

INTERNET Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN COSTA RICA Y LA IMPORTANCIA DE UNA REGULACIÓN ADECUADA

*Susan Chen Mok**

Recepción: 2 de marzo de 2007 • Aprobación: 4 de mayo de 2007

RESUMEN

El trabajo ofrece un panorama general del desarrollo de la Internet y el comercio electrónico en Costa Rica así como la importancia de establecer un marco jurídico para este tipo de transacciones comerciales desde la perspectiva de los usuarios que participan en ella: los consumidores, los proveedores y el Estado.

Palabras claves: comercio electrónico, regulación, delito informático, Costa Rica.

ABSTRACT

This paper provides a general overview of the development of the internet and electronic commerce in Costa Rica. It also states the importance of establishing a legal framework for this type of commercial transaction from the perspective of the parties involved: consumers, suppliers and the Government.

Key Words: electronic commerce, regulation, cyber crime, Costa Rica.

* Profesora en la Sede del Pacífico de la Universidad de Costa Rica. (schen64@gmail.com / susan.chen@ucr.ac.cr)

Introducción

El comercio electrónico es una nueva modalidad de realizar negocios a nivel mundial que puede transformarse en la modalidad más utilizada de hacer comercio.

El desarrollo de este tipo de comercio en el país es incipiente y el desarrollo de regulaciones explícitas, para transacciones comerciales de tipo electrónico que permitan la protección de las partes involucradas en ellas, apenas está en sus inicios. En los últimos años se ha incrementado el número de empresas costarricenses que ofrecen la posibilidad de la compra y venta a través de Internet. Por otro lado, también se ha registrado un aumento de usuarios costarricenses que han utilizado la Internet para realizar alguna actividad comercial.

El presente artículo presenta el desarrollo que ha tenido Internet y el comercio electrónico en el país, así como la importancia de normar este tipo de transacciones comerciales.

El concepto de comercio electrónico

Se puede definir el comercio electrónico, en un sentido amplio, como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet. Una definición más completa, indica que el comercio electrónico incluye todas las actividades que se realizan antes, durante y después de una venta. Estas actividades incluyen: publicidad, búsqueda de información, negociación entre comprador y vendedor, formalización del contrato, atención del cliente antes y después de la venta, atención de reclamos, etc.

No necesariamente todas estas actividades tienen que estar presentes en

todos los escenarios de comercio electrónico. El caso más simple es realizar solo la publicidad por Internet, y el caso más completo es donde todos los pasos anteriores se hacen de forma electrónica, incluyendo el pago.

En el comercio electrónico participan como actores principales las empresas, los consumidores y el Estado. Así se distinguen normalmente tres tipos básicos de comercio electrónico:

- entre empresas o B2B (*business to business*)
- entre empresa y consumidor o B2C (*business to consumers*)
- entre empresa y administración o B2A (*business to administrations*)

Las empresas participan en el comercio electrónico realizando transacciones con otras empresas, ya sea como compradoras o vendedoras de bienes y servicios, incluyendo servicios como los de tipo financiero, de certificación de claves, de soporte al mismo comercio electrónico, etc.

Por otro lado, los Estado o las administraciones públicas, además de poder actuar como agentes reguladores y promotores del comercio electrónico, también son usuarias del mismo. Pueden realizar contrataciones públicas, o recibir solicitudes de servicios públicos a través de este medio.

En el caso de los consumidores, estos pueden realizar transacciones electrónicas comerciales entre ellos mismos, con una empresa o proveedor de servicios, y con el mismo Estado.

El desarrollo del comercio electrónico no es posible si no existe la plataforma tecnológica para ello, principalmente la de Internet, por lo anterior se presenta

en seguida el concepto de Internet y el desarrollo que ha tenido en Costa Rica.

El concepto de Internet

La Internet nace como una necesidad del Departamento de Defensa de los Estados Unidos de desarrollar tecnologías de comunicación para la fuerza armada. Las investigaciones en este campo llevó a crear la primer red de computadoras que se llamó ARPAnet (Advanced Research Projects Agency) del Pentágono, que conectaba 4 computadoras inicialmente de 4 Universidades en 1969. En 1972 había un total de 40 computadoras en la red.

La investigación continúa en el campo desarrollándose protocolos de comunicación que pudieran establecer comunicación entre computadoras de diferentes tipos. En 1982 se implementó el Transmission Control Protocol - Internet Protocol (TCP-IP), que permitió este tipo de comunicación, a partir del cual se empezó a utilizar la palabra Internet.

El protocolo TCP/IP es un sistema de comunicación muy sólido y robusto bajo el cual se integran todas las redes que conforman Internet; durante su desarrollo se incrementó notablemente el número de redes locales de agencias gubernamentales y de universidades que participaban en el proyecto, dando de esta manera, origen a la red de redes más grande del mundo.

Se hicieron desarrollos en la velocidad de transferencia de información, software y recursos para la búsqueda de información, así como la creación del World Wide Web. La World Wide Web creció rápidamente de tal manera que a mediados de 1993 solo había 100 sitios World Wide Web, y en Enero del 1996, ya existían 90.000. Todo este crecimiento ha

sido propiciado por los fines comerciales que persiguen la mayoría de las empresas que lo forman, de esta manera entramos a la nueva era comercial de Internet.

Internet como ahora lo conocemos encierra una idea técnica clave, la de arquitectura abierta de trabajo en red, así como múltiples redes independientes, de diseño casi arbitrario. En una red de arquitectura abierta, las redes individuales pueden ser diseñadas y desarrolladas separadamente, donde cada una puede tener su propia y única interfaz. Cada red puede ser diseñada de acuerdo con su entorno específico y los requerimientos de los usuarios, no existen restricciones en los tipos de red que pueden ser incorporadas ni tampoco en su ámbito geográfico.

Así surgió y se fue desarrollando esta gran revolución llamada Internet.

Desarrollo de la Internet en Costa Rica

Se puede decir que el servicio de Internet a nivel comercial en Costa Rica se inauguró en 1994 por medio de Radiográfica Costarricense S.A. (RACSA), que permitió expandir las posibilidades tecnológicas y de información entre empresas, facilitar el acceso y permitir el intercambio rápido de información actualizada.

De acuerdo con RACSA-2 (2006), desde su inicio, el crecimiento del servicio de Internet en Costa Rica ha experimentado un crecimiento constante de más del 10% anual.

Dentro de las fortalezas más relevantes de Internet están su cobertura mundial y su capacidad de permitir la interacción global entre diferentes computadoras a través de un lenguaje común. Esto permite al interesado establecer

contacto con diferentes personas a nivel mundial, facilitando a los proveedores de información o de servicios alcanzar una inmediata penetración de mercado hacia clientes potenciales y un acceso dinámico y económico a millones de servidores de

información gráficos en todo el mundo. Todo ello de forma dinámica y económica.

Según estudios realizados por la empresa CID Gallup (2006), especialista en estudios de opinión y mencionado en RACSA-I (2006), encontramos los siguientes datos:

	2003	2005
Acceso a Internet	24% (1 millón de personas) 48% de los hogares (unas 450.000 familias) al menos un miembro accede con cierta frecuencia Internet desde su hogar, trabajo, centro de estudios o desde los <i>cafés-Internet</i> . 600 mil personas tienen facilidades desde donde trabajan o estudian	Aproximadamente 1.370.000 personas tienen acceso a Internet desde su hogar, el trabajo o centro de estudios. 1.070.000 tienen facilidades desde donde trabajan o estudian
Hogares con computadoras	25% (de estos 38% son del área Metropolitana y 54% fuera de él).	34%, el 50% de éstos tenían acceso a Internet.
Uso de café-Internet	300.000 personas 500 establecimientos	650.000 personas 700 establecimientos

Adicionalmente, cada mes se dan, en promedio, unos 50.000 accesos por medio de los servicios de RACSA, que no requieren contrato previo (900 En Línea y tarjetas prepagadas). Unas 300.000 mil personas navegan cada día por Internet en el país, circulando unos 3 millones de correos diarios.

En el país cerca de un millón de personas cuentan con dirección de correo electrónico (RACSA también administra el servicio de correo gratuito Costarricense. CR, que cuenta hoy con más de 350.000 usuarios), siendo el intercambio de comunicación y la obtención de información para los estudios los usos más utilizados

del servicio Internet en Costa Rica, pero ha venido creciendo en forma sostenida e importante también el uso de Internet para realizar compras y transacciones en línea.

En conclusión, es posible afirmar que cerca de un millón de personas acceden con cierta frecuencia a la red Internet en Costa Rica, y cerca de 2 millones tienen posibilidades reales de acceder.

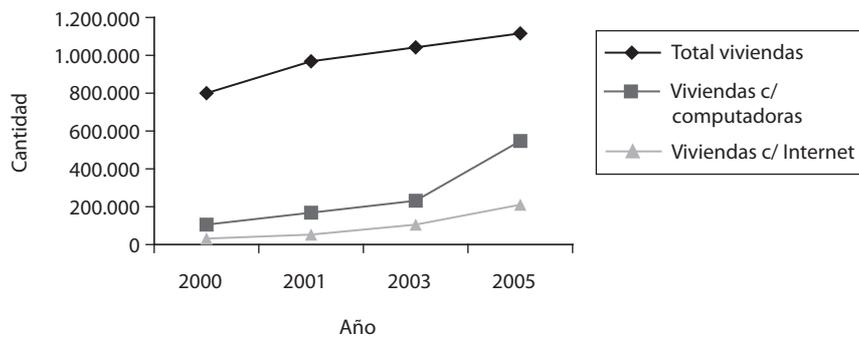
Por otro lado, encontramos datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en los cuales puede verse el crecimiento que ha tenido Costa Rica en materia de uso de computadoras e Internet en los hogares. Los siguientes cuadros y gráficos muestran estos datos.

Viviendas con computadoras y acceso de internet. 2000-2005. Costa Rica

	2000	2001	2003	2005
Total de viviendas	804.251	967.060	1.040.612	1.114.210
Viviendas con computadoras	102.334	168.050	229.166	551.362
Viviendas con Internet	28.766	51.710	104.139	213.133

Fuente: elaboración propia con datos de INEC (2000-2005).

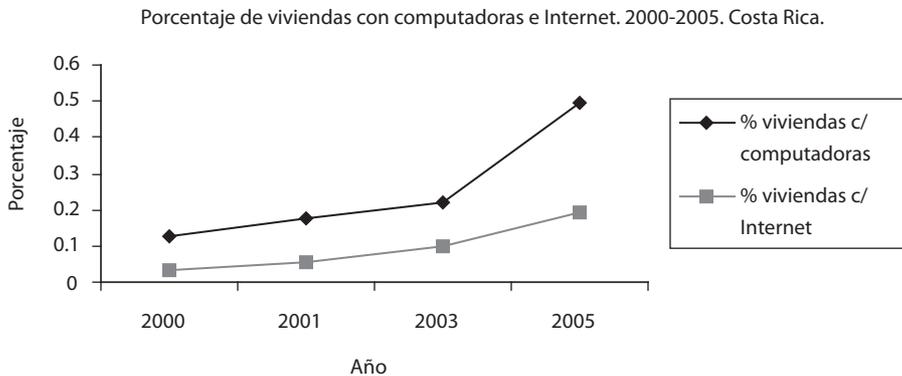
Viviendas con computadoras e Internet. 2000-2005. Costa Rica



Fuente: elaboración propia con datos de INEC (2000-2005).

Se observa de los cuadros anteriores, que del año 2000 al 2003 hubo un crecimiento bastante constante, del número de computadoras en las viviendas, pero del 2003 al 2005, se observa un incremento de más del doble que los años anteriores, no así el de Internet, que aunque se refleja siempre un crecimiento, no es proporcional con el aumento

de computadoras. Lo que significa que los hogares han realizado esfuerzos para dotarse de computadoras primero, y luego que también existe un esfuerzo para dotarse de Internet. Aún así, todavía hay una proporción grande de viviendas que poseen computadoras pero sin Internet, como puede verse en el cuadro siguiente.



Fuente: elaboración propia con datos de INEC 2000-2005.

Estos datos ubican a Costa Rica entre los primeros países del mundo, en relación con el número de habitantes, con acceso a Internet.

Un informe, del 20 noviembre del 2003, preparado por la Secretaría General de la Conferencia sobre Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas (UNCTAD, 2003), sobre el comercio electrónico y el desarrollo, indica que Costa Rica se encuentra en el lugar #49 a nivel mundial en cuanto al Índice de Preparación de la Red (NRI - *Network Readiness Index*), definido como el grado de preparación de una nación para participar y beneficiarse del desarrollo de las tecnologías de información y comunicación.

Otro informe del mes de octubre 2004 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, ubica a Costa Rica en un puesto privilegiado de las naciones en el mundo mejor equipados con Internet y otras tecnologías de la información, pues coloca al país en el puesto #58, la cuarta mejor de América Latina, sólo superado por Chile (43), Uruguay (51) y Argentina (54). La situación de otros países de la región es la siguiente: México está de #64, Brasil de #65, Panamá #72, Venezuela #73, Colombia #79, Perú #83 y Ecuador

#96. Los 10 países mejor ubicados son, en su orden, Suecia, Dinamarca, Islandia, Corea del Sur, Noruega, Holanda, Hong Kong, Finlandia, Taiwán y Canadá¹. En el siguiente cuadro se muestra la posición de Costa Rica en el *ranking* mundial.

Países mejor equipados con Internet y tecnologías de la Comunicación 2003

Suecia	1
Dinamarca	2
Islandia	3
Corea del Sur	4
Noruega	5
Holanda	6
Hong Kong	7
Finlandia	8
Taiwán	9
Canadá	10
Chile	42
Costa Rica	58
México	64
Brasil	65

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, 2004)

1. Mayor información puede encontrarse en (ITU Telecom Asia, 2004).

Como parte del plan para disminuir la brecha digital, el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICIT), junto con entes estatales (Bancos Estatales, Intituto Costarricense de Electricidad (ICE), Radiográfica Costarricense Sociedad Anónima (RACSA)) y empresas privadas (DHL, INTEL, DELL, LANIX, Microsoft), inauguraron en el mes de junio de 2004, un programa con el fin de dotar de computadoras, programas e Internet en condiciones accesibles y muy favorables, de forma que todos los costarricenses puedan beneficiarse de las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs).

Parte del plan es que los bancos estatales den crédito a personas con salarios inferiores a ₡95,000.00, para la compra de computadoras, con intereses del 20% anual a 60 meses plazo.

Con esto se prevé la venta e instalación a precios accesibles de al menos 100.000 computadoras, a fin de extender el uso de Internet en el país.

Se esperaba que al cabo de 18 meses aumentara el parque tecnológico en un 33 por ciento, calculado actualmente en 300 mil computadoras.

De acuerdo con Alejandro Urbina, el impacto social de la Internet ha sido bajo porque se requiere disponibilidad de conexión dedicada de banda ancha, las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana, él afirma que:

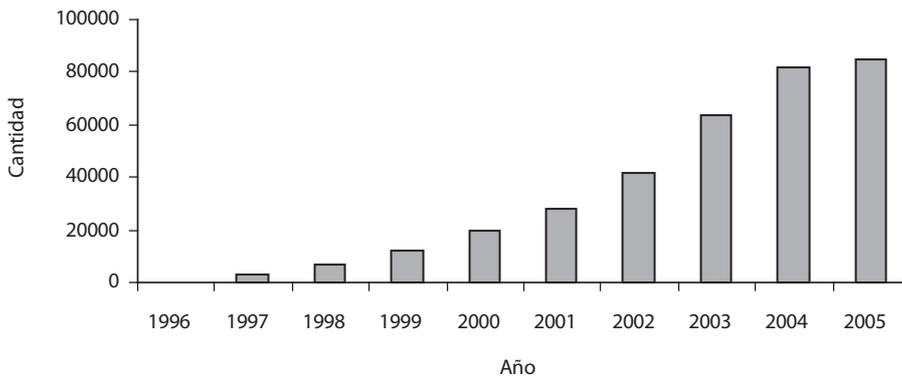
“En Costa Rica el impacto ha sido menor por el mediocre acceso a Internet con que cuenta el país. El acceso residencial a Internet de banda ancha está limitado al que brindan las televisoras por cable. La solución –la Red de Internet Avanzada– propuesta hace más de dos años por el padre nacional de Internet, Guy de Téramond, sigue empantanada (intencionalmente o no) en la burocracia del ICE.” (Urbina, 2004, p. 1)

También indica que es necesario que el Gobierno elimine los obstáculos para la difusión de la conexión de banda ancha.

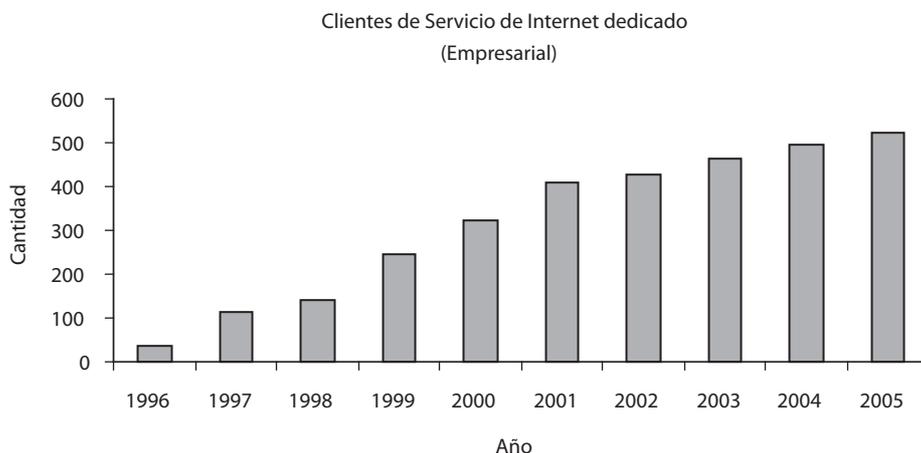
El viernes 9 de julio del 2004, el periódico *La Nación*, Oviedo informó que RACSA mejoró la capacidad de Internet, incrementando la capacidad del país para conectarse en un 33%, a través de uno de los dos cables submarinos que comunican al país con el resto del mundo.

En los siguientes gráficos se muestra el crecimiento que ha tenido el servicio de Internet conmutado y dedicado, tanto residencial como empresarial.

Clientes de Servicio de Internet conmutado (Residencial)



(Fuente: elaboración propia con datos de RACSA, 2006)



(Fuente: elaboración propia con datos de RACSA, 2006)

En una noticia de La Nación del 20 de julio del 2006 (Oviedo, 2006), se informa que las tarifas de Internet bajaron de precio, ofreciéndose desde \$16 para velocidades de 128/64 hasta \$169 para velocidades de 4.096/768, las tarifas disminuyeron y se aumentó las velocidades al doble.

En Leitón (2006) se informa que existen varios proyectos en marcha en el país con el fin de extender el acceso a Internet a la población de menores ingresos. Entre ellos se mencionan que:

1. El Ministerio de Ciencia y Tecnología pretende implementar en los próximos 4 años al menos 352 “centros comunales inteligentes”, estos centros tendrán 6 computadoras cada uno de “buena calidad”, y ofrecerán cursos gratuitos cada dos meses. El 25 de julio de 2006 se inauguró el primer centro en Nicoya.
2. El ICE, la Compañía de Fuerza y Luz (CNFL) y la Junta Administrativa de Servicios Eléctricos de Cartago (Jasec) realizan proyectos para ofrecer Internet por la vía eléctrica.

3. En la Asamblea Legislativa se discute un préstamo para el Proyecto de Ley Programa de ciencia y tecnología para la competitividad, el préstamo pretende dedicar \$28 millones para investigación y formar recursos humanos en pequeñas y medianas empresas, incluido Internet.
4. La Fundación Omar Dengo, las universidades y las empresas también tienen proyectos para aumentar el acceso.

Todo lo anterior muestra los esfuerzos que el país está realizando para disminuir la brecha digital y hacer la Internet accesible a todos, disminuyendo los costos con el fin de que una mayor población costarricense pueda acceder a este servicio y además aumentar las velocidades. Por otro lado, el Estado realiza esfuerzos para dotar de computadoras y acceso a Internet en el Sistema de Educación primaria y secundaria, además de aquellos para incorporar en su propia Administración Pública esta tecnología.

El comercio electrónico en Costa Rica

El desarrollo de Internet es importante porque es la plataforma para una gran cantidad de servicios y relaciones de comunicación, entre ellos, el comercio electrónico. No es posible el desarrollo del comercio electrónico sin la plataforma básica del servicio de Internet.

El desarrollo del comercio electrónico en Costa Rica es incipiente; son pocas las empresas costarricenses que se han aventurado a utilizar el medio electrónico para sus transacciones comerciales. A pesar de ello, ya muchos usuarios costarricenses han utilizado la Internet para realizar alguna actividad comercial, por medio de páginas de empresas ubicadas en otras partes del mundo.

Las empresas consideradas en el estudio de González, Martínez y Sojo (2000), ofrecen gran variedad de líneas de artículos y servicios por medio de comercio electrónico, entre las que se pueden mencionar: ferretería, maquinaria y herramientas, abarrotes, repostería, noticias, floristería, café, teléfonos, artesanías, lavandería, alquiler de videos, hoteles, servicios asociados al turismo y servicios bancarios.

De acuerdo con el estudio de González, Martínez y Sojo (2000), en el año 2000 aproximadamente 300 empresas tenían presencia en la red con una página en Internet, pero que muy pocas realmente la estaban utilizando para aumentar sus ventas o reducir sus costos. Sólo aproximadamente 20 empresas sí estaban realizando comercio electrónico y sólo el 14% de los *internautas* costarricenses realizaban compras por Internet. Estas pocas empresas que han incursionado en ventas en línea por Internet notan que el aumento de su clientela es bajo.

Estos investigadores desarrollaron propuestas de estrategias de mercadeo para impulsar el uso de Internet y fomentar la cultura de consumo, con el fin de impulsar el comercio electrónico en el país. Para ellos:

“El Comercio Electrónico es bastante nuevo para el sector empresarial en Costa Rica. El volumen de ventas por medio de Internet no ha generado utilidades para las empresas que lo están implementando en el mercado costarricense.” (González, Martínez y Sojo, 2000, p.111).

Estos investigadores concluyeron que los elementos más importantes que limitan el desarrollo del comercio electrónico de Costa Rica están: el tamaño del mercado es pequeño, son pocas las personas con acceso a Internet con poder de compra, la oferta costarricense en Internet es reducida e inseguridad en los medios de pago.

También encontramos en Salas y Fernández (2003) que el comercio electrónico en Costa Rica está apenas en pañales:

“Los costarricense que realizan compras por Internet adquieren principalmente libros y discos desde Amazon.com y CDNow.com. El nivel de ventas de los sitios costarricenses aún se considera bajo por los propios empresarios del comercio electrónico. Salvo de algunos sitios orientados a segmentos ubicados en el exterior, como el de Café Britt.” (Salas, 2003, p.195).

Por otro lado, Salas y Fernández (2003) indican las características de las compras por Internet que realizan los costarricenses; entre lo que se destaca:

“- Que la mayoría de los artículos que adquieren son software, hardware, música, libros y revistas. Esto se debe principalmente a las facilidades de envíos de estos productos, ya que son

adquiridos en su mayoría en sitios de Estados Unidos.

- El acceso a Internet se ha duplicado en los últimos años y la tendencia muestra que se puede esperar el mismo crecimiento anualmente.
- Las personas que acceden la red de Internet en Costa Rica pertenecen a un nivel socioeconómico medio alto y alto, con estudios universitarios y con edades entre 18 a 40 años.” (Salas y Fernández, 2003, p.195).

A pesar del desarrollo que ha tenido Internet en Costa Rica en los últimos años, todavía la mayoría de los costarricenses no la utilizan para comprar. Al respecto, Alvarado y Leitón (2003) indican que el desconocimiento del funcionamiento del sistema, las dificultades de acceso a Internet y el temor a utilizar las tarjetas de crédito para comprar son problemas que afectan el comercio electrónico.

La siguiente es una lista no exhaustiva de las empresas que realizan transacciones comerciales electrónicas:

- Ticonet
- Spoon
- Lachner & Sáenz
- Capris S. A.
- Banco de Costa Rica
- Banco Nacional de Costa Rica
- Banex
- Banco FINADESA
- Café Britt
- CRPAGE
- Teleférico del Bosque Lluvioso
- Lalibrería.com
- Crautos
- Grupo Taca
- Virtual Plaza
- Tienda Virtual Jiménez & Tanzi de Costa Rica

En la página de Ticopage.com, se encuentra la lista (actualizada al 30 mayo del 2004) de algunos de los 50 sitios más populares de Costa Rica en Internet, según un sondeo efectuado por *La Nación*, basado en el *ranking* de Alexa.com (compañía subsidiaria de Amazon.com), es la siguiente:

Sitio web	Dirección en Internet	Lugar en el ranking
Nación.com	www.nacion.com	8.349
Navégalo.com	www.navegalo.com	12.741
Tía Zelmira.com	www.tiazelmira.com	18.218
Costarricense.cr	www.costarricense.cr	20.895
Racsa	www.racsa.co.cr	20.991
Diario Extra	www.diarioextra.com	29.515
REPRETEL	www.repretel.com	38.324
Banco Nacional	www.bnrcr.fi.cr	38.869
Registro Nacional	www.registronacional.go.cr	39.499
Teletica Canal7	www.teletica.com	40.327
Unafut	www.unafut.com	46.935
Periódico Al Día	www.aldia.co.cr	47.392
Universidad Nacional	www.una.ac.cr	50.971
Neopostal	www.neopostal.com	53.675

continúa...

Continuación...

Sitio web	Dirección en Internet	Lugar en el ranking
Interligas.com	www.interligas.com	54.078
Costa Rica.com	www.costarica.com	55.200
Ticopage.com	www.ticopage.com	56.113
Mundo Motorizado	www.mundomotorizado.com	58.215
CR Autos	www.crautos.com	58.406
Universidad de Costa Rica	www.ucr.ac.cr	60.843
Terra Costa Rica	www.terra.co.cr	61.418
Banco de Costa Rica	www.bancobcr.com	63.941
A. M. Costa Rica	www.amcostarica.com	66.867
La Prensa Libre	www.prensalibre.co.cr	70.082
Costa Rica's Travel Net	www.centralamerica.com	70.261
Grupo ICE	www.grupoice.com	75.008
Merca Hosting	www.mercahosting.com	78.263
Amnet (TV por cable)	www.amnet.co.cr	78.869
Aliter Corporation	www.alitercorp.com	82.806
Visit Costa Rica	www.visitcostarica.com	83.769
Banco Central de Costa Rica	www.bccr.fi.cr	88.619
Cable Virtual	www.cablevirtual.com	91.657
Conexión Vip.com	www.conexionvip.com	92.702
SuperPages CR	www.superpagescr.com	96.695
Alexandre Guimaraes	www.aguima.com	98.917
Economicos.com (Grupo Nación)	www.economicos.com	103.191
Radio Dos	www.radiodos.com	107.316
Empleos.Net	www.empleos.net	110.176
Solo nosotras.com	www.solonosotras.com	114.182
Radio Monumental	www.monumental.co.cr	120.376
Periódico Tico Times	www.ticotimes.net	128.759
Poder Judicial	www.poder-judicial.go.cr	131.478
Galadia.com	www.galadia.com	134.091
Costa Rica In Focus	www.zurqui.co.cr	139.989
Costa Rica Online Travel	www.costaricaonlinetravel.com	142.800
La República	www.larepublica.net	145.485
Novaq	www.novaq.com	146.690
Instituto Tecnológico	www.itcr.ac.cr	150.001
Everardo Herrera.com	www.everardoherrera.com	150.668
Radio Columbia	www.columbia.co.cr	150.812
Imprevia.com	www.imprevia.com	152.951

(Fuente: Ticopage.com, 2004)

Radiográfica Costarricense S.A. (RACSA) publica anualmente una Guía de *Servicios de infocomunicaciones*, en la que presenta un directorio con las direcciones y los correos electrónicos de todas las empresas que ha abierto algún sitio Web para comerciar sus productos o servicios. Esta guía se puede adquirir, de forma gratuita, cualquier costarricense en las oficinas de RACSA en San José y de esta forma poder acceder a las diversas empresas virtuales de este país.

En el estudio de González, Martínez y Sojo (2000), se realizaron entrevistas a 22 personas, representantes de empresas costarricenses relacionadas con el comercio electrónico. Como los principales problemas enfrentados al incursionar en este campo en Costa Rica, los entrevistados indicaron:

- “- Alta inversión inicial en tecnologías de información para lograr que el sitio sea eficaz y eficiente.
- Lograr que el sitio sea conocido, por lo tanto han tenido que realizar una fuerte inversión en la estrategia de comunicación.
- Lograr que el sitio sea visitado por clientes potenciales.
- Lograr que el visitante no sólo navegue en el sitio, sino que complete una compra y que quien realice una compra vuelva al sitio y recompre en éste.
- Lograr efectividad en la logística de entrega. Atender en forma oportuna por medio del sitio, a un número creciente de clientes.
- Cambio de cultura, alcance mundial con una estrategia local.
- Utilizar una forma de pago que transmita seguridad al consumidor y no comprometa la liquidez de la empresa.

- Desconfianza y temor del consumidor ante la nueva forma de adquisición de productos y servicios.
- El costo y tiempo que representa para los consumidores conectarse a Internet para realizar sus compras.
- La tecnología imperante en el país y el monopolio en las telecomunicaciones.
- No disponer del pago en línea, al utilizar el cliente tarjetas de crédito.
- Capacidad de reacción ante volúmenes altos de demanda.
- Ser pioneros en el país, ya que la experiencia costarricense en comercio electrónico es incipiente, por lo tanto se carece de la suficiente retroalimentación.
- Las empresas que son 100% virtuales no tienen imagen de marca en el mercado, por lo que el consumidor es más desconfiado al realizar sus compras en estos sitios.
- Segmentos de consumidores con características atractivas que pudieran ser explotadas por medio del comercio electrónico (por ejemplo, personas mayores, pensionados, amas de casa), tienen todavía mucho temor de utilizar Internet.
- Empresas en Costa Rica que desarrollan sitios y portales, que ofrecen productos y servicios, que luego no entregan a las empresas, por lo que éstas se sienten defraudadas, al no ofrecer a sus clientes las facilidades que esperaban, con la consiguiente pérdida de la inversión realizada.
- Falta de legislación de comercio electrónico.”(González, Martínez y Sojo, 2000, p.43)

En ese mismo estudio, los entrevistados consideraron también que al consumidor final se le presentan ciertos

problemas al momento de decidirse a realizar una compra por Internet, tales como:

- “- Necesidad de ver, oler, tocar y disponer inmediatamente del producto adquirido.
- Poca cultura de compra en Internet en el mercado costarricense, el cliente prefiere seguir utilizando los medios tradicionales que estas empresas le han ofrecido para realizar sus compras.
- Desconfianza de brindar datos confidenciales por Internet.
- Dificultad para encontrar en Internet los sitios o productos de su interés, si no conoce de antemano la dirección.
- Desconfianza a la hora de pagar por adelantado.
- Inseguridad del cliente al utilizar sus tarjetas de crédito para el pago de los productos adquiridos.
- Es muy importante para el cliente que los sitios sean claros y fáciles de usar, que le permitan realizar en forma ágil las compras, ya que el tiempo de conexión tiene un costo.
- Poca oferta de productos de empresas ubicadas en el país, que le permitan reducir el tiempo y el costo en su compra.
- Desconfianza en el sistema de correo costarricense.
- Desconocimiento del cliente de los beneficios que le ofrece el comercio electrónico. Por ejemplo ahorro de tiempo, comodidad, precio, seguridad y más información, al comprar sin tener que salir de su hogar u oficina.” (González y otros, 2000, p. 45).

A pesar de los problemas anteriores, el estudio de Guerrero y Montero (2001),

basado en un estudio de la compañía publicitaria Nazca Saatchi y Saatchi del año 2000, indica que:

“..se estima que por lo menos un millón de dólares fue el monto de las transacciones por concepto de comercio electrónico realizadas en Costa Rica. Por su parte la empresa Aerocasillas, calcula que en Costa Rica se traslada una tonelada diaria por compras realizadas en Internet.” (Guerrero y Montero, 2001, p. 212).

En ese mismo estudio y basados en un sondeo realizado por la Nación (publicado el 25 de junio del 2001) a nacionales que utilizan la Internet para realizar compras, se señalan las siguientes razones por la que los ticos prefieren comprar fuera del país:

“-Porque los sitios del país no ofrecen lo que se requiere.

-Los sitios locales no ofrecen lo que buscan los costarricenses.

-Porque sale mejor comprar afuera.

-No compran en Costa Rica por el precio y la falta de información” (Guerrero y Montero, 2001, p. 215).

En otra noticia publicada por La Prensa Libre del 2 de marzo de 2006, se indica:

“Costa Rica registró en 2005 un crecimiento del 32%, respecto al año anterior en cuanto a volumen de ventas de compras por Internet procesadas con productos de marca VISA; alcanzando los 43 millones de dólares.” (Acuña, 2006, p.8)

A pesar de que los beneficios de las compras virtuales realizadas por los costarricenses no sean para las empresas locales, se puede apreciar que el costarricense está perdiendo el temor de adquirir mediante esta forma de transacción comercial, aspecto que puede considerarse beneficioso para las empresas locales

que tienen como meta el incursionar en el comercio electrónico.

Importancia de una regulación adecuada para el desarrollo del comercio electrónico

A pesar del desarrollo que ha venido teniendo el comercio electrónico a nivel mundial, su desarrollo en Costa Rica no despejará hasta que exista el marco regulador para este tipo de transacciones, principalmente porque los usuarios no se sentirán a gusto en un medio que no les da confianza.

La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (UNCITRAL iniciales en inglés, o CNUDMI iniciales en español), ha realizado un esfuerzo importante, pues emitió la Ley Modelo para la Regulación del Comercio Electrónico junto con una guía para su aplicación en el derecho interno, con el fin de que los países lo apliquen a su legislación nacional.

Esta ley modelo establece cómo los documentos electrónicos tienen el mismo efecto jurídico que los documentos físicos. En el caso de Colombia, se promulgó la Ley 527 de 1999, por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.

En este mismo sentido, otros países latinoamericanos como Argentina, Perú, Panamá, México, Ecuador, y Chile ya tienen promulgadas leyes relacionadas con el comercio electrónico, específicamente la regulación de las firmas digitales, como en el caso de Colombia.

Las empresas costarricenses y en general la población costarricense apenas están iniciando las experiencias en

este campo. Sin embargo, aunque el paso sea más lento, se vislumbra en definitiva el desarrollo en Costa Rica.

Es necesario para ello, y tomando en cuenta la experiencia de otros países, iniciar el establecimiento de una regulación que permita que el desarrollo de este tipo de transacciones comerciales sea ordenado. Se debe iniciar el análisis del comercio electrónico desde la perspectiva de las condiciones del país en materia jurídica para asumir adecuadamente el desarrollo del comercio electrónico. Este análisis debe realizarse referido a sus leyes, la oportunidad de competencia y nuevos mercados, las posibilidades de inversión, el papel estratégico para el desarrollo de la economía.

En el caso de Costa Rica se promulgó la Ley 8454 de Certificados, Firmas Digitales y documentos electrónicos en agosto del 2005. Esta ley reforzará el desarrollo del comercio electrónico costarricense, además de respaldar mediante un marco legal, la mayoría de los trámites en las instituciones agilizando los procesos internos y externos. Y recientemente, en marzo del 2006, se publicó su Reglamento.

De acuerdo con Hess (2006), el nuevo Gobierno costarricense² tiene un reto en el campo tecnológico, el cual es potenciar el uso de tecnología de punta en toda clase de transacciones públicas y privadas, y específicamente, indica que será necesario trabajar fuertemente en dos campos: gobierno digital y comercio electrónico.

2. El artículo periodístico se publica el día 2 de abril 2006, se realizaron elecciones presidenciales el día 5 de febrero de 2006. El nuevo Gobierno costarricense toma posesión el día 8 de mayo de 2006.

En cuanto al comercio electrónico, indica Hess:

“convendría explorar vías legales que remuevan barreras existentes a su expansión, así como mecanismos de fomento que lo incentiven.” (Hess, 2006, p.36 A).

Indica que los factores críticos de éxito para el crecimiento del comercio electrónico son especialmente los de la seguridad y la privacidad de la información tanto personal como transaccional de los consumidores. Además de otros como los referentes a la publicidad comercial electrónica no solicitada que crece impunemente en Costa Rica.

En Costa Rica, quizás podría acudirse a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del Consumidor (art. 42. puesto que obliga al Estado a ejercer una tutela y vigilancia continua de las operaciones de comercio que afecten al consumidor, lo cual incluiría al comercio electrónico), sin embargo ésta solo se extiende a las empresas con operaciones en Costa Rica, las cuales son pocas; además dicha Ley solo contempla un aspecto del problema: los derechos del consumidor, dejando por fuera otros aspectos de gran relevancia, como la materia fiscal, sanitaria, aduanera entre otras.

¿Por qué es necesario regular el comercio electrónico? En los siguientes párrafos se tratará de justificar la necesidad de que exista un marco jurídico para la regulación del comercio electrónico en el país desde tres puntos de vista, de acuerdo con los principales actores que participan en estas transacciones. Solo se considerará el comercio electrónico desde el punto de vista de la relación comercial con los usuarios. No se considerará otros aspectos que son importante como: aduanas, tributación, propiedad intelectual, etc.

Los principales actores que se presentan en una transacción comercial electrónica son: el consumidor, el proveedor y el Estado. Y cualquiera de estos tres actores, pueden también en cualquier momento asumir cualquiera de los otros dos roles, es decir, el proveedor puede ser en otra transacción comercial un consumidor, pues también requiere comprar; el Estado puede ser usuaria, pues también como Estado compra; el usuario puede ser también proveedor, porque puede dar servicios o vender. Por lo tanto, estos tres actores no están limitados, sino que pueden asumir en cualquier momento la posición de consumidor o proveedor.

Importancia de una regulación para el consumidor

En el caso del consumidor, en una transacción comercial electrónica, necesita principalmente:

- Conocer a quién está comprando.
- Tener la certeza de que la información que suministra no será divulgada sin su autorización.
- Reclamar cuando no está satisfecho del servicio o bien que compró o pagó.
- Que las transacciones para el pago del servicio o bien sean seguras.
- No ser objeto de estafa o fraude.

Las anteriores necesidades no incluyen otros tipos de derechos del consumidor, como lo es la privacidad en el ambiente de Internet, el derecho a sólo recibir la información que pide, y no que le llegue información sin ser solicitada, mucha de la cual es publicidad no deseada.

Conocer a quién está comprando, puede ser resuelto exigiendo que en la página de Internet esté los datos mínimos

de la Empresa. Pero cómo se da seguridad al consumidor de que la Empresa es verdadera y es posible ubicarla en caso de reclamos es un asunto que debe resguardarse. ¿Quién asegura que lo mostrado en la página es verdadero? ¿Cómo se garantiza el consumidor de que la información suministrada no será divulgada?

Por otro lado, se tiene el problema de la protección de los datos personales que el consumidor entrega al proveedor cuando ingresa a la página comercial de éste. Generalmente, para la realización de la transacción comercial, lo primero que se pide al consumidor es que provea de información personal básica (nombre, dirección, correo electrónico, etc.). ¿Cómo se asegura el consumidor que sus datos no serán usados para otros fines sin su consentimiento?

En todos estos casos, es deber del Estado garantizar al usuario sus derechos como consumidor. Sin embargo, en una transacción electrónica, otro problema se presenta, la empresa puede estar ubicada en otro país. Entonces, en estos casos, quién y cómo se debe garantizar el respeto a los derechos del consumidor. Tal vez, sea necesario estandarizar la normativa del comercio electrónico a todos los países, para que funcione de la manera más similar posible en todos ellos. Además de establecer un ente a nivel internacional en donde se ventilen los asuntos cuando se tratan de transacciones comerciales que cruzan fronteras.

Cómo se reclama cuando no se está satisfecho del servicio o del bien?, debe quedar claro para el consumidor, el procedimiento, el lugar, y a quién se debe reclamar. La resolución de controversias debería resolverse por ejemplo en el lugar de residencia del consumidor.

De acuerdo con Edgar Echegaray (2001), la legislación actual costarricense

no permite resolver satisfactoriamente los conflictos que se producen entre el consumidor y el comerciante en una relación contractual por medios electrónicos.

Importancia de una regulación para el proveedor

Por otro lado, se encuentra el proveedor del servicio o bien, para éstos lo que interesa es:

- Proteger los derechos de propiedad intelectual o industrial.
- Que el bien o servicio dado sea pagado por el consumidor.
- Protección contra la competencia desleal.

En Noticias Virtuales encontramos las siguientes quejas que se han presentado ante el Defensor del Pueblo:

“El Defensor del Pueblo, Enrique Múgica, refleja en su “Memoria Anual 2003” que es necesario “regular con precisión los derechos” de los usuarios de servicios de Internet ya que el año pasado recibió una gran cantidad de demandas contra los proveedores de servicios de Internet (ISP).” (Cortés, 2004, p.1).

“Muchos usuarios denunciaban páginas web con contenidos de pornografía infantil y foros que incitan a la anorexia. Por último Múgica también hace referencia en su informe a algunas quejas sobre cuestiones menos relevantes, como quejas de propietarios de establecimientos de turismo rural por las críticas realizadas por internautas en foros de opinión contra sus locales.” (Cortés, 2004, p.1).

En cuanto a la propiedad intelectual existe la Organización Mundial de Protección Intelectual (OMPI), que ha dictado una serie de normas, muchas de las cuales se han ido incorporando como leyes en la legislación costarricense. Habría que revisar aquí, si el medio

electrónico amplía las formas de delito en contra de la propiedad intelectual, no contempladas aún en la normativa existente.

El proveedor del bien o servicio requiere que le sea garantizado el pago, y para esto debe haber una regulación mínima para que el comprador no se retracte después de la compra, sólo por que simplemente no lo quiere, cuando ya se incurrió, por parte del proveedor, de una serie de gastos debido a la orden de compra. O más aún, ¿cómo se garantiza la empresa de que el consumidor es real y que la orden de compra no es falsa?

Esta situación presenta problemas cuando el pago por el bien o servicio se realiza después de que el bien o servicio es entregado, en transacciones comerciales que no son completamente electrónicas; es decir, el pago se realiza hasta después de que el consumidor haya recibido el bien o servicio. Como es el caso de compras en restaurantes, artículos físicos que se pagan contra entrega en la propia casa, etc.

Por otro lado, también interesa a los proveedores que se les proteja contra la competencia desleal por parte de otros empresarios inescrupulosos. Esta competencia desleal puede ser realizada por medio de publicidad engañosa creando confusión en el consumidor y provocando pérdidas a los comerciantes que sí trabajan bajo las normas éticas y jurídicas.

De acuerdo con Castañeda (2001), acerca de la situación en México:

“... varias organizaciones privadas se han dado a la tarea de trabajar en materia legal a fin de presentar iniciativas de leyes claras y específicas sobre este tema. Existe consenso por parte de estos grupos, quienes afirman que la falta de leyes inhibe el desarrollo y evolución de la red en materia de negocios.” (Castañeda, 2001, p. 2).

Diversas asociaciones de México coinciden en que:

“...el avance en material legal es prioritario para establecer la adecuación de normas legales que regulen y garanticen la seguridad en las transacciones comerciales.” (Castañeda, 2001, p.3).

Como puede verse, las empresas privadas en otros países han visto la importancia de que exista una regulación al comercio electrónico.

Y por último, ¿cómo puede la empresa garantizar la capacidad contractual del consumidor? Esto en los casos de que el consumidor sea un menor de edad o con alguna discapacidad que lo incapacite para realizar una transacción comercial. ¿Cómo puede asegurarse el vendedor que al otro lado está un consumidor con capacidad contractual? Esto es otro asunto que debe resolverse.

Importancia de una regulación para el Estado

El Estado como ente regulador de las actividades comerciales, también tiene razones para que el comercio electrónico se regule, esto debido principalmente, a que el comercio electrónico es comercio, y el ser electrónico simplemente es el medio en que se da.

Lo que complica más la situación es que la principal ventaja del comercio en red, es que es internacional, lo cual genera conflictos entre las legislaciones de diversos países.

La plataforma tecnológica ha hecho que el comercio se haya desarrollado de forma inimaginable, permitiendo en estos momentos transacciones comerciales a nivel mundial sin salir de la casa.

Hay que recordar que el comercio como actividad viene siendo regulada desde la edad media y el derecho

comercial ha ido evolucionando a través de los siglos (especialmente desde el siglo IX) para incorporar los cambios que en materia comercial se ha ido produciendo; un ejemplo de ello es la regulación sobre documentos comerciales y medios de pago tales como el cheque y la letra que fueron invenciones de esa época y que posteriormente tuvieron un marco normativo. La regla en materia comercial ha sido que primero se produce el hecho (en este caso el comercio electrónico como un fenómeno constatable de la realidad actual) y luego el derecho.

El Estado puede aprovechar este desarrollo del comercio para aumentar sus finanzas. Sin embargo, lo primordial es la protección de los derechos del consumidor, del proveedor, el cumplimiento de las normas establecidas para el comercio en general, y en este caso, también para el comercio internacional. Para esto debe existir una regulación adecuada y que no limite las posibilidades de expansión de esta modalidad de comercio.

El Estado es una parte interesada en la regulación del comercio electrónico debido a que tiene una serie de deberes de tutela, de control y fiscalización a los cuales no puede renunciar sin desnaturalizarse; por ejemplo, el control sobre la licitud de las transacciones y de los objetos negociados viene dado por el derecho penal y otras ramas del derecho, obligando al Estado a intervenir en aquellos casos en que el fin público o el ordenamiento se han visto lesionados. Por ejemplo, si se diera un comercio electrónico de drogas prohibidas, se estaría produciendo una actividad delictiva en la que el Ministerio Público, como representante y parte del Estado, debe intervenir; en caso de que no existe una legislación que atienda de manera específica ese tipo de ilícitos

cometidos a través de Internet, se estaría produciendo un daño a la sociedad, y el Estado estaría dejando de cumplir con sus cometidos.

En el caso de las normas y procedimientos tributarios, el comercio electrónico trae sus problemas, Davara (2004) indica lo siguiente:

“El creciente desarrollo del comercio electrónico requiere de una respuesta por parte del ordenamiento jurídico en cuanto a la tributación del mismo, debiendo estar presentes en el sistema impositivo una serie de principios de manera que el mismo no resulte injusto, en el sentido de que suponga una discriminación respecto del sistema aplicable al comercio tradicional.

Entre los diferentes principios que resultan predicables del sistema tributario que debe regular el comercio electrónico, debe tenerse presente en cualquier caso el principio de neutralidad, lo que significa que la realización de transacciones electrónicas no se vea sometida a una tributación que resultaría injusta en relación con las normas aplicables a las transacciones tradicionales, entendidas éstas como las que se realizan fuera de línea.” (Davara, 2004, p.1).

Igualmente, en el comercio tradicional, las empresas pagan sus impuestos de renta y venta al Estado del país donde se encuentre físicamente (según el criterio de fiscalidad territorial). En una transacción electrónica, las empresas tienen presencia virtual en un país pero no necesariamente presencia física, en este sentido se debe definir la localización de la empresa vendedora o proveedora, para el pago de los impuestos, además de establecer claramente a cuál país se pagan los impuestos.

El Estado puede aprovechar el desarrollo de este tipo de transacciones porque facilita, en gran medida, muchas de sus propias labores. El Estado puede ser usuario y ser proveedor. Usuario porque podrá realizar sus compras por medio

electrónico. Proveedor, porque podrá ofrecer los servicios públicos por este medio. Además puede ejercer su función de recaudación de impuestos por medios electrónicos permitiendo que los ciudadanos paguen a través de Internet. Por todo lo anterior, con mayor razón el Estado debe velar porque los derechos de las partes sean respetadas, y para ello se requiere definir claramente las reglas del juego, sin perjuicio de las garantías y derechos de los que participan y promoviendo su desarrollo.

En este sentido, Esteban González Pons, portavoz del Partido Popular en el Senado de España, expresa sobre la propuesta de Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI):

“Estoy seguro de que la LSSI será una ley que ayudará a la expansión de Internet y del comercio electrónico en este país y que en ningún caso supondrá una amenaza o limitación para el derecho a la libertad de expresión o para cualquier otra garantía constitucional” (González, 2001, p.1).

En el Informe sobre Comercio Electrónico Mundial publicado en el año 1997 por Estados Unidos, se establecieron principios generales para una zona mundial de libre comercio, estos principios son:

“El sector privado debe llevar la iniciativa.

-Los gobiernos deben evitar la imposición de restricciones indebidas al comercio electrónico.

-Cuando se necesite la participación gubernamental, ésta debería tener por objeto apoyar y hacer respetar una estructura jurídica previsible, mínima, homogénea y sencilla para el comercio.” (Cuestiones Mundiales, 1997, p.1).

Se trata de establecer unos requisitos “*mínimos*” que han de cumplirse en el comercio electrónico, que garanticen

un comercio electrónico de calidad y de acuerdo con la ley.

Con una Ley se pretende facilitar el desarrollo del comercio electrónico, sin perjudicar las garantías de los usuarios. Debe aprovecharse el uso de las tecnologías para desarrollar la economía, protegiendo adecuadamente los derechos del consumidor.

El fin último es proteger al consumidor, proveedor y Estado de los posibles delitos informáticos que pueden llevarse a cabo por la apertura y el crecimiento de este tipo de comercio.

El desarrollo del comercio por Internet requiere de unas normas mínimas que garanticen la seguridad de las transacciones, especialmente en materia de pago y privacidad; de lo contrario, es difícil que la gran masa potencial consumidora del mundo se decida a utilizar este medio para sus compras.

Se requiere de un marco general de regulación que norme los asuntos como: propiedad intelectual, contrataciones electrónicas, el cobro de impuestos, protección de los consumidores, contenidos ilegales, uso abusivo de datos personales, delitos informáticos. Además es necesario tener altos niveles de seguridad para las transacciones y medios de pago electrónicos.

Conclusiones

Se ha producido un crecimiento en el desarrollo de Internet en Costa Rica y en la presencia de un número cada vez mayor de empresas costarricenses en la red. También se constata un crecimiento del número de costarricenses que utilizan Internet, ya sea para buscar información, realizar comunicaciones mediante correo electrónico o para comprar. Además se puede observar un esfuerzo importante del Gobierno para promover el desarrollo

de las tecnologías de comunicación e información.

A pesar del crecimiento que ha tenido la Internet en Costa Rica todavía muchos costarricenses no la utilizan para sus compras, lo cual obedece principalmente a la inseguridad en el medio de pago, un servicio de acceso a Internet inadecuado y costoso, además de falta de conocimiento.

Por otro lado, aunque el crecimiento de las compras por Internet por parte de los costarricenses todavía es bajo, se observa que el costarricense ha incrementado las compras por Internet y éstas se realizan principalmente a empresas fuera del territorio nacional.

Igualmente existen todavía muchas empresas que no aprovechan las ventajas que ofrece Internet para comercializar sus productos o servicios. Sin embargo, ya muchas de ellas tienen presencia en la Red para publicitar sus productos y servicios. Los Bancos y los periódicos ofrecen servicios por Internet gratuitos y otras empresas han aprovechado esta plataforma para mercadear y vender a nivel internacional.

El desarrollo del comercio electrónico ha sido gracias a la evolución que ha tenido la Internet, un tema novedoso y revolucionario en lo que se refiere al comercio internacional, pero también trae consigo la posibilidad y facilidad de que se den una gran cantidad de problemas y de comisión de delitos.

Estas posibilidades de comisión de delitos e inseguridad que existe por el uso de la red para las transacciones comerciales hacen que sea necesario establecer una regulación adecuada que permita proteger los derechos de los involucrados en una transacción comercial, y que no obstaculice el desarrollo del comercio.

La situación concerniente a la regulación del comercio electrónico, es una problemática que está siendo debatida a nivel mundial. Muchos países ya han establecido una legislación al respecto, sin embargo, todavía existen muchos vacíos que no han sido posibles resolver. Estados Unidos y la Unión Europea tiene muy adelantado soluciones a diferentes aspectos de la regulación del comercio electrónico, pero en los países latinoamericanos todavía la regulación de este tipo de transacciones electrónicas está en pañales, y Costa Rica es un de ellos.

La promulgación de la Ley 8454 de Firma Digital y Certificados Digitales, el proyecto de Ley de Delitos Informáticos y el proyecto de Ley del Comercio Electrónico son iniciativas del país para dar un marco jurídico adecuado con el fin de promover el desarrollo del comercio electrónico.

Se espera que estas iniciativas y todas las relacionadas, pronto estén en plena vigencia para que el país pueda entrar abiertamente a la era de la globalización.

Referencias bibliográficas

- Acuña, Carolina. (2006). *Costa Rica transó 43 millones de dólares con tarjeta Visa*. La Prensa Libre del 2 de marzo de 2006. pág. 8. San José, Costa Rica.
- Alvarado, Eduardo; Leitón, Patricia. (2003). *Compras por Internet tiantan*. *La Nación*. Lunes 12 de mayo, 2003. San José, Costa Rica. Consultado el 8 de julio de 2004 http://www.nacion.com/ln_ee/2003/mayo/12/economia1.html .
- Asamblea Legislativa (1998). *Ley No. 7472. Promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor*. Costa Rica. Sancionada el 14 de diciembre de 1998. Recuperado el 8 de agosto de 2006 de <http://www.racsa.co.cr/asamblea/ley/leyes/7000/7472.doc>.

- Asamblea Legislativa (2005). *Ley 8454 de Certificados, Firmas Digitales y Documentos Electrónicos*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. Costa Rica. Consultado el 15 de setiembre de 2006 en <http://www.pgr.go.cr/>
- Castañeda Rivero, Juan Manuel. (2001). Legislación del comercio electrónico. *Revista electrónica Razón y Palabra*. Núm. 20. Nov. 2000-Ene.2001. México. Recuperado el día 8 de agosto de 2004 de http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n20/20_jcastaneda.html.
- CNUDMI (1996). *Ley modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico*. Recuperado el 10 de junio de 2004 de <http://www.mincomercio.gov.co/VBeContent/documentos/comercioelectronico/documentos/leymodelocomercioelectronico.pdf>.
- Cortés, Angel. (2004). *Noticias relacionadas*. Noticias digitales SL.16-6-04. Recuperado el día 10 de agosto de 2004 de <http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0604/1706/noticias170604/noticias170604-4.htm>.
- Cuestiones Mundiales. (1997). Estructura de comercio electrónico mundial. *Publicación Electrónica del USIS*, Vol. 2, No. 4, Octubre de 1997. Recuperado el día 6 de agosto de 2004 de <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/1097/ijgs/gj-12.htm>.
- Davara & Davara Asesores Jurídicos. (2004). *Fiscalidad electrónica*. España. Recuperado el día 6 de agosto de 2004 de <http://www.davara.com/preguntas/fiscalidad.html>.
- Echegaray Rodríguez, Edgar. (2001). *Comercio electrónico y una necesaria regulación para la protección de los derechos del consumidor*. Tesis de grado para optar por el título de Licenciatura en Derecho. Facultad de Derecho. Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- González Chaves, Rafael; Martínez Lara, Víctor Manuel; Sojo Obando, Saray. (2000). *Propuesta de estrategias para el desarrollo del comercio electrónico en Costa Rica*. Tesis para optar por la maestría en Administración de Negocios. Instituto Tecnológico de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- González Pons, Esteban. (2001). *Entrevista*. España. Recuperado el día 6 de agosto de 2004 de <http://iblnews.com/varios/lssi/ponsabc.htm>
- Guerrero Delgado, Susan; Montero Vázquez, Ivonne. (2001). *La realidad del comercio electrónico del Software. Implicaciones en la propiedad Intelectual. Caso Costa Rica*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Derecho. Facultad de Derecho. Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Hess Araya, Christian. (2006). *Retomar la agenda digital*. Periódico La Nación. 2 de abril de 2006. Pag. 36 A. San José, Costa Rica.
- INEC. (2005). *Estadísticas Sociales de telecomunicación*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Costa Rica. Recuperado el día 3 de agosto de 2006 en <http://www.inec.go.cr>.
- INEC. (2003). *Estadísticas Sociales de telecomunicación*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Costa Rica. Recuperado el día 3 de agosto de 2006 en <http://www.inec.go.cr>.
- INEC. (2001). *Estadísticas Sociales de telecomunicación*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Costa Rica. Recuperado el día 3 de agosto de 2006 en <http://www.inec.go.cr>.
- INEC. (2000). *Estadísticas Sociales de telecomunicación*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Costa Rica. Recuperado el día 3 de agosto de 2006 en <http://www.inec.go.cr>.
- International Telecommunication Union (ITU), Telecom Asia 2004. *World summit on the information society, Geneva 2003-Tunes 2005*. Korea. 7-11 setiembre. Actualizada 2-7-2004. Recuperado el 7-7-04 de <http://www.itu.int/home/index.html>
- Leitón, Patricia. (2006). Refuerzan acciones para ampliar el servicio. *La Nación*. 31 de julio de 2006., pág. 21 A. San José, Costa Rica.

- Oviedo, Esteban. (2006). Rige baja en tarifas de Internet avanzada. *La Nación*, 20 de julio de 2006, pág. 5 A. Costa Rica.
- Oviedo, Esteban (2004). Racsca dice que mejoró la capacidad de Internet. *La Nación*. 9 de julio de 2004. Sección Noticias Nacionales. Costa Rica. http://www.nacion.com/ln_ee/2004/julio/09/pais5.html Recuperado el 29 de agosto de 2006.
- RACSA-1 (2006). *Disminuye brecha digital en el país*. Radiográfica Costarricense S.A. Costa Rica. Recuperado el 24 de julio de 2006. http://www.racsca.co.cr/racsca_noticias/brecha_digital.htm
- RACSA-2 (2006). *Historia del servicio de Internet de RACSA en Costa Rica*. Radiográfica Costarricense S.A. Costa Rica. Recuperado el 24 de julio de 2006. http://www.racsca.co.cr/info_general/historia_internet_cr.html
- Salas Araya, Yorleny; Fernández Araya, Mauricio. (2003). El comercio electrónico en la sociedad costarricense. *Revista Intersedes*. Vol. 4. No.7. Universidad de Costa Rica. Costa Rica.
- Reglamento a la Ley de Certificados, firmas digitales y documentos electrónicos*. Decreto 33018 del 20 de marzo del 2006. Gaceta diario Oficial No.77 del 21 de abril del 2006. San José, Costa Rica. **Consultado en** <http://www.pgr.go.cr> 15-09-06
- Ticopage.com. (2004). *Costa Rica en Internet*. Recuperado el 24-7-06. <http://www.ticopage.com/masvisitadas.html> .
- United Nations Conferencie on Trade and Development (UNCTAD). (2003). *E-commerce and development report 2003*. New York and Ginebra. http://www.unctad.org/en/docs/ecdr2003_en.pdf Recuperado el 7-7-04.
- Urbina, Alejandro. (2004). *Hacia un mercado perfecto*. La Nación. Domingo 23 de mayo, 2004. San José, Costa Rica. Consultado el 8 de julio de 2004 en http://www.nacion.com/ln_ee/2004/mayo/23/opinion1.html .
- LEY 527 DE 1999. *Diario Oficial* No. 43.673, de 21 de agosto de 1999. Colombia. Recuperado el 11 de junio de 2004 de http://www.secretariassenado.gov.co/leyes/L0527_99.HTM.
- LEY 43 De Firma Digital De Panamá*. 31-07-2001. Recuperado el 15 de junio de 2004 de <http://www.hfernandezdelpech.com.ar/Leyes/Ley%20de%20firma%20digital%20de%20Panama.htm>.
- LEY No. 27269*. Promulgada el 26 de mayo 2000. Publicada el 28 de mayo 2000, Perú. Recuperado el 15 de junio de 2004 de <http://www.sice.oas.org/e-comm/legislation/peru.asp>.
- Ley 25.506 Firma digital*. Promulgada 11 diciembre 2001. Argentina. Recuperado el 18 de abril de 2004 de <http://infoleg.mecon.gov.ar/txtnorma/70749.htm>
- Ley 19799 sobre firma digital*. Promulgada 26 de marzo 2002. Chile. Recuperado el 25 de noviembre 2004 de http://www.contador.cl/1311/article-32538.html#h2_5
- Proyecto Ley de Comercio Electrónico No.16081*. 6 de diciembre de 2005. Asamblea Legislativa. Costa Rica. **Consultado el 22 de febrero de 2007 en** http://www.asamblea.go.cr/proyecto/exp_16000.htm
- Proyecto de Ley de Delitos Informáticos No.15397. 8 de setiembre de 2003.
- Asamblea Legislativa. Costa Rica. Consultado el 28 de setiembre de 2006 en <http://asamblea.racsca.co.cr/proyecto/15300/15397.doc>