecidas y aplicables a determinadas situaciones, con la finalidad de facilitar las relaciones entre las autoridades, los prestadores de servicios y los usuarios o destinatarios.

5. Comercio electrónico. Toda forma de transacción o intercambio de información con fines comerciales en la que las partes interactúan utilizando Internet, en lugar de hacerlo por intercambio o contacto físico directo.

6. Consumidor. Persona natural o jurídica que adquiere de un proveedor bienes o servicios finales de cualquier naturaleza.

7. Datos de creación de firma electrónica. Son los datos únicos, como códigos o claves criptográficas, que el firmante utiliza de manera secreta para generar una firma electrónica y vincularla al certificado electrónico que lo identifica.

8. Datos de verificación de firma electrónica. Son los datos, como códigos o claves criptográficas, que se utilizan para verificar la firma electrónica.

9. Declaración de prácticas de certificación. Manifestación que

hace un prestador de servicios de certificación, con el fin de definir los criterios que utiliza para generar y administrar certificados electrónicos, los servicios que ofrece y sus limitaciones, así como las obligaciones que se compromete a cumplir en relación con la gestión de los datos de creación y verificación de firma electrónica y de certificado electrónico.

10. Declaración de prácticas de almacenamiento tecnológico.

Manifestación que hace un prestador de servicios de almacenamiento tecnológico de documentos, con el fin de definir los criterios que utiliza para generar y/o almacenar documentos electrónicos, los servicios que ofrece y sus limitaciones, así como las obligaciones que se compromete a cumplir en relación con la gestión de los documentos tecnológicamente almacenados.

11. Destinatario. Persona natural o jurídica:

a. Que ha sido designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no está actuando a título de intermediario con respecto a ese mensaje.

b. A quien va dirigido o destinado un servicio comercial a través de medios electrónicos.

libre comercio entre los Estados Unidos, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y la República Dominicana (conocido como DR-CAFTA, por su sigla en

inglés). Este acuerdo, suscrito en 2004, es de naturaleza plurilateral, su capítulo sobre comercio electrónico establece la no imposición de aranceles a los productos digitales transmitidos electrónicamente. El capítulo no contiene compromisos vinculantes sobre el entorno regulatorio del comercio electrónico (protección de datos personales, protección del consumidor, firma electrónica, entre otros), si bien se señala que las partes compartirán información y experiencias sobre esos temas. Al igual que en la AP, estimula al sector privado a desarrollar mecanismos de autorregulación.

Fuente: Elaboración propia con base en Azrbach & Duran (2012).

CAPÍTULO V.

PROPUESTA DE MEJORA

El Objetivo general que pretendía la investigación consistía en investigar el panorama legal del comercio electrónico y algunos de sus riesgos enmarcado en el territorio Hondureño en la actualidad con la investigación realizada se pudo verificar que existe un vacío en la Ley sobre el Comercio Electrónico puesto que esta se centra en regular los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas. Así mismo se identificó es necesario que exista una ley especial que regule los delitos derivados del comercio electrónico ya que en la actualidad estos se rigen por lo que establece el Código penal.

Recomendamos que el Estado debe identificar, a través de sus órganos de control, cuáles son los métodos que en los países de la región se están utilizando para dirimir estos conflictos que esta generando el riesgo del comercio electrónico y de esta manera mejorarlos e implementarlos en nuestro país, para generar una mayor confiabilidad y la resolución de estos conflictos sea de manera rápida, segura y expedita pero sobre todo sin vulnerar los derechos que tutelan el bienestar de las partes contratantes. A su vez, también creemos indispensable, analizar la seguridad jurídica que este tema necesita y se debe brindar a los contratantes, para lo cual recomendamos que, por parte de los mecanismos de control se debe generar esa

confianza jurídica, que al suscitarse alguna controversia se puede obtener una respuesta a la misma; por lo cual es necesario que los entes encargados no le nieguen el derecho a ninguna de las partes sobre el acceso a la defensa de su controversia que se ha generado de este tipo de contratación; puesto que es responsabilidad de estos órganos brindar solución al mismo, en virtud que esto ayudará a crear un beneficio a la economía del país y a la inversión, tanto nacional como extranjera y vemos que en la actualidad nuestro país debe de trabajar arduamente en el tema de generación de fuentes de empleo y en el tema de generación y de producción de fuentes para atraer mejoras económicas a el país. Con esto enfatizamos, que sí se pueden aminorar los riesgos jurídicos que resultaren de una negociación por medios electrónicos; se puede hacer de manera rápida y expedita. El impacto que esto provocará será de manera positiva y los peligros que se puedan dar de esta contratación tendrán respuestas más apegadas a la realidad; y a lo que la norma jurídica establece en su ordenamiento, el cual debe prever cualquier situación que se pueda producir.

LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS

Art. 60.- A continuación del Art. 353, agréguese el siguiente artículo innumerado:

"Art. .- Falsificación electrónica.- Son reos de falsificación electrónica la persona o personas que con ánimo de lucro o bien para causar un perjuicio a un tercero, utilizando cualquier medio, alteren o modifiquen mensajes de datos, o la información incluida en éstos, que se encuentre contenida en cualquier soporte material, sistema de información o telemático, ya sea:

1.- Alterando un mensaje de datos en alguno de sus elementos o requisitos de carácter formal o esencial;

2.- Simulando un mensaje de datos en todo o en parte, de manera que induzca a error sobre su autenticidad;

3.- Suponiendo en un acto la intervención de personas que no la han tenido o atribuyendo a las que han intervenido en el acto, declaraciones o manifestaciones diferentes de las que hubieren hecho. El delito de falsificación electrónica será sancionado de acuerdo a lo dispuesto en este capítulo."

Reforma: La ley de Comercio Electrónico y la ley de firma electrónica aplica un principio que se llama principio de regulación mínima, que nos dice que la ley de comercio electrónico no se puede ni se debe regular en exceso entonces es por ello que los artículos son escuetos, escasos y son pocos. La Ley no contiene por si misma la contemplación de regular los ciber delitos, más bien los remite al código penal, porque ya existe un derecho preexistente, esto significa que si ya existe el delito típico

en la estancia penal, entonces se debe recurrir a esta área, es decir según la acción se pueden deducir tres tipos de responsabilidad, ya sea civil, penal o administrativa, todo ello dependiendo de la óptica que se encuentre. Y la ley también nos menciona que estas 3 estancias pueden ser simultáneas, no es necesario ir agotando una vía para continuar a la siguiente, por lo que se puede hacer de forma subsidiaria en ese mismo contexto.

Art. 61.- A continuación del Art. 415 del Código Penal, inclúyanse los siguientes artículos innumerados: "Art.- Daños informáticos.- El que dolosamente, de cualquier modo o utilizando cualquier método, destruya, altere, inutilice, suprima o dañe, de forma temporal o definitiva, los programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, será reprimido con prisión de seis meses a tres años y multa de sesenta a ciento cincuenta dólares de los Estados Unidos de Norteamérica. La pena de prisión será de tres a cinco años y multa de doscientos a seis cientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, cuando se trate de programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, destinada a prestar un servicio público o vinculada con la defensa nacional. Art.- Si no se tratare de un delito mayor, la destrucción, alteración o inutilización de la infraestructura o instalaciones físicas necesarias para la transmisión, recepción o procesamiento de mensajes de datos, será reprimida con prisión de ocho meses a cuatro años y multa de doscientos a seis cientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica."

En síntesis, nuestra propuesta de mejora es la de poder tener una Ley de Comercio electrónico ampulosa, que pueda contemplar de manera directa los ciberdelitos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

Las situaciones que están afectando a ciertas personas en cuanto al uso del comercio

Electrónico y como se abordó en los capítulos antecedentes, es notable ya que la regulación hondureña

es escueta en cuanto a comercio electrónico, en el desarrollo de la normatividad en esta materia, la tecnología cada vez crece y progresa rápidamente, esto le exige, a cada ordenamiento jurídico, la expedición de un conjunto de normas que limiten y permitan una ejecución sencilla de estos medios digitales por parte de los usuarios y las personas que ofrecen sus bienes y servicios. Lo anterior sin que se vean sometidos a la exposición de unos riesgos que, al momento de materializarse, pueden producir un profundo daño, y poca confianza y seguridad de su utilización.

Afinamos que es necesario establecer las herramientas o estrategias que se puedan utilizar para evitar los fraudes cometidos en el Comercio Electrónico, En Honduras la regulación en torno al Comercio Electrónico es escueta, pese a que contamos con una Ley sobre el Comercio Electrónico aprobada mediante el Decreto 149-2014, podemos concluir que el Comercio Electrónico le hacen falta disposiciones legales que regulen los delitos derivados de los riesgos jurídicos asociados con las nuevas tecnologías, en específico, con las disputas de los dominios

de internet, con la falsificación y la infracción de marca comercial, y el fraude electrónico y la usurpación de identidad en los documentos digitales, robo, estafa si se le diera la importancia y se hiciera de conocimiento sobre los delitos electrónicos que se están dando en la actualidad por parte de los entes encargados de regular de manera permanente y no ocasional.

Después de analizar los antecedentes del problema jurídico determinamos que el comercio electrónico ya ha empezado a tener repercusiones extraordinarias en la estructura de nuestros mercados y normativas. Sin embargo, esos cambios también plantean problemas. y en conclusión se centra en tres campos en los que dichos problemas ya han producido efectos y plantean cuestiones que abarcan distintos sectores de interés jurídico. En esas áreas, en particular, las dimensiones internacionales del comercio electrónico dificultan la formulación de soluciones y exigen particular prudencia, en específico, en cuanto a las iniciativas que podrían tomarse a nivel nacional que podrían pasar por alto las repercusiones potenciales más allá de las fronteras. Aunque estos temas son de vital importancia para el campo de la propiedad intelectual, también tienen efectos 'horizontales' en otros ámbitos del derecho y la política como ser: entorno sin papel, (contratos electrónicos) el internet, (jurisdicción y derecho aplicable) y la tecnología digital (problemas de observancia y confidencialidad).

En conclusión los fundamentos legales que establecen las pautas a seguir para el buen funcionamiento del Comercio Electrónico ya que por la falta de conocimiento es que se están dando una variedad de casos, en su mayoría la estafa y robos

cibernético manejando esto se podría tener un mejor control y los riesgos disminuirían, con los datos obtenidos en las encuesta realizadas se determina que un 78.9% de los entrevistados desconocen sobre este tema por tal razón no existe una aplicación efectiva en Honduras sobre la regulación por medios electrónicos A su vez, tomando en consideración la necesidad que existía en nuestro país, precisamente en nuestro ordenamiento jurídico, de tener una regulación sobre este tema, el cual va de la mano con lo que respecta a la firma electrónica, ambas figuras jurídicas hoy en día están reguladas, por lo cual creemos necesario, se reforme la Ley del Comercio Electrónico. Las transacciones precisan reglas que rijan la relación entre las partes. El elemento principal de esas reglas es el propio acuerdo: En primer lugar, **el contrato**. Existe un reconocimiento cada vez mayor que pueden desempeñar los contratos en el mercado del comercio electrónico. Como medio para aplicar el principio de autonomía de las partes y permitir una toma de decisiones descentralizada en relación con los derechos y obligaciones comerciales, el contrato es un mecanismo flexible, pero vinculante desde el punto de vista jurídico. En este sentido, el contrato quizá pueda considerarse la medida auto regulatoria más importante de que disponen las partes implicadas en el comercio electrónico, y por ultimo introducir seguridad respecto del entorno jurídico en la aplicación de la normativa.

6.2 RECOMENDACIONES

1.- Basados en la investigación es recomendable buscar mecanismo que sirvan para orientar y ser muy .-cuidadosos dar a conocer sobre el comercio electrónico a las personas que usan plataformas electrónicas a no proporcionar toda su información a ser cuidadosos con lo que facilitan, también vemos necesaria la creación y reforma del marco legal en algunos de sus artículos de la ley del comercio electrónico ya que se encuentran limitaciones en la misma, en virtud que este tema tiene nuevos desafíos, tomando en cuenta que el comercio es una actividad demasiado dinámica y cambiante de la cual el derecho debe estar íntimamente ligado.

2.- También debemos considerar que la norma jurídica es la que ayudará a tener un control más adecuado del medio de contratación, en vista que es más que necesario que el Estado, por su parte, cree todos los métodos de seguridad necesarios para que la seguridad jurídica y sus efectos legales se cumplan de manera tal, que no se vulnere ningún derecho a ningunas de las partes que realizan los contratos u otras actividades electrónicos.

3.- Recomendamos que el Estado debe identificar, a través de sus órganos de control, cuáles son los métodos que en los países de la región se están utilizado para dirimir estos conflictos y de esta manera mejorarlos e implementarlos en nuestro país, para generar una mayor confiabilidad y que la resolución de estos conflictos sea de manera rápida, segura y expedita, pero sobre todo sin vulnerar los derechos de las personas que confían y facilitan sus datos.

4.- En una primera iniciativa para introducir seguridad respecto del entorno jurídico de los contratos electrónicos, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) creó una Ley Modelo sobre comercio electrónico en 1996. Tal y como se establece en el preámbulo de la Ley Modelo, la CNUDMI reconoce que 'un número creciente de transacciones comerciales nacionales e internacionales se realizan por medio del intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación, por lo que recomendamos a las autoridades competentes dar la importancia a la propagación de este tema y hacer de conocimiento público los riesgos de no seguir las pautas legales.

Bibliografía

Aguila, A. R. (2000). *Comercio electrónico y estrategia empresarial*. España: RA-MA.

EWT Ngai, F. W. (2002). *Una revisión de la literatura y la clasificación de la investigación de comercio electrónico*. Elsevier.

Francisco Gonzales de Audicana Zorraquino, Matilde Vicente Diaz. (2021). *Derecho de los consumidores y comercio electronico*. Madrid, España: Wolters Kluwer España.

Gonzalez, O. R. (2011). *Comercio Elctronico*. Madrid: Anaya.

Jones, C., Alderete, M. V., & Motta, J. (2013). *Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales y de*. Córdoba, Argentina: redalyc.

Redondo, R. d. (2012). *Negocio Electronico*. UNED- Universidad Nacional de Educacion a Distancia.

Rivoir, A. L. (2019). *Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

Aguila, A. R. (2000). *Comercio electrónico y estrategia empresarial*. España: RA-MA.

EWT Ngai, F. W. (2002). *Una revisión de la literatura y la clasificación de la investigación de comercio electrónico*. Elsevier.

Francisco Gonzales de Audicana Zorraquino, Matilde Vicente Diaz. (2021). *Derecho de los consumidores y comercio electronico*. Madrid, España: Wolters Kluwer España.

- Gonzalez, O. R. (2011). *Comercio Electronico*. Madrid: Anaya.
- Jones, C., Alderete, M. V., & Motta, J. (2013). *Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales y de*. Córdoba, Argentina: redalyc.
- Redondo, R. d. (2012). *Negocio Electronico*. UNED- Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Rivoir, A. L. (2019). *Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>
- Rojas, L. (12 de Septiembre de 2022). *We Remote*. Obtenido de ¿Qué riesgos tiene el comercio electrónico?: <https://weremote.net/riesgos-comercio-electronico/>
- visa. (s.f.). Obtenido de <https://www.visa.com.hk/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html>
- LAUDON, Kenneth; LAUDON Jane; (2002). “Sistemas de información gerencial. Organización y tecnología de la empresa conectada en red”; Edición sexta; México; Ed. Printice hall
- McLEOD, Raymond; (2000). “Sistemas de información gerencial”; Edición séptima; México; Ed. Pearson Educación
- Aspís, A., Pertusi, I. C., & Nieva, H. G. (2016). *Comercio Electrónico E-Commerce*. Argentina: Errepar.

Torre, G., & Codner, D. (Febrero de 2014). Fundamentos del Comercio Electrónico (2º Edición ed.). (U. V. Quilmes, Ed.) Buenos Aires, Argentina: Bernal. Recuperado el 27 de Marzo de 2017, de file:///E:/material%20de%20metodologia/fundamentoscomercio-electronico.pdf

S. Ripe et al, Comercio electrónico. Análisis jurídico multidisciplinario, Ed. B. de F., MontevideoBuenos Aires, Buenos Aires, 2003, p. 40.

Shaw, Paul D., Managing Legal and Security Risks in Computing and Communications, ed. Butterworth-Heinemann, Woburn, MA, USA, 1998.

Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico Guía para su incorporación al derecho interno 1996 con el nuevo artículo 5 aprobado en 1998. (https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf).

Luna Grajeda Rafael, Verdades v mentiras acerca del comercio electrónico. En la Base de Datos de la Biblioteca digital del ITESM, México, D. F., 1997. Mendoza, Juan Luis. (2010). Estrategias de Éxito en Internet. Ediciones Gestión 2000. Barcelona, España. Perritt Jr., Henry, The Internet is changin the Public International legal System, <http://www.kentlaw.edu/cyberlaw/perrittnetchg.html>. Porter, M. y Millar, V. (1985). How information gives you competitive advantage. Harvard Business Review, 63(4), 149-161. PROFECO, Tendencias del e-commerce, (2006), retrieved April 15, 2009, from, http://www.profeco.gob.mx/ecomercio/ecomercio_tendencias.asp. Rayport, J. F. y Jaworski, B. J. (2003). E-Commerce. México: McGraw Hill. Rojas Amandi, Víctor

Manuel, Regulación del comercio electrónico en México, Unam, México.

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/30/cnt/cnt16.pdf>.

Perritt Jr., Henry, The Internet is changin the Public International legal System,

<http://www.kentlaw.edu/cyberlaw/perrittnetchg.html>.

Álvarez, C. A. (2011). En *Metodologia de la investigacion Cuantitativa y cualitativa*.

Hernández, Fernández y Baptista. (2010). Obtenido de <https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/analisis-de-resultados/>

Manosalva, E. K. (s.f.). Obtenido de <https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/analisis-de-resultados/>

Martínez, A. (14 de 06 de 2023). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/analisis/>

Soriano, R. R. (2010). Guia para Realizar Investigaciones Sociales. En R. R. Soriano.