

# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE DERECHO**

**SEMINARIO DE DERECHO INTERNACIONAL**

## **“ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL”**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADO EN DERECHO**

**PRESENTA:**

**JOSÉ ARTEMIO ZÚÑIGA MENDOZA**

**ASESOR: LIC. RAFAEL LUIS RAMON VALDES COSSIO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO MAYO 2006.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A Dios.*

*A la Universidad Nacional Autónoma de México.  
Simplemente, porque, "POR MI RAZA, HABLARÁ EL ESPÍRITU".*

*A la Facultad de Derecho y sus Maestros.  
En sus aulas y cátedras, "...Encontré mi libertad en el fondo de un tintero, y en la punta de una pluma..."*

*A mis padres, Rosa María Mendoza Díaz y José Artemio Zúñiga Ozuna.  
Gracias por sus consejos, ejemplos y apoyo incondicional, este logro también es de ustedes, por que son parte fundamental de mi existencia.*

*A Irene Díaz Gallardo Vda. de Mendoza.  
Eres una de mis inspiraciones en la vida, gracias "nana", por existir.*

*A Soledad Ozuna.  
Porque vives en mi corazón y mis recuerdos, gracias por compartir conmigo tus secretos.*

*A Shantal Jasso.  
Muchos años después... Gracias por ser, por existir y por compartir conmigo tantas circunstancias de la vida; recuerda la poesía es el lenguaje del alma...*

*A Edgar y Francisco Calleros, Francisco, Gisela e Irene González, y Patricia y Alejandro Murrieta.  
Porque son mis hermanos y gracias a ustedes este logro es una realidad.*

*A Franco Fabian.  
Por ser un gran amigo, eres una persona de éxito.*

*A Gerardo Reyes.  
Gracias por tu amistad.*

*A la Magistrada Graciela Rocío Santes Magaña.  
Gracias por su confianza, sus lecciones y sus palabras.*

*Al Magistrado Pablo Antonio Ibarra Fernández.  
Gracias por su apoyo, constituye un ejemplo a seguir.*

*Licenciado Rafael Luis Ramón Valdés Cossio.  
Por su amistad y ejemplo permanente, con afecto.*

*A mis amigos, Maestros y Familia, que por una injusticia omito mencionar, gracias por su presencia.*

*“Defenderé mis opiniones hasta la muerte, pero daré mi vida porque usted pueda defender las vuestras”.*

*Voltaire.*

# **“ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL”.**

## **ÍNDICE:**

<b>INTRODUCCIÓN.</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO 1. ASPECTOS BÁSICOS DE INTERNET.</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Definición de Informática.</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Aspectos Generales de Internet.</b>	<b>5</b>
1.2.1 World Wide Web.	7
1.2.2 Telnet.	8
1.2.3 Red.	9
1.2.4 Transmission Control Protocol / Internet Protocol.	9
1.2.5 Virus.	10
1.2.6 Portales.	11
1.2.7 Intranet.	13
1.2.8 Electronic Data Interchange (EDI).	13
1.2.9 Dominio de Páginas.	15
1.2.10 Correo Electrónico.	18
1.2.11 Mensaje de Datos.	20
<b>CAPITULO 2. ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Definición del comercio electrónico.</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Alcances del comercio electrónico.</b>	<b>29</b>

<b>2.3 Características.</b>	<b>36</b>
<b>2.4 Clases de comercio electrónico.</b>	<b>39</b>
<b>2.5 Mercado electrónico.</b>	<b>42</b>
<b>2.6 Elementos del comercio electrónico.</b>	<b>44</b>
<b>CAPITULO 3. COMERCIO ELECTRÓNICO.</b>	<b>48</b>
<b>3.1 Definición del contrato electrónico.</b>	<b>48</b>
<b>3.2 Elementos del contrato.</b>	<b>50</b>
3.2.1 Consentimiento.	52
3.2.2 Oferta.	55
3.2.3 Aceptación.	57
3.2.4 Retracción de la oferta.	60
3.2.5 Perfeccionamiento.	61
3.2.6 Objeto.	67
3.2.7 Forma.	68
3.2.8 Capacidad.	69
3.2.9 Vicios del consentimiento.	71
<b>3.3 Contratación electrónica.</b>	<b>72</b>
<b>3.4 Determinación de momento y lugar de celebración del contrato electrónico.</b>	<b>76</b>
<b>3.5 Contratos en formato Electronic Data Interchange (EDI).</b>	<b>80</b>
<b>3.6 Contrato de adhesión por World Wide Web.</b>	<b>82</b>
<b>3.7 Sistemas de pagos digitales.</b>	<b>90</b>
3.7.1 Banca digital.	92
3.7.2 Tarjeta de crédito.	95

3.7.3 Moneda digital.	98
3.7.4 Cheques digitales.	102
<b>3.8 Lugar, tiempo y forma de entrega.</b>	<b>103</b>
<b>3.9 Seguridad de las partes.</b>	<b>105</b>
<b>3.10 Criptografía.</b>	<b>109</b>
<b>3.11 Firma digital.</b>	<b>111</b>
<b>3.12 Certificación y Cybernotario.</b>	<b>113</b>
<b>CAPITULO 4. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DERECHO MEXICANO Y ASPECTOS INTERNACIONALES.</b>	<b>118</b>
<b>4.1 Fundamento Constitucional del Comercio.</b>	<b>118</b>
<b>4.2 Importancia de la Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, sobre comercio electrónico.</b>	<b>119</b>
<b>4.3 Reforma de 29 de mayo de 2000, para legislar el comercio electrónico.</b>	<b>124</b>
4.3.1 Código de Comercio.	127
4.3.2 Código Civil Federal.	130
4.3.3 Código Federal de Procedimientos Civiles.	132
<b>4.4 Problemática Internacional.</b>	<b>133</b>
<b>4.5 Solución de conflictos.</b>	<b>137</b>
<b>4.6 Arbitraje Comercial de la Contratación Electrónica.</b>	<b>140</b>
<b>CAPITULO 5. MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL DEL COMERCIO ELECTRONICO Y LA NECESIDAD DE SU ACTUALIZACIÓN MUNDIAL.</b>	<b>146</b>
<b>5.1 Instrumentos internacionales aplicables al Comercio Electrónico.</b>	<b>146</b>

<b>5.2 Implementación de una legislación internacional con principios fundamentales.</b>	<b>150</b>
<b>5.3 Protección al consumidor en materia Internacional.</b>	<b>155</b>
<b>5.4 Determinación del régimen jurídico aplicable en el comercio electrónico.</b>	<b>159</b>
<b>5.5 Ventajas del comercio electrónico.</b>	<b>162</b>
<b>5.6 Delitos electrónicos reconocidos Internacionalmente.</b>	<b>165</b>
<b>5.7 Futuro del comercio electrónico y de su regulación jurídica Internacional.</b>	<b>170</b>
<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>174</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>177</b>
<b>LEGISLACIÓN.</b>	<b>180</b>
<b>PÁGINAS WEB CONSULTADAS.</b>	<b>180</b>



## **INTRODUCCIÓN.**

El uso y aprovechamiento de la tecnología se desarrolla rápidamente, supera fronteras, ideologías, razas, idiomas; es así que la computadora y todos los accesorios que la rodean, se contempla como uno de los grandes inventos de la humanidad.

La sociedad mundial se encuentra ante la llamada revolución digital, caracterizada por la globalización de las costumbres, de los gustos, de los pasatiempos y de la vida en sí; Internet en ese sentido ha jugado un factor determinante, ya que por medio de esta herramienta tan poderosa, es posible estar en contacto, en tiempo real con otra persona que se encuentra del otro lado del mundo, conocer lugares, informarse, transmitir toda clase de archivos, y en fin, un sin número de opciones.

Los expertos predicen que la llamada sociedad de la información tendrá en el futuro la misma relevancia que tuvo en su época la Imprenta o la Revolución Industrial; significará una evolución en las relaciones económicas que puede modificar las estructuras actuales de comercio y alterar la organización social actual, propia de los países desarrollados.

El comercio electrónico es una realidad, en la que se puede comprar lo que se imagine, desde un libro hasta un automóvil, sin dejar de lado, la despensa del supermercado, la farmacia, una consulta con un doctor en línea, ver una película, llamar por teléfono, descargar o comprar música, sólo por mencionar algunas.

En la legislación mexicana, el tema de comercio electrónico ha sido materia de análisis; es así que en mayo de dos mil, entraron en vigor una serie de reformas al Código Civil Federal, Código de Comercio, Código Federal de Procedimientos Civiles y Ley Federal de Protección al Consumidor. Su finalidad fue habilitar la contratación electrónica, de manera que los acuerdos celebrados por medios electrónicos ópticos o cualquier otra tecnología, pudieran considerarse legalmente válidos y por consiguiente plenamente obligatorios y exigibles entre las partes que llevaron a efecto su celebración.

El texto de estas reformas se inspiró en la ley modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, sobre comercio electrónico. La adopción de un lenguaje universal y uniforme en nuestra legislación nacional fue un acierto, pues sentó las bases para lanzar una plataforma sostenible de negocios electrónicos mexicanos en la aldea global.

Es necesario destacar que las operaciones comerciales por la vía electrónica, no se han consolidado por diversas cuestiones, entre las que destacan carecer de una legislación clara y precisa, pero sobre todo actual, que permita a las partes determinar claramente cuales son las características de la contratación electrónica; además de que los foros que existen para resolver conflictos no son accesibles; es así, que se considera necesario que se actualice constantemente la legislación internacional.

Cabe resaltar que no se analizara el tema desde un punto de vista estrictamente mercantil en su totalidad, ya que el enfoque principal esta

encaminado hacia el análisis en la materia internacional y el derecho comparado.

En el desarrollo de la presente investigación, se estudiarán comparativamente, los elementos del comercio electrónico, tales, como el contrato, su clasificación doctrinal, las implicaciones que conlleva, desde la oferta hasta la entrega del producto, las opciones que tiene el comprador y vendedor, la forma de pago y la seguridad.

Asimismo se hará referencia a la forma en como está regulado el tema en México, los principios que importó de la legislación internacional; sin dejar a un lado a la legislación internacional, donde se plasmara una reflexión, acerca de cómo se aborda el comercio electrónico en el mundo, y cual sería su regulación óptima, además de propuestas encaminadas a mantener la legislación internacional en constante actualización, con el fin de no quedar desfasada ante el cambio tan constante de la tecnología.

Por lo anterior, considero que investigar sobre un tema de actualidad, es importante, ya que el derecho se debe adecuar a las necesidades de la sociedad, para tener vigencia; el comercio electrónico, en este sentido, se encuentra en pleno desarrollo, y en el corto o mediano plazo, será una necesidad vital; es por eso que la legislación debe estar actualizada, ya que a la fecha las partes de una operación de compraventa por Internet, no tienen una certeza jurídica confiable.

## CAPITULO 1.

### ASPECTOS BÁSICOS DE INTERNET.

#### SUMARIO.

1.1 Definición de Informática. 1.2 Aspectos Generales de Internet. 1.2.1 World Wide Web. 1.2.2 Telnet. 1.2.3 Red. 1.2.4 *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*. 1.2.5 Virus. 1.2.6 Portales. 1.2.7 Intranet. 1.2.8 *Electronic Data Interchange*. 1.2.9 Dominio de Páginas. 1.2.10 Correo Electrónico. 1.2.11 Mensaje de Datos.

#### 1.1 DEFINICIÓN DE INFORMÁTICA.

*“...La informática es definida como el tratamiento automatizado de la información y es equiparable, al tratamiento de la información mediante ordenadores...”*<sup>1</sup> de tal manera que el concepto central de la informática es la información.

En sentido general, la informática es un conjunto de técnicas destinadas al tratamiento lógico y automático de la información para una mejor toma de decisiones.

Otros autores definen a la informática, como un estudio que delimita las relaciones entre los medios es decir equipo, los datos y la información necesaria en la toma de decisiones desde el punto de vista de un sistema integrado.

El derecho no esta ajeno a la informática, por lo que se han desarrollado nuevas ramas o subdivisiones:

---

<sup>1</sup> Sarra, Andrea Viviana.- Comercio Electrónico y Derecho.- 1ª ed.- Edit. Astrea.- Argentina, Buenos Aires.- 2000. pg. 40.

- ❖ *Derecho informático; que es el conjunto de normas que regulan la incidencia de la informática en la sociedad, y en los conflictos con los derechos de las personas;*
- ❖ *Informática jurídica; que se constituye por las diferentes aplicaciones de la informática en el mundo del derecho, ya sea en la gestión, en la documentación, o bien en la decisión.*<sup>2</sup>

Por otra parte, es necesario señalar que el derecho informático no sólo abarca temas jurídicos, sino también incluye aspectos desde el punto de vista tecnológico, económico, ético y social.

## **1.2 ASPECTOS GENERALES DE INTERNET.**

El maestro Nelson Remolina Angarita, señala que “...tratar de abarcar todo lo que está pasando en el mundo de Internet y el e-commerce es como tratar de beberse un lago...”<sup>3</sup>

Internet es una red pública mundial de comunicación que contiene un vasto repertorio de información y recursos a los que se puede tener acceso desde la computadora, o bien desde cualquier *gadget* tecnológico; así, Internet se posiciona como un elemento indispensable de la vida cotidiana.

---

<sup>2</sup> Fernández Aller, Celia y María Suárez, Joaquín.- Informática para Abogados.- 1ª ed.- Edit. Anaya multimedia.- España, Madrid.- 1999. pg 367.

<sup>3</sup> Grupo de Estudios en Internet.- Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- 1ª ed.- Facultad de Derecho, de la Universidad de los Andes.- Edit. Legis.- Colombia, Bogotá, 2002.- pg. 5.

Por otra parte, es definido como un “...sistema maestro de diversas redes de computación que cumple dos funciones básicas, como un medio de información y a su vez como un medio de comunicación...”<sup>4</sup>

De igual manera, es conceptuado como una red de redes compuesta por nodos extendidos alrededor del mundo, los cuales están interconectados de manera física y se comunican a través de un protocolo estándar de comunicación *Transmisión Control Protocol / Internet Protocol*<sup>5</sup>, del cual se realizan enlaces de comunicación para compartir recursos y distribuir el procesamiento de datos.

Las opciones que da Internet son infinitas, ya que es una red mundial de comunicación que continuamente actualiza información al interconectarse millones de usuarios, de lo que resultan posibilidades en todos los rubros.

Internet, se basa en principios comunes, como las redes y protocolos; cuestiones técnicas que han evolucionado al parejo de conceptos que hoy en día relacionamos con la tecnología y modernidad, como el correo electrónico, portales web, música mp3 y mp4, conferencias virtuales, entre muchas otras cosas.

Entre las características mas importantes de Internet destacan las siguientes:

- ❖ Es una red abierta.
- ❖ Es interactiva.

---

<sup>4</sup> Rojas Amandi, Víctor Manuel.- El Uso de Internet en el Derecho.- 1ª. ed.- Edit. Oxford University Press.- México, 1999.- pg. 100.

<sup>5</sup> \* Por sus siglas TCP/IP.

- ❖ Es internacional.
- ❖ Carece de un centro de autoridad o gobierno.
- ❖ Genera reglas a partir de la costumbre.
- ❖ Permite interactuar en tiempo real.
- ❖ Disminuye costos de transacción.

### 1.2.1 WORLD WIDE WEB.

El *world wide web*, nos permite conocer toda la información que pueda ser encontrada en Internet, al hacerla accesible mediante conexiones o hipervínculos (Ligas-Links) escritos en documentos con un formato o lenguaje especial llamado (HTML) *HiperText Markup Language*, el cual posibilita que desde la información obtenida por un escrito o texto, uno se pueda vincular (Hiperlink) a otros documentos que se encuentren en la misma computadora o bien, en cualquier otra que se encuentre conectada a la red en otra parte del mundo, además con la posibilidad de manejar muchos recursos como textos combinados con gráficos, animaciones, sonidos, e incluso videos.

Por sus siglas www, significa:

- WORLD: mundo
- WIDE: a lo ancho
- WEB: telaraña

TELARAÑA A LO ANCHO DEL MUNDO

Así, es posible decir que el *world wide web*, es un conjunto de archivos de textos e imágenes relacionados y enlazados entre sí, unidos por un elemento denominado web, el cual permite que los archivos puedan saltar de una página a otra con sólo presionar el botón del *mouse* o ratón sobre las palabras o imágenes activas en la pantalla.

Se conforma por un conjunto de páginas o documentos que pueden combinar textos y otros componentes como imágenes o sonido; la cual se basa en “...*la interacción entre unos ordenadores que sirven una información y otros que la solicitan y la utilizan...*”<sup>6</sup>

Finalmente, es necesario destacar que el World Wide Web, es la herramienta más popular y fácil, por tanto no se debe confundir con Internet; sin dejar de reconocer que facilita su uso.

### **1.2.2 TELNET.**

Telnet es un protocolo que sirve para acceder a un ordenador remoto y hacer uso de él; permite la conexión entre dos ordenadores, ya que uno se convierte en terminal de otro y puede acceder a sus programas y archivos.

“...*El ordenador del usuario se convierte en terminal de la aplicación del ordenador remoto, o del software remoto, como si del ordenador del usuario se utilizase tan sólo la pantalla y el teclado, y del remoto el CPU y las memorias...*”<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- 1ª ed.- Edit. Marcial Pons.- España, Madrid- Barcelona.- 2001.- pg. 104.

<sup>7</sup> Fernández Aller, Celia y María Suárez, Joaquín.- Informática para Abogados.- Op. Cit. pg. 154.



Por lo general se utiliza para acceder a bases de datos en línea, y supervisar redes, se facilita el trabajo virtual, se puede acceder a terminales de bibliotecas que tienen su propia base de datos.

### **1.2.3 RED.**

Una red es un grupo de dos o más computadoras conectadas entre sí por un cable, una línea telefónica o mediante comunicación inalámbrica. Para utilizar una computadora en red es necesario contar con elementos de hardware y software especiales.

Por medio de la red se pueden compartir diversos recursos como información o hardware, por ejemplo una impresora o base de datos.

Las redes consisten en compartir recursos, y uno de sus objetivos es hacer que todos los programas, datos y equipos estén disponibles para cualquiera de la red que así lo solicite, sin importar la localización física del recurso y del usuario.

*“...Las formas en que se puede conectar una red son diversas, y entre las más comunes están las líneas telefónicas, fibra óptica, satélite, y microondas...”<sup>8</sup>*

### **1.2.4 TRANSMISSION CONTROL PROTOCOL / INTERNET PROTOCOL.<sup>9</sup>**

El *Transmission Control Protocol / Internet Protocol*, es un lenguaje o protocolo de comunicación entre las computadoras conectadas a una red,

---

<sup>8</sup> Barrios Garrido, Gabriela.- Internet y Derecho en México. 1ª ed.- Edit. Mc Graw Hill. México, 1988. pg. 2.

<sup>9</sup> \*Por sus siglas TCP/IP.

que permite interconectarlas para formar una comunicación entre diversas redes sin importar su ubicación.

El *Transmission Control Protocol / Internet Protocol*, comúnmente conocido como TCP/IP, es el más usado para conectarse a Internet, se compone de dos categorías; el *Transmission Control Protocol* (TCP), que es el que define la forma en que la información será separada en paquetes y enviada a través de Internet; y el *Internet Protocol* (IP), que es el que designa a cada paquete la dirección de cada computadora, el cual está compuesto por un número de identificación único de la computadora.

*“...El TCP/IP, es un protocolo que, en definitiva, paquetiza la información y establece las pautas para que sean entendibles todos los paquetes entre los ruteadores, gateways, etc. No importa lo que viaja adentro, es entendible por uno y por otro, esa es la función principal de un protocolo...”<sup>10</sup>*

#### **1.2.5 VIRUS.**

*“...Un virus de computadora es un programa o código creado por el hombre que se replica al añadir una copia de sí mismo a otro archivo ejecutable, e infecta la computadora (similar a un virus biológico); produce diversos síntomas y anomalías, tales como: sonidos extraños, mensajes de mal gusto, daño en diversos archivos y algunos llegan a formatear el disco*

---

<sup>10</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- 1ª ed.- Edit. IB de F.- Buenos Aires, 2003.- pg. 15.

*duro, o bien, a comprometer la integridad del sistema de computo en donde se almacenen...”<sup>11</sup>*

Los virus informáticos se han convertido en poderosas armas de software que con excelentes técnicas de programación en su interior, son capaces de infectar totalmente los sistemas, viajar a otras computadoras a través de redes, mutar su código para evitar ser detectados entre otras muchas características que se descubren al pasar el tiempo.

Cabe señalar que los virus informáticos surgieron como protección a los derechos de autor de los programas, es decir, trataban de evitar la piratería de software.

#### **1.2.6 PORTALES.**

Los portales son los sitios de Internet o webs, que actúan como intermediarios entre los usuarios y las empresas que ofrecen bienes y servicios; estos venden espacios de publicidad a las empresas y su valor o costo depende el número de visitantes que tengan; actualmente uno de los portales con mayor éxito es *yahoo*, que es el mas popular y el que mas cobra por anunciar productos.

Un portal o *website*, puede tener diversos fines entre los que destacan los buscadores, los portales de información, o bien los que se especializan en la

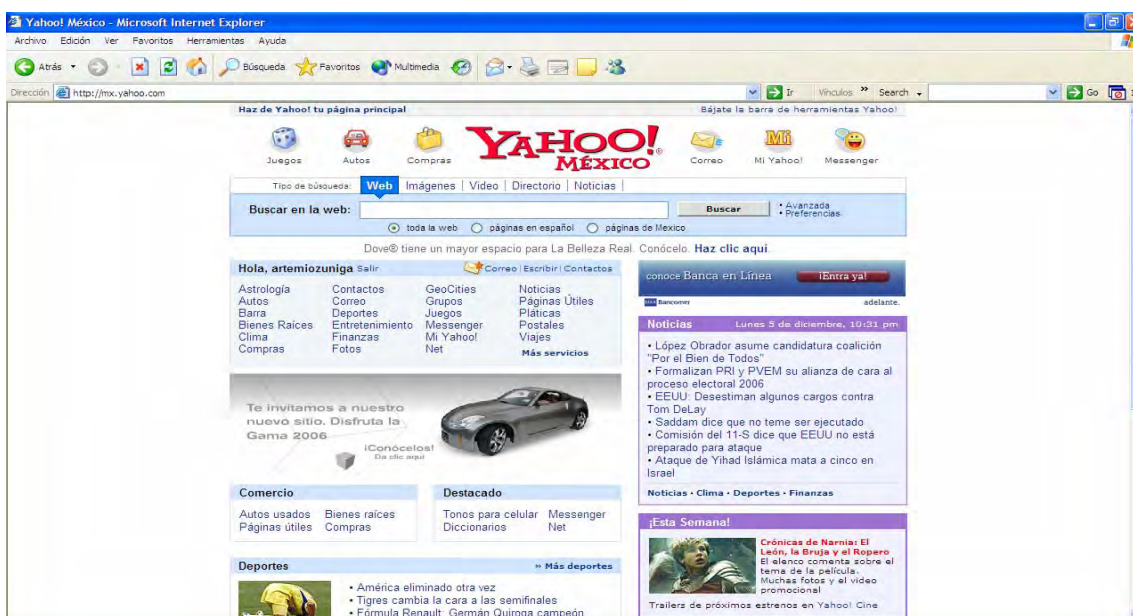
---

<sup>11</sup> Curso Políticas y Seguridad Informáticas. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica. S.N.E., México 2004. Pg. 1.

venta en línea; así pueden existir cualquier cantidad, que sin duda se podrán clasificar de acuerdo a su objeto, motivo o fin.<sup>12</sup>

Es prácticamente imposible determinar el número de portales que existen en Internet; por lo que en materia de comercio electrónico es importante contratar sólo en páginas reconocidas, e incluso el usuario se debe asegurar que al plasmar sus datos se realice mediante una conexión segura.

Es importante señalar que si se va acceder a un portal en donde se plasmarán datos importantes, como los de una tarjeta de crédito; el usuario debe asegurarse de que contengan una certificación de portal seguro.



Finalmente, un portal o sitio web, se puede definir como *“...un conjunto de páginas web interconectadas y relacionadas entre sí, ofrecidas normalmente al público en una dirección de Internet...”*<sup>13</sup>

<sup>12</sup> <http://mx.yahoo.com>; Portal de yahoo; página consultada el 1 de diciembre de 2005.

<sup>13</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- 1ª ed.- Edit. Marcial Pons.- España, Madrid- Barcelona.- 2001.- pg. 138.

### **1.2.7 INTRANET.**

Intranet, es definido como “...red privada, que usa en el mismo programa de computación que la Internet, pero esta configurada de tal forma, que el público en general no tiene acceso a ella...”<sup>14</sup>

Así, Intranet es una red privada limitada principalmente en compañías o sector gubernamental, para interconectar computadoras, y así establecer comunicación constante entre los usuarios.

Intranet es una red de computadoras que ofrece acceso a información y a la comunicación directa entre las diferentes áreas ubicadas en una misma organización, utiliza los estándares empleados en Internet y el World Wide Web (www). Sin embargo un Intranet puede estar totalmente aislado de Internet y no ser accesible por ningún usuario externo, o al contrario contar con salida al exterior para otros empleados y permitir que otros usuarios tengan acceso a la información desde el exterior, por medio de Internet y una clave digital.

### **1.2.8 ELECTRONIC DATA INTERCHANGE.**

El *electronic data interchange*, es un antecedente del comercio electrónico, y nace de la necesidad de instituir un comercio permanente entre empresas, sin la necesidad de papeles y con un flujo de mercancía sin interrupciones.

---

<sup>14</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- Op. Cit. pg. 3.

Por sus siglas en inglés (EDI) significa *electronic data interchange*, cambio electrónico de documentos de negocio, en un formato estructurado, a través de sistemas de cómputo e infraestructura de telecomunicaciones.

Es la comunicación electrónica entre dos equipos de cómputo que se transfieren documentos electrónicos regulados mundialmente por dos grandes estándares, que permiten, eliminar el uso del papel y automatizar los procesos de comercio electrónico entre empresas.

Hoy en día, muchas compañías abandonan las prácticas de realizar negocios a través del papel a favor del uso del *electronic data interchange* y las transferencias electrónicas de información.

El *electronic data interchange*, es un aspecto intrínseco de la desmaterialización, porque al final de día, un documento desmaterializado es un grupo de registros creados a partir de mensajes electrónicos; se realiza por medio de líneas permanentes entre dos correspondientes identificados previamente por un convenio celebrado entre personas.

Para James A. Graham, el *electronic data interchange*, se puede dar de la siguiente manera:

*“... un proveedor pone a su disposición sobre su sitio un formulario de orden en HTML, que una vez llenado por el comprador va a ser integrado automáticamente en el sistema EDI del vendedor, quien transmite esta orden inicial al fabricante, el cual es ligado al primero por el EDI...”*<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Graham, James A. El Derecho Internacional Privado del Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit. Themis.- México, 2003. pg. 2.

Así, la transacción entre el comprador y el proveedor es una operación del comercio electrónico; y la transacción entre el proveedor y el fabricante es una operación (EDI) *electronic data interchange*.

### **1.2.9 DOMINIO DE PÁGINAS.**

Un nombre de dominio es una dirección web, que se utiliza para navegar en la red.

Los nombres de dominio son una “...base de datos en los cuales aparecen registros o nombres de dominio...combinaciones de letras que permiten identificar equipos de computación...”<sup>16</sup>

Para acceder a Internet, es necesaria una dirección; de esta manera, todas las máquinas conectadas a Internet tienen una dirección numérica única irrepetible llamada *Internet Protocol* (IP) que sirve para comunicar unas máquinas con otras.

Para que se otorgue la dirección o dominio se hace una petición al *nic*, que es el organismo responsable de la administración de las direcciones de toda la red, de ésta forma nunca se repite un dominio, al menos en cada parte o terminación por distribución (dominio raíz).

Las direcciones se componen de varios números o dígitos separados por puntos; sin embargo, como las direcciones numéricas son difíciles de

---

<sup>16</sup> Grupo de Estudios en Internet.- Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op.Cit. pg. 556.

memorizar o recodar, se ideó la forma para que en lugar de establecer el contacto con las máquinas por medio de números, se hiciera por nombres.

Esto quiere decir, que si escribimos el número correspondiente conectamos de igual forma al sitio en particular que si escribiéramos toda la dirección.

El sistema de nombres de dominio (DNS) "*Domain Name System*", es el que se encarga de convertir la dirección numérica en nombre y viceversa.

El dominio más importante de una dirección conocido como (dominio raíz), es la serie de letras que se encuentran al extremo derecho de la dirección, y que indica el tipo de organización o país a la que pertenece.

Cada país se representa por dos caracteres de acuerdo con el código internacional de los países, según los estándares de la (ISO) *International Standart Office*. De tal manera que si vemos una dirección como esta:

[www.yahoo.com.ar](http://www.yahoo.com.ar)

Sabríamos que se encuentra en Argentina.

De esta forma los países se pueden identificar en la red de la siguiente manera:

México	mx
Japón	jp



Canadá	<b>ca</b>
Australia	<b>au</b>
Alemania	<b>de</b>
Suiza	<b>ch</b>
Dinamarca	<b>dk</b>
España	<b>es</b>
Francia	<b>fr</b>
Turquía	<b>tr</b>
Israel	<b>il</b>
Polonia	<b>pl</b>
Reino Unido	<b>uk</b>
Estados Unidos	<b>us</b>

Existen otras divisiones para los dominios, las cuales fueron utilizadas en Estados Unidos de América, para diferenciar el tipo de organización que se conectaba a la red; estos dominios son los siguientes:

<b>DOMINIO</b>	<b>PROPOSITO</b>
<b>.com</b>	<b>Organizaciones comerciales</b>

<b>.edu</b>	<b>Instituciones educativas</b>
<b>.gob</b>	<b>Instituciones gubernamentales</b>
<b>.int</b>	<b>Instituciones internacionales</b>
<b>.net</b>	<b>Instituciones que regulan y dan servicio a la red</b>
<b>.org</b>	<b>Organizaciones no lucrativas</b>

Así, la dirección <http://www.teleton.org.mx>; Significa que es organización no lucrativa y mx, México.

<http://www.gobernacion.gob.mx>; Significa que es gubernamental de México.

<http://www.microsoft.com>. Significa que es organización comercial.

### **1.2.10 CORREO ELECTRÓNICO.**

*“...El correo electrónico permite a los usuarios con una dirección electrónica comunicarse entre sí de la misma manera en que lo hacen a través del servicio postal tradicional...”<sup>17</sup>*, con muchas mas opciones y recursos, sin dejar de mencionar que es mucho más rápido.

---

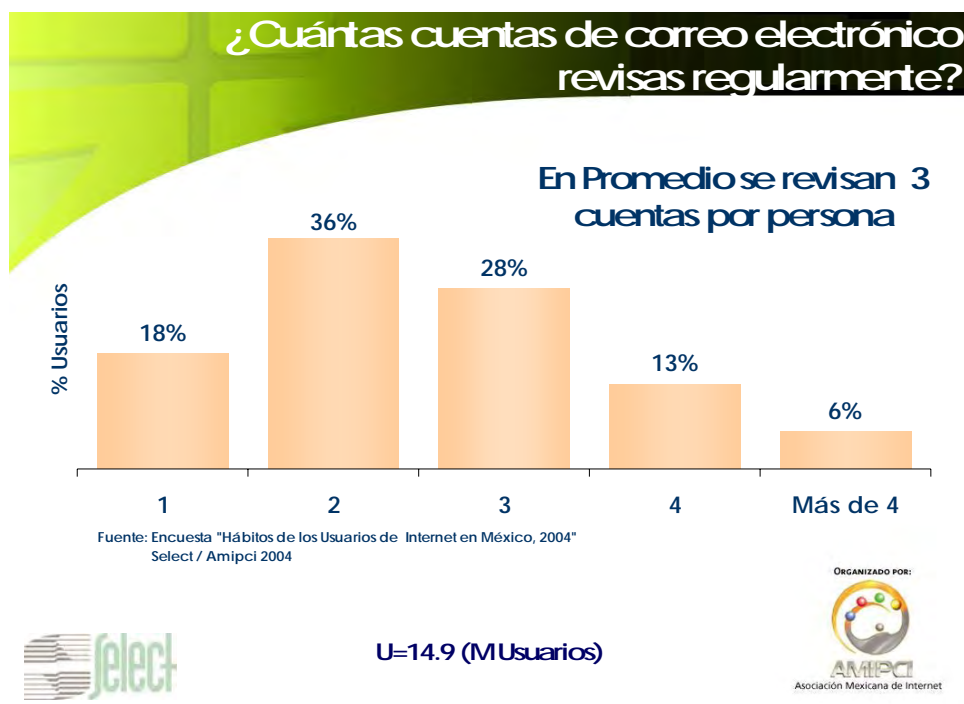
<sup>17</sup> Hance, Oliver y Dionea Balz, Suzan.- Leyes y Negocios en Internet.- 1ª ed.- Edit. Mc Graw Hill.- México,1996.- pg. 371.

El correo electrónico, posibilita el intercambio de mensajes electrónicos con cualquier usuario de Internet o que simplemente cuente con una dirección de correo electrónico.

Una de las ventajas del correo electrónico radica en que se ofrece de manera gratuita por parte de diversos portales, con el propósito de atraer más usuarios.

Es el recurso mas utilizado en Internet, ya que ofrece diversas posibilidades que van desde una simple nota hasta adjuntar programas, música, fotografías, archivos, y en si todo lo que se imagine.

Al respecto, la siguiente gráfica indica que la gran mayoría de los usuarios de Internet, tiene una cuenta de correo electrónico, por tanto es la herramienta más popular de la red.<sup>18</sup>



<sup>18</sup> Fuente Encuesta Hábitos de los Usuarios de Internet en México.- 4º encuentro estratégico de Internet amipci 2004.

### **1.2.11 MENSAJES DE DATOS.**

La “ley modelo en materia de Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional”, señala que *“...por mensaje de datos, se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el telex o el telefax...”*

Los mensajes de datos además de representar la base del comercio electrónico, son el fundamento de todas las actividades que involucran sistemas informáticos; algunos tienen ciertas características adicionales que con base en las leyes reglamentarias de las naciones, permiten hacer una equivalencia con los documentos escritos, firmados u originales.

La mayoría de las normas señalan que los documentos se deben basar en formato escrito; al respecto, la ley modelo, en su artículo 6, establece lo siguiente:

*“... 1) Cuando la ley requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos si la información que éste contiene es accesible para su ulterior consulta.*

*2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito...”*

Por lo tanto, los países que hayan adoptado una herramienta similar, pueden incorporar los mensajes de datos con las características exigidas, cuando las normas requieran un requisito formal escrito.

Hoy en día no se puede negar el valor de un documento escrito remitido por fax, en la medida en que se logre su posterior consulta; de la misma forma ocurre con los mensajes de datos virtuales, como un correo electrónico, una página web o en general cualquier documento que circule por Internet.

## CAPITULO 2.

### ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

#### SUMARIO.

2.1 Definición del Comercio Electrónico. 2.2 Alcances del Comercio Electrónico. 2.3 Características. 2.4 Clases de Comercio Electrónico. 2.5 Mercado Electrónico. 2.6 Elementos del Comercio Electrónico.

#### 2.1 DEFINICIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Definir al comercio electrónico conlleva muchas aristas ya que en él convergen diversas ciencias, que tienen su propio lenguaje; así, para Sarra, el comercio electrónico *“es la aplicación de la avanzada tecnología de la información para incrementar la eficacia de las relaciones empresariales entre socios comerciales”*.<sup>1</sup>

También se conceptúa como el uso de las tecnologías computacional y de telecomunicaciones que se realizan entre empresas o bien entre vendedores y compradores para apoyar el comercio de bienes y servicios.

El comercio electrónico es un proceso moderno para hacer negocios que detecta la necesidad de las empresas, comerciantes y consumidores de reducir costos, así como de mejorar la calidad de los bienes y servicios.

De igual forma, se puede definir como *“...el conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos; esto es el*

---

<sup>1</sup> Sarra, Andrea Viviana.- Comercio Electrónico y Derecho.- 1ª ed.- Edit. Astrea.- Argentina, Buenos Aires.- 2000. pg. 8.

*procesamiento y la transmisión electrónica de datos, incluyendo texto, sonido e imagen...<sup>2</sup>*

Incluso, se puede establecer que “...el comercio electrónico es la realización de operaciones comerciales de bienes y servicios basados en el uso de sistemas de computo y en la tecnología de telecomunicaciones, con el fin de agilizar las transacciones entre todos los integrantes de una cadena de distribución, y así reducir los costos de transferencia del producto al consumidor final...<sup>3</sup>

Para otros, el comercio electrónico es cualquier actividad de intercambio comercial en el que las órdenes de compra - venta y pagos se realizan a través de un medio telemático, los cuales incluyen servicios financieros y bancarios suministrados por Internet.

Es factible señalar que el comercio electrónico es la venta a distancia que aprovecha las grandes ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías de la información, como la ampliación de la oferta, la interactividad y la inmediatez de la compra, con la particularidad que se puede comprar y vender a quien sea, dónde y cuándo se quiera.

Así, es definido como toda forma de transacción comercial o intercambio de información, mediante el uso de nueva tecnología de comunicación entre empresas, consumidores y administración pública.

*“...A través de los medios electrónicos en general, y en especial mediante Internet, pueden establecerse relaciones jurídicas de distinta índole, tanto de*

---

<sup>2</sup> Martínez Nadal, Apollonia.- Comercio Electrónico, firma digital y autoridades de certificación.- 3ª ed.- Edit. Civitas.- España, Madrid, 2001.- pg. 15.

<sup>3</sup> Ibídem, pag. 17.

*derecho público como de derecho privado...”,<sup>4</sup> de suerte tal que el uso de estos medios y en particular del comercio electrónico, da pauta para el nacimiento de nuevas formas de contratación.*

*Ahora, también puede ser visto como “...la realización de operaciones comerciales de bienes y servicios basados en el uso de sistemas de cómputo y en la tecnología de telecomunicaciones, con el fin de agilizar las transacciones entre todos los integrantes de una cadena de distribución, y así reducir los costos de transferencia de los productos al consumidor final...”<sup>5</sup>*

El programa de trabajo sobre comercio electrónico de la Organización Mundial de Comercio (OMC), adoptado por su Consejo General el 25 de septiembre de 1998, lo explica de la siguiente manera “...se entiende por la expresión “Comercio electrónico” la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes o servicios por medios electrónicos...”; la cual se fundamenta en la declaración sobre el comercio electrónico mundial, dada en el marco de la conferencia ministerial correspondiente al segundo período de sesiones en mayo de 1998, en Ginebra, Suiza.

En términos simples, lo que se ha dado a conocer mundialmente como e-Commerce, o comercio electrónico, es la transacción comercial llevada a

---

<sup>4</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- 1ª ed.- Edit. IB de F.- Buenos Aires, 2003.- pg. 4.

<sup>5</sup> Revista RED: “la comunidad de expertos en redes”, Ed. Red, año X, No. 115, México, 2000, p.46.



cabo a través de cualquier medio electrónico, donde comprador y vendedor no tienen contacto físico.

En suma, es una venta a distancia celebrada sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación del vendedor y aceptación del comprador por medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza.

Este medio de comercialización permite a las empresas seleccionar al mejor proveedor, sin importar su localización geográfica y vender en un mercado completamente nuevo; ya que es una tecnología para el cambio, y aquellas empresas que lo adopten como parte de su organización y exploten las oportunidades ofrecidas por él, obtendrán innumerables beneficios.

Se define también como el proceso por el cual podemos adquirir bienes y servicios electrónicamente durante las veinticuatro horas del día, toda vez que es un medio alternativo de compraventa mediante el pago con los diversos instrumentos disponibles en el mercado.

Aunque comprar a través de Internet es una opción latente y atractiva, muchos consumidores potenciales se han mostrado renuentes a utilizar este medio, debido al riesgo de seguridad en una red abierta como Internet. Esto sucede porque no existe un método eficaz y disponible que garantice que la información de la tarjeta de crédito no se comprometerá al realizar una compra en línea.

En otras palabras, el comercio electrónico es un término muy amplio que puede englobar multitud de actividades y que por tanto no ha de ser confundido con el de contratación electrónica, que según el maestro, Dr.

Miguel Ángel Davara, es "...aquella que se realiza mediante la utilización de algún elemento electrónico cuando éste tiene, o puede tener, una incidencia real y directa sobre la formación de la voluntad o el desarrollo o interpretación futura del acuerdo. Así, la contratación electrónica se configura como una de las modalidades de comercio electrónico, pero no como la única, pues al hablar del mismo también hay que referirse a la protección de los consumidores, a la publicidad, a la firma electrónica, al pago electrónico, a la transferencia electrónica de fondos, a los nombres de dominio..."<sup>6</sup>

Por otra parte, la expansión del comercio internacional ha sido una de las tendencias más espectaculares e importantes de la época actual, que experimenta un crecimiento aún mayor gracias a los medios electrónicos; en tal sentido, el comercio electrónico e Internet han aportado nuevos medios que transforman drásticamente el mundo de los negocios, así las relaciones comerciales son más rápidas, por ejemplo, las mercaderías y servicios que anteriormente se restringían a mercados locales están ahora disponibles por los consumidores globalmente.

Esta nueva forma de comercio suprime las barreras geográficas para las empresas y los consumidores, al extender el alcance de la actividad empresarial a los mercados de cualquier parte del mundo y generar nuevas oportunidades de negocio; al mismo tiempo, moderniza las operaciones y reduce costos al permitir a las compañías conectar sus actividades directamente con sus clientes, empleados, suministradores, contratistas y

---

<sup>6</sup> Davara Rodríguez, Miguel Ángel.- Manual de derecho informático.- 1ª ed.- Edit. Aranzandi.- España, Pamplona, 1997.- pg. 396.

distribuidores; al mismo tiempo, mejora la competitividad y reduce los precios.

El *e commerce*, es un gran nivelador ya que permite que negocios diversos, ya sean pequeños o grandes, urbanos o rurales, con mucho o poco presupuesto, compitan en el mercado desde la misma posición. Además, posibilita que los consumidores tomen sus decisiones de compra mejor informados al poder consultar numerosas referencias, catálogos, y comparar precios desde su computadora.

A mayor precisión se puede establecer al comercio electrónico, como *“...la realización de operaciones comerciales de bienes y servicios basados en el uso de sistemas de cómputo y en la tecnología de telecomunicaciones, con el fin de agilizar las transacciones entre todos los integrantes de una cadena de distribución, y así reducir los costos de transferencia del productor al consumidor final...”*<sup>7</sup>

Es posible, adquirir bienes y servicios de cualquier tipo durante todo el día, lo que constituye un medio alternativo de compraventa mediante el pago con diversos instrumentos en el mercado.

En otro orden de ideas, el comercio electrónico se puede definir desentrañando el significado de sus palabras:

- ❖ Comercio. En este contexto, la palabra comercio, hace referencia a una serie de actividades que tienen lugar en redes abiertas compra, venta,

---

<sup>7</sup> Revista RED: “la comunidad de expertos en redes”, Ed. Red, año X, No. 115, México, 2000, p.46.

comercio, publicidad y transacciones de toda índole, que conducen a un intercambio de valor entre dos partes. Cabe citar como ejemplos las subastas, los servicios bancarios y demás servicios financieros, la venta de programas, y un número creciente de sitios Internet que ofrecen una amplia gama de bienes o servicios de consumo, todos ellos en línea.

- ❖ Electrónico. Infraestructura mundial de tecnologías y redes de la informática y las telecomunicaciones que permite el procesamiento y la transmisión de datos digitalizados.

Piña Libien, por su parte, señala que el e commerce, es *“...la transacción comercial llevada a cabo a través de cualquier medio electrónico, donde comprador y vendedor no tienen contacto físico directo; de tal suerte que se habla de una venta a distancia, celebrada sin la presencia física simultánea del comprador y vendedor, al transmitirse la propuesta de contratación del vendedor y la aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza...”*<sup>8</sup>

El comercio electrónico se refiere a todas las transacciones comerciales realizadas o basadas en sistemas electrónicos de procesamiento y transmisión de información, especialmente *Electronic Data Interchange*, e Internet.

Finalmente, conviene establecer que *“...el comercio electrónico existe desde hace varios años, y se ha realizado a través de redes privadas*

---

<sup>8</sup> Piña Libien, Hiram Raúl y Bernáldez Gómez, Dulce María.- Hermenéutica de la reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el comercio electrónico.- Op Cit. pag. 25.

*reguladas por códigos o acuerdos de naturaleza EDI, sin embargo, el avance en la tecnología de Internet ha alterado la estructura del mercado y ha expandido el campo de acción del comercio electrónico significativamente...'<sup>9</sup>*

## **2.2 ALCANCES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Internet abre la posibilidad de superar las barreras tradicionales del comercio internacional, ya que emplea tecnología multimedia que permite transmitir información textual, gráfica, sonora, imágenes en movimiento o en tres dimensiones, y supone una gran ventaja competitiva con diversos canales de venta.

Así, todo tipo de bienes y servicios son susceptibles de ser suministrados, pagados, gestionados, de forma total o parcial, a través de Internet, pero depende su naturaleza, habrá que recurrir en mayor o menor medida a los medios del comercio convencional.

En efecto, aquellos relacionados con la moda o los bienes tangibles necesitarán utilizar los medios tradicionales, al menos para algunas de las etapas de la compra como, por ejemplo, la entrega de la mercancía.

Otros productos, como servicios jurídicos o programas informáticos, pueden ser comprados y entregados íntegramente mediante medios electrónicos, como el caso de la música en formato *mp3*. De esta manera, se considera que el comercio electrónico también crea un nuevo comercio con

---

<sup>9</sup> Grupo de Estudios en Internet.- Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag 5.

todas aquellas mercancías, bienes o servicios que hagan idóneo el uso de este tipo de medios.

Bajo este panorama, los expertos predicen que la sociedad de la información tendrá en el futuro la misma relevancia que tuvo en su momento la imprenta o la Revolución Industrial. Significará una evolución en las relaciones económicas que puede modificar las estructuras actuales de comercio, porque altera la organización social actual, propia de los países desarrollados.

En los últimos años se ha generalizado el uso del término comercio electrónico, ya que ha pasado a formar parte integrante del lenguaje contemporáneo de las tecnologías de la información, fuente de profundos cambios del siglo pasado.

La expresión comercio electrónico, se utiliza con frecuencia en los medios informativos, negocios, y en el lenguaje corriente para referirse a una amplia gama de actividades que normalmente asociamos al uso de computadoras y de Internet para la colocación de bienes y servicios de una nueva forma, que se caracteriza por ser directa y electrónica.

Internet ha revolucionado el comercio internacional al romper las fronteras que separan a las compañías de los consumidores, a los vendedores de los compradores y a los proveedores de servicios de clientes. Hoy en día todos pueden convivir en mercados virtuales en Internet, ya que es una red accesible a millones de usuarios en todo el mundo; por mencionar sólo unas

cifras Internet representa en el mundo 20% de crecimiento anual, y en México es utilizado por 15% de la población.<sup>10</sup>

Por otra parte, el acortamiento del ciclo de compra, en el comercio electrónico, conlleva disminución de costos, no solo por requerir un número menor de intermediarios, ya sea en la búsqueda, promoción, entrega, cobro, etcétera, sino que en gran medida estos procesos pueden ser automatizados, y así reducirse los costos, lo que inevitablemente quedara reflejado en los precios de las mercancías.

Ciertos productos son más susceptibles de ser comercializados a través de Internet, como por ejemplo, aquellos que son digitalizables, ya sean archivos o música; sin embargo, es innumerable la cantidad y variedad de servicios que se posibilitan a través de la red.

Así, por otra parte, es necesario mencionar que en algunos países la administración pública, permite que por medio de Internet se realicen tramites, reclamaciones, consultas administrativas, pagos de impuestos, prestaciones sociales, entre otros muchos servicios.

Es difícil realizar un pronóstico exacto para el comercio electrónico, ya que crece de una forma muy acelerada; lo que se puede establecer, es que será base de la economía mundial en un futuro.

Hoy en día, son cada vez más las empresas que incursionan en Internet, un caso relevante es el de *Amazon.com*; que es un distribuidor que vende a través de su servidor Web de *Seattle*, más de dos millones de libros al año, diez veces más que cualquier librería real en el mundo; es una librería virtual,

---

<sup>10</sup> Fuente: Encuesta "Hábitos de los usuarios de Internet en México 2004". amipci 2004.

por tanto se ahorra los gastos de locales y de personal, lo que permite hacer descuentos de hasta el 40% sobre los best-seller y no menos de un 10 % para la mayoría de los libros.

Al respecto la siguiente gráfica indica cual es la principal actividad de los usuarios de Internet, cuando se encuentran en línea:<sup>11</sup>



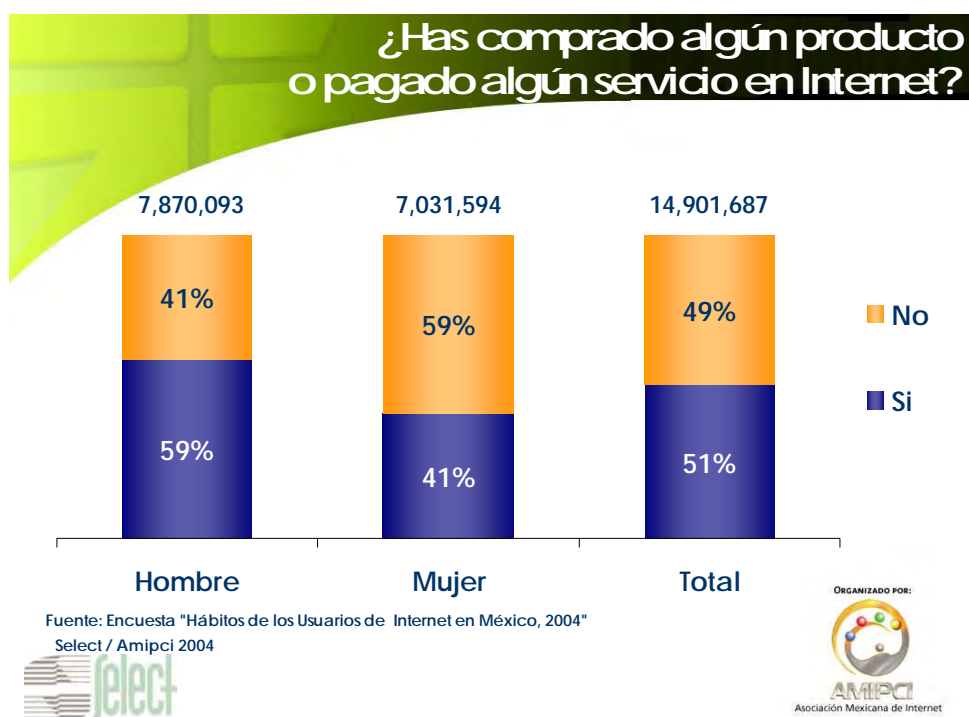
De lo anterior es factible establecer que el gran porcentaje de usuarios de la red la utiliza para enviar y recibir correos electrónicos esto es un 88%, y sólo el 18% lo usa para comprar o pagar algún producto o servicio; de ahí, el reto para el comercio electrónico, en el sentido de clientes cautivos.

<sup>11</sup> Fuente: Encuesta "Hábitos de los usuarios de Internet en México 2004". amipci 2004.



Es necesario que exista una certeza en las operaciones electrónicas que permitan mayor confianza y seguridad a los compradores y vendedores, lo que se traduciría en la consolidación del comercio electrónico.

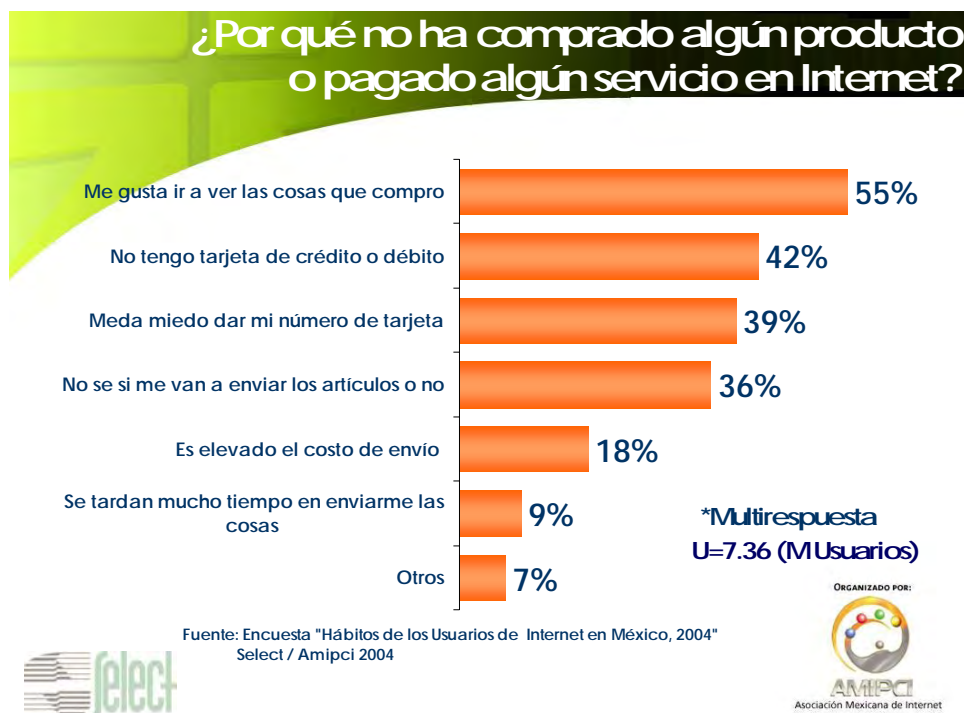
Al comercio electrónico, todavía le falta establecerse como una opción de compra latente entre los posibles compradores, ya que si bien, como lo demuestra la tabla siguiente el 51% de los usuarios en México, indican que han pagado o comprado algo en Internet, no lo hacen con frecuencia, ni mucho menos lo toman como una alternativa.<sup>12</sup>



En el marco de las compras por Internet, los usuarios principalmente refieren que no compran en línea por diversas causas, entre las que

<sup>12</sup> Fuente: Encuesta "Hábitos de los usuarios de Internet en México 2004". amipci 2004.

destacan que prefieren ver lo que se compra, o bien por que no se tiene tarjeta de crédito, sin embargo, considero que no se concretiza la compra venta en función de la desconfianza a las operaciones electrónicas.

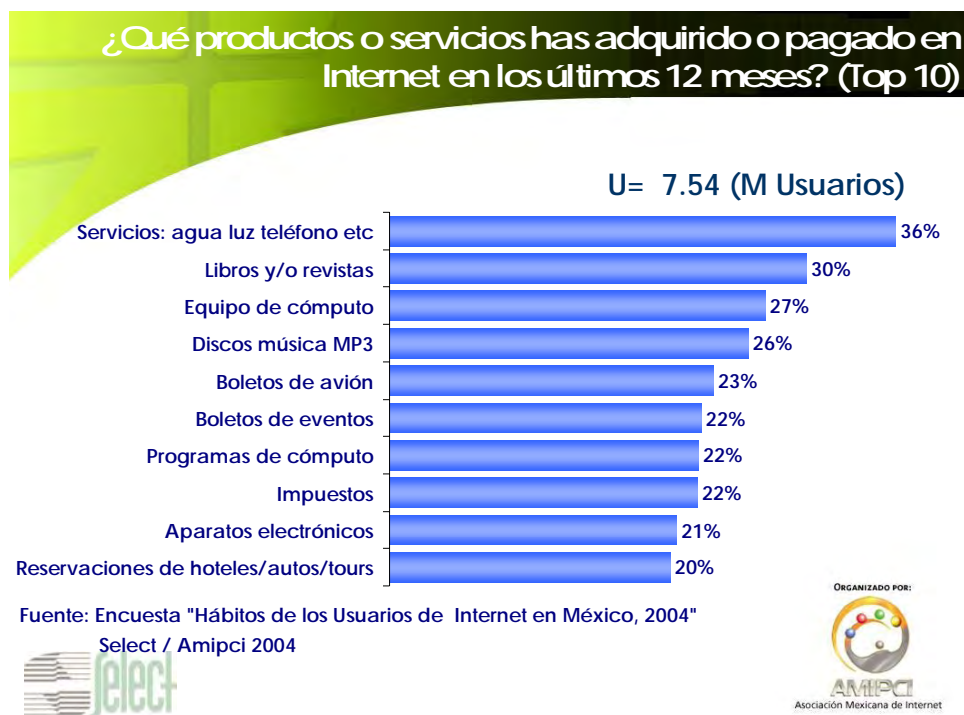


Internet simplifica la vida de la misma forma que permite comunicarnos a cualquier parte del mundo en tiempo real; nos abre la posibilidad para ahorrar tiempo y tener un panorama de compra más amplio.

Así, Internet se constituye como una herramienta indispensable en la actualidad, toda vez que incursiona en todos los ámbitos y es un motor que agiliza y simplifica la vida.

En efecto, es posible que por medio de Internet se paguen servicios como luz, teléfono, o bien se compren libros, música, se reserven boletos de

espectáculos o se haga la declaración de impuestos; sin dejar de mencionar que representa la herramienta mas poderosa de comunicación que existe, con posibilidades infinitas.



En México la era digital se ha relegado un poco en relación a países de primer mundo, por ejemplo en Japón los refrigeradores ya están conectados a Internet, y desde ahí se pueden hacer los pedidos para surtir las necesidades básicas del hogar; en Suiza ya se cuenta con el monedero digital, que aunque todavía no es muy común, se puede pagar incluso hasta el transporte público.

El comercio electrónico e Internet han aportado nuevos medios que transforman drásticamente el mundo de los negocios. Las transacciones son

más rápidas; las mercaderías y servicios que anteriormente se restringían a mercados locales están ahora disponibles por los consumidores globalmente.

El comercio electrónico suprime las barreras geográficas para las empresas y los consumidores, en tal sentido, extiende el alcance de la actividad empresarial al mercado de cualquier parte del mundo, al generar nuevas oportunidades de negocio.

Es un gran nivelador ya que permite que las empresas compitan en el mercado global en el mismo plano de oportunidades. Además, los consumidores toman sus decisiones de compra mejor informados al poder consultar numerosas referencias y catálogos en línea así como comparar precios sin salir de casa.

### **2.3 CARACTERÍSTICAS.**

Las nuevas formas de comercio electrónico son diversas; pueden ser tanto indirectas (petición electrónica de bienes) como directas (petición y entrega en línea de servicios).

No sólo se trata de obtener bienes materiales o productos comerciales a través de la red, sino también todo tipo de servicios, como por ejemplo, servicios de radio, vídeo a la carta, televisión, cinematografía, servicios audiovisuales, música, telefonía, información, asesoría jurídica, asesoría fiscal, programas informáticos, enseñanza a distancia, prensa escrita, servicios bancarios, videojuegos, publicidad, entre muchas otras opciones.

A pesar de los beneficios que se pronostican al comercio electrónico en el futuro, hoy en día las cifras que mueve son todavía reducidas, en comparación con el resto del comercio. Esto se explica por la desconfianza hacia las ventajas que ofrece Internet, en gran medida por desconocimiento tanto del entorno técnico como del entorno jurídico que lo rodea.

Se estima que existen más de 60 millones personas conectadas a Internet en todo el mundo; esta cifra denota la gran importancia que tiene este enorme mercado, de ahí que muchas empresas vean en el comercio electrónico una forma de llegar, tal vez no a todos estos cibernautas, pero sí a una parte de ellos, que por pequeña que sea, es bastante considerable.

El crecimiento en México del comercio electrónico ha sido lento debido principalmente a que las empresas temen dar acceso a información relevante al público en general, donde tal vez el miedo al cambio o a la modificación de la estructura organizacional o la falta de visión directiva, frena el desarrollo; aunado al hecho de que los usuarios aún no tienen la suficiente confianza en realizar transacciones de dinero vía Internet; sin embargo, esto se superará a medida que se perfeccionen los sistemas de seguridad, tanto jurídicos como tecnológicos.

Algunos productos son mas propensos a venderse en la red, como libros y discos, ya que los clientes no necesitan experimentar una prueba porque el producto es igual, incluso esta comprobado que en la red, el precio de estos artículos es mas bajo que en el propio establecimiento físico, ya que como se

ha apuntado no se requiere toda la infraestructura que lo único que hace es elevar el precio del producto.

El siguiente cuadro muestra que tipo de comercio es más compatible con el electrónico y cual con el tradicional:

<b>COMERCIO ELECTRÓNICO</b>	<b>COMERCIO TRADICIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Venta de libros y discos</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Compra de ropa</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Hardware</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Productos alimenticios</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Viajes</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Productos perecederos</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Reservaciones</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Venta de joyas</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Boletos de espectáculos</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Artículos de colección</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Banca en línea</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ventas pequeñas</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Venta de automóviles</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Arrendamiento</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Donaciones</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Artículos costosos</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Software</b></li></ul>	

Una de las características de Internet es su crecimiento acelerado; hoy millones de personas utilizan computadoras y se conectan a la red con la mayor naturalidad del mundo, de tal manera que cada año miles de millones de dólares se manejan en transacciones electrónicas.

La explosión de Internet se dio de una manera excepcional a partir de 1998, lo que ha llevado a considerar este sistema como un lenguaje

universal por el cual los hombres se pueden comunicar a lo largo del mundo y en tiempo real.

Cabe señalar que el número de sitios web ha crecido mas que la Internet; se estima que actualmente hay mas de 30 millones, y el número de páginas web se sitúa en millones, toda vez que cada sitio podría incluir cientos o miles de páginas individuales; al respecto Schneider, señala que “...los investigadores del Brightplanet, indican que el número de sitios web, es de mas de 500 millones...”<sup>13</sup>

## **2.4 CLASES DE COMERCIO ELECTRÓNICO.**

El comercio electrónico, pese a que es una disciplina relativamente nueva y que se transforma día con día, ha sido abordado por diversos tratadistas, que en su mayoría coinciden en que puede subdividirse en cuatro categorías:

- ❖ *Categoría compañía, que se refiere a una compañía que hace uso de una red para hacer ordenes de compra a sus proveedores, recibir facturas y realizar pagos correspondientes; ha sido utilizada por muchos años, particularmente en el uso del EDI (“Electronic Data Interchange”) sobre redes privadas o redes de valor agregado (“Value added Networks-VAN”).*
- ❖ *Categoría compañía-cliente, que se puede comparar con la venta al detalle de manera electrónica. Esta categoría ha tenido gran aceptación y se ha ampliado gracias al www, ya que existen diversos centros*

---

<sup>13</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico.- 3ª ed.- Edit. Thomson Universidad de San Diego EUA.- México, 2003.- pg. 33.

*comerciales, por todo Internet, que ofrecen toda clase de bienes de consumo, que van desde pasteles y vinos hasta computadoras y viajes.*

- ❖ *Categoría compañía-administración, se refiere a todas las transacciones llevadas a cabo entre las compañías y las diferentes organizaciones de gobierno. Por ejemplo realizar transacciones como el regreso de contribuciones o el pago de impuestos, a través de Internet.*
- ❖ *Categoría cliente-administración, aún no se desarrolla plenamente, pero con esta modalidad, el gobierno puede efectuar interacciones electrónicas como pagos de asistencia social, impuestos y multas en general, con la ventaja de ahorrar tiempo, mediante una transacción electrónica.*<sup>14</sup>

Por otra parte, el comercio electrónico se puede dar de dos maneras:

- **Indirecto:** Consiste en adquirir bienes tangibles, que necesitan luego ser enviados físicamente por canales tradicionales de distribución, como el servicio postal o empresas de mensajería.
- **Directo:** En esta modalidad el pedido, el pago y el envío del producto se realiza en línea esto es que se refiere a bienes intangibles y servicios que se pueden proporcionar en la red, tales como software y música.

---

<sup>14</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit. Abelardo Perrot.- Argentina, 2001.- pg. 191.



Los anteriores tipos de comercio electrónico ofrecen oportunidades específicamente diferentes; en donde “...la modalidad de comercio directo, es más pura, ya que en él solo intervienen medios electrónicos...”<sup>15</sup>

El directo, o comercio electrónico *on-line*, es aquel que se lleva a cabo exclusivamente mediante un recurso electrónico. El indirecto, o comercio *off-line*, es aquel que necesita alguna clase de apoyo por parte del medio físico y no puede completar electrónicamente la transacción.

Finalmente, también se puede clasificar según los agentes implicados, de tal modo que puede adoptar cuatro formulas fundamentales que son las siguientes:

- ◆ Empresa-Empresa o B2B.

Se presenta cuando una empresa utiliza Internet, tanto para hacer los pedidos a sus proveedores, como los pagos correspondientes.

- ◆ Empresa-Consumidor o B2C.

Aquí el consumidor va directamente a los portales comerciales para hacer sus compras, sin que existan de por medio intermediarios.

- ◆ Empresa –Administración o B2A

Esta formula implica transacciones entre las empresas y los organismos públicos.

- ◆ Consumidor-Administración o C2A

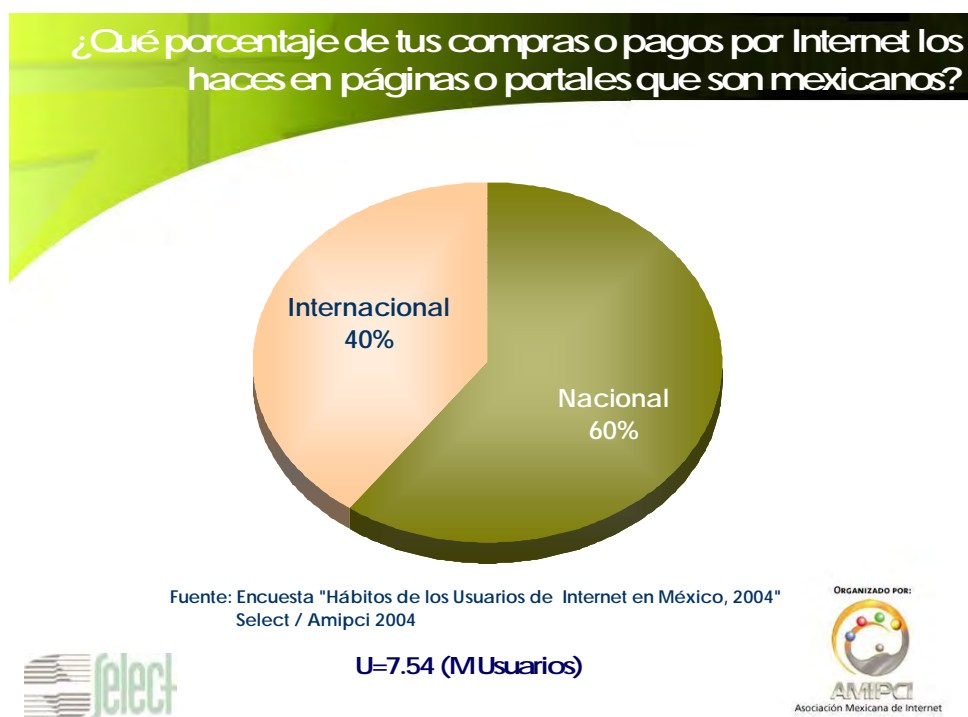
---

<sup>15</sup> Téllez Valdez, Julio.- Derecho informático.- 2ª ed.- Edit. MC Graw Hill, México, 1996, pg. 74.

Esta es la forma menos difundida del comercio electrónico, en estos casos los particulares pueden hacer pagos en línea a la administración pública de multas, recargos, impuestos, etc.

## 2.5 MERCADO ELECTRÓNICO.

Los mercados electrónicos, se refieren a las ventas y subastas online, por ejemplo, mercados de comercio de subasta en línea, casinos, e incluso telefonía satelital por Internet. El mercado electrónico es un representante virtual de los mercados físicos, las actividades económicas a cargo de este mercado electrónico representan la economía digital.



El mercado electrónico, es el espacio virtual o sitio en la red donde una serie de participantes realizan, principalmente, operaciones de compraventa de bienes y servicios.

En los mercados electrónicos se perfeccionan los contratos, se acuerdan voluntades, como es el caso de las subastas en línea; sin empacho, es necesario reconocer que las operaciones electrónicas principalmente se llevan a cabo mediante contratos de adhesión.

Ahora bien, en los también llamados mercados virtuales, se pueden celebrar operaciones conexas a las compraventas, como seguros, garantías, transportes o envío.

Los mercados virtuales se pueden clasificar en horizontales y verticales:

- ✓ Verticales. Se integran con la asociación de los distintos eslabones de la cadena del proceso productivo.
- ✓ Horizontales. Son los que integran diversos participantes de una etapa específica del proceso productivo.

Cabe señalar que se pueden constituir tanto por compradores como por vendedores.

*“...Los mercados electrónicos o virtuales, se pueden clasificar según su giro, en generales, específicos, subastas, casas de bolsa, incluso hasta casinos; cada portal impone una serie de reglas comunes en la forma de contratación, lo que permite que cada cliente que visite la página tenga el*

*respaldo del portal, en el sentido de que es el regulador o arbitro de la posible operación...”<sup>16</sup>*

El ingreso a un mercado virtual se puede dar mediante el pago de cuotas de suscripción, el cobro de un porcentaje por las transacciones celebradas, ingresos por publicidad, la compra de un espacio virtual, entre muchos otros que se puedan desarrollar con el paso del tiempo.

Los mercados virtuales representan ventajas tanto a vendedores como a compradores, por citar algunas:

- ❖ Comprador; reduce costos, cargas administrativas, gastos indirectos, ahorra tiempo, amplia su gama de posibilidades, además de tener la posibilidad de servicios adicionales.
- ❖ Vendedor; facilita la etapa inicial de contacto con posibles clientes, aumenta la fidelidad de los clientes, reduce tiempos y costos de colocación del producto en aparadores.

En México existen una variedad de mercados virtuales, entre los más visitados se encuentran mercadolibre.com, samborns.com, deremate.com, por citar algunos.

## **2.6 ELEMENTOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

El derecho del comercio electrónico se debe sustentar en principios o elementos fundamentales, los cuales ayudaran tanto a las legislaciones nacionales como internacionales, a contener reglas comunes; así, Romero

---

<sup>16</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- Op. Cit. pag. 200.

Castellanos, señala que la revolución de la informática ha generado nuevos conceptos en el derecho, de esta forma plantea los siguientes premisas universales:

❖ **Desmaterialización.**

*“...Es el proceso por medio del cual un documento papel es transformado en un documento electrónico; en ese sentido, la principal ventaja de la desmaterialización es la reducción de los típicos riesgos asociados con el envío de documentos de papel y ahorro de tiempo y dinero...”<sup>17</sup>*

*“...Desde el punto de vista jurídico y de los negocios, un documento desmaterializado debe tener el mismo significado que el documento físico, sin sacrificar la eficacia legal, con las ventajas del documento electrónico...”<sup>18</sup>*

El proceso de desmaterialización debe proveer una solución tecnológica para superar los retos impuestos en legislaciones que exigen la presentación y/o entrega de documentos para realizar el derecho incorporado en un documento.

La desmaterialización puede ser total o parcial. En el primer caso, el documento es creado, circulado y negociado electrónicamente, sin que el mismo sea el producto de la transformación de un documento de papel a un documento electrónico. En el otro aspecto, el documento es creado en forma física pero las transacciones sobre el se realizan electrónicamente, en ésta modalidad el documento se deposita en un banco o central de registro donde

---

<sup>17</sup> Grupo de Estudios en Internet.- Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag 23.

<sup>18</sup> Ibídem, pg 25.

es convertido en documento electrónico, con el fin de realizar operaciones sobre el.

El proceso de creación y negociación sobre un documento electrónico, ya sea desmaterializado o inmaterializado, usualmente contiene los siguientes elementos:

- ◆ Un marco jurídico común sobre los elementos mínimos para crear, negociar y extinguir documentos electrónicos.
- ◆ Una infraestructura tecnológica que garantice seguridad y compatibilidad técnica entre todos los sistemas electrónicos eventuales de los diferentes agentes que intervienen.
- ◆ Un manual sobre los procesos y condiciones que se deben efectuar en cada paso para realizar una actividad en ese contexto electrónico.

#### ❖ Documento Electrónico

Un documento electrónico es un mensaje de datos con soporte digital, en donde se registra la voluntad de una persona; de esta forma, una de sus características principales radica en el hecho de que solo pueden ser leídos o conocidos por el hombre, mediante el uso de sistemas informáticos.

El documento electrónico posee los mismos elementos que un documento escrito, ya que contiene un mensaje, un idioma o código determinado, y

esencialmente se puede atribuir a una persona específica por medio de una firma.

Así, el documento electrónico es un objeto físico dirigido a conservar y transmitir información mediante mensajes en lenguaje natural, realizado con la intermediación de funciones electrónicas.

#### ❖ **Contrato Electrónico**

El contrato electrónico, se conceptúa como aquel en que la aceptación se transmite por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

## **CAPITULO 3.**

### **COMERCIO ELECTRÓNICO.**

#### **SUMARIO.**

3.1 Definición del Contrato Electrónico. 3.2 Elementos del Contrato. 3.2.1 Consentimiento. 3.2.2 Oferta. 3.2.3 Aceptación. 3.2.4 Retracción de la Oferta. 3.2.5 Perfeccionamiento. 3.2.6 Objeto. 3.2.7 Forma. 3.2.8 Capacidad. 3.2.9 Vicios del Consentimiento. 3.3 Contratación Electrónica. 3.4 Determinación del Momento y Lugar de Celebración del Contrato Electrónico. 3.5 Contratos en Formato EDI. 3.6 Contrato de Adhesión por www. 3.7 Sistema de Pagos Digitales. 3.7.1 Banca Digital. 3.7.2 Tarjeta de Crédito. 3.7.3 Moneda Digital. 3.7.4 Cheques Digitales. 3.8 Lugar, Tiempo y Forma de Entrega. 3.9 Seguridad de las Partes. 3.10 Criptografía. 3.11 Firma Digital. 3.12 Certificación y Cybernotario.

#### **3.1 DEFINICIÓN DEL CONTRATO ELECTRÓNICO.**

Los contratos electrónicos son aquellos que se celebran o perfeccionan por medios electrónicos y pueden concebirse en dos sentidos, amplio o estricto.

Así, se parte de la premisa que los contratos electrónicos, se celebran por medios electrónicos o telemáticos; en esta tesitura, Davara Rodríguez, señala que la contratación electrónica es *“aquella que se realiza mediante la utilización de algún elemento electrónico cuando éste tiene, o puede tener, una incidencia real y directa sobre la formación de la voluntad o el desarrollo o Interpretación futura del acuerdo”*<sup>1</sup>

Por otro lado, la contratación electrónica se caracteriza por superar la tradicional celebración verbal o escrita de los contratos, y por la utilización de

---

<sup>1</sup> Davara Rodríguez, Miguel Angel.- Manual de derecho informático.- Op. Cit.- pag. 165.



nuevas tecnologías de la informática o telemática y de las que resulten en el futuro por el desarrollo de las telecomunicaciones.

*“...Estos contratos se celebran mediante el llamado dialogo de ordenadores, el cual discurre entre el ordenador del emisor y del receptor, a través de una red telemática binaria e interactiva de operadores intermedios, llamada Internet...”<sup>2</sup>*

Para Olivier Hance, un contrato celebrado por Internet es ante todo, un contrato; de esta forma considera que las reglas de los contratos tradicionales también aplican a los celebrados en la red.

*“...Bajo la legislación francesa, un contrato se establece cuando una parte hace una oferta y otra la acepta; por otra lado, para el derecho ingles y estadounidense, un contrato se perfecciona, cuando las partes muestran una voluntad e intención mutua de quedar sujetos por un conjunto de términos; sin embargo, en estas dos legislaciones, también se requiere que la aceptación de una obligación que hace una persona, respecto de otra se base en una consideración valiosa, que es un tipo de compensación por medio de la cual, la parte contratante hace pagos de compromiso contractual a la otra, es así que esta debe existir a la hora de cerrar el contrato...”<sup>3</sup>*

El contrato electrónico se puede definir como la expresión utilizada para hacer referencia a todo acuerdo de voluntades que genera obligaciones,

---

<sup>2</sup> Instituciones de Derecho Privado.- Contratación Contemporánea, Contratación Electrónica y Tutela del Consumidor.- Tomo 2.- 1ª ed.- Edit. Temis.- Colombia, Bogota, 2001.- pg. 20.

<sup>3</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- 1ª ed. Edit. Mc Graw Hill.- México.- 1997.- pg. 151.

cuando se utilizan medios electrónicos en las negociaciones preliminares a su formación o bien en su ejecución.

Ahora bien, bajo el argumento de que Internet es una red de comunicación mundial, la cual se debe regir bajo el derecho internacional; el comercio electrónico, debe calificarse como internacional, luego entonces, los contratos electrónicos, deben de someterse al derecho internacional privado.

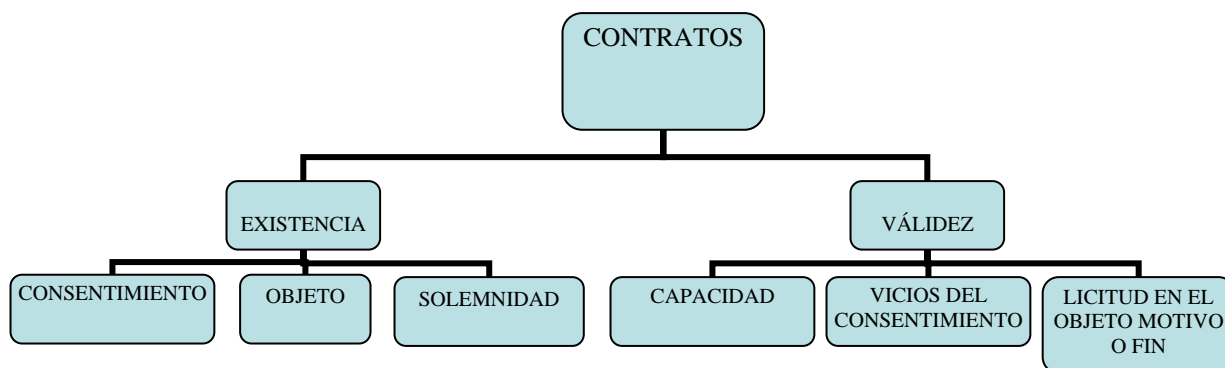
Por tanto, se habla de contrato electrónico, cuando para su perfeccionamiento o cumplimiento se requieren medios electrónicos; así, *“...en un futuro se podrán celebrar operaciones de bolsa, rentar oficinas virtuales, consulta de asesores en línea, o bien, gracias a los sistemas UMTS, GPRS y IPv6, los contratos virtuales se multiplicarán, ya que será posible teledescargar películas sobre el celular, o bien que el refrigerador ordene su reparación por medio de Internet...”*<sup>4</sup>

### **3.2 ELEMENTOS DEL CONTRATO.**

En México los contratos contienen dos elementos fundamentales para que sean posibles física y jurídicamente, los de existencia y los de validez, al respecto, el siguiente cuadro representa una clasificación de los elementos:

---

<sup>4</sup> Graham, James A.- El Derecho Internacional Privado del Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 128.



Los contratos a lo largo del tiempo han evolucionado, de tal forma que su concepción como el acuerdo de voluntades de las partes, se ha modificado en las últimas décadas, hasta el grado de manejar el término “deshumanización del contrato”, que es producto de la masificación de la producción y la comercialización.

Diariamente, todos celebramos contratos de diferente índole, ya sea de transporte, al comprar en el supermercado, o bien cargar gasolina; pero, en gran parte, casi todos tienen la característica que son de adhesión, al ser repetitivos y uniformes.

Luego entonces, en virtud, de que la mayoría de los contratos actualmente son de adhesión, algunos autores, sostienen que *“...nos encontramos en la era de posnegociación; en donde los sujetos son responsables por los medios y formas que elijan para expresar su voluntad al contratar...”*<sup>5</sup>

Por otro lado, el contrato electrónico contiene cinco fases, que son:

✓ Propuesta.

<sup>5</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- Op. Cit. pag. 36.

- ✓ Transmisión de las declaraciones negóciasles.
- ✓ Aceptación.
- ✓ Momento de perfeccionamiento del contrato.
- ✓ Inestabilidad del consentimiento.

Bajo esta premisa, y en razón de que la naturaleza jurídica del contrato en Internet, es por lo general de adhesión; se requiere para formarlo de la aceptación del vinculado, quien en caso de no estar de acuerdo podrá rechazarlo; por tanto, es necesario que se establezcan normas mínimas para su celebración:

- ◆ Prohibición de hacer ofertas al público que impliquen una aceptación tácita de productos no requeridos.
- ◆ Establecer requisitos esenciales, tales como informar suficiente, anticipada y expresamente al adherente sobre los efectos y alcance de las condiciones generales.
- ◆ Anulación de cláusulas expresamente prohibidas por la ley o calificadas como abusivas.

### **3.2.1 CONSENTIMIENTO.**

*“...El consentimiento es el acuerdo de voluntades respecto de un objeto común que consiste en producir consecuencias jurídicas que son la creación, transmisión, modificación o extinción de obligaciones...”<sup>6</sup>*

---

<sup>6</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. 6ª ed.- Edit. Porrúa.- México 1999. pg. 25.

Martínez Alfaro, por su parte, enseña al citar a Baudry Lacantinerie y Gaudemet, que *“el consentimiento es el acuerdo de dos o varias personas sobre un mismo punto; es el resultado de dos o varias voluntades que se unen”*<sup>7</sup>

*“...El consentimiento es un concurso de voluntades...”*<sup>8</sup>; señala el maestro Domínguez Martínez, que considerado como acuerdo de voluntades, se integra con la aceptación de la oferta.

Ahora bien, para que se celebre un contrato en Internet es esencial que cada parte manifieste su libre consentimiento y que se informe del límite establecido por el acuerdo; por lo que, el consentimiento debe existir y no tener vicios.

En los contratos electrónicos, las partes deben comunicarse la intención de contratar; sin embargo, el problema radica en que son contratos entre ausentes, por tanto, se dice que los contratantes son invisibles, esto debido a la desmaterialización e internacionalización de las transacciones; es por eso, que existen diversos postulados que estudian los tipos de consentimiento que operan en la red.

- ❖ Consentimiento dirigido; que postula la autonomía de la voluntad y a su vez se divide en dos concepciones.

---

<sup>7</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit. pag. 25.

<sup>8</sup> Domínguez Martínez, Jorge Alfredo.- Derecho Civil.- 6ª ed.- Edit. Porrúa.- México 1998. pg. 527.

- Liberal; que se entiende como la libertad contractual concedida al individuo, y que permite crear vínculos de obligación por su propia voluntad.
  - Dirigista; en esta categoría el contrato se liga al cambio y evolución de la sociedad; aquí, la obligatoriedad del contrato no proviene sólo de la autonomía de la voluntad sino de un orden superior a ella, la voluntad eficaz se subordina a las reglas del orden público, a lo que marca el estado.
- ❖ Consentimiento reflejado; aquí la autonomía de la voluntad no depende sólo de la autoridad legislativa, sino de las necesidades de los consumidores y productores.

En los contratos electrónicos la automatización del consentimiento puede manifestarse en dos formas, por una oferta permanente de un sitio comercial donde las características del contrato se definen automáticamente y por las relaciones entre profesionales al usar el *electronic data interchange*, donde se delega al software la conclusión de los contratos.

Según Mejan Carrer, la manifestación de la voluntad o consentimiento es la evolución final de las solemnidades que el ser humano implementó a sus actos desde tiempos remotos a través de ritos religiosos o cotidianos que expresaron un compromiso entre los miembros de la sociedad, lo que permitía dejar una constancia del propio acto; según el autor, esto originó un presupuesto jurídico, así afirma “...no importa que las partes lo hayan

*querido: como nunca lo expresaron con la solemnidad adecuada, su voluntad nada cuenta, el mundo jurídico no se ha movido...*<sup>9</sup>

Una de las aristas principales al celebrar contratos electrónicos es acreditar el consentimiento, por tanto se hace imprescindible dar a los documentos electrónicos el carácter de permanentes, inviolables y acreditables para oponerse ante cualquier persona en caso de controversia.

### **3.2.2 OFERTA.**

*"...La policitación u oferta, es la primera manifestación de la voluntad y consiste en la proposición u ofrecimiento que una parte hace a otra, con la intención de obligarse si hay aceptación..."*<sup>10</sup>

Así, la oferta es la manifestación de la voluntad unilateral, por la cual una persona da a conocer su intención de contratar y las condiciones esenciales del contrato.

La oferta o propuesta de un contrato electrónico, generalmente se hace en un sitio web, y es dirigida a personas indeterminadas; al respecto, el maestro Caffera, estima que las propuestas se deben tener como invitaciones a ofertar, y cita a Gamarra al señalar que *"...en general se entiende que la exposición de mercaderías en los escaparates aun con indicación de precio,*

---

<sup>9</sup> Mejan Carrer, Luis Manuel. "La formación del consentimiento por medios electrónicos" En ARS IURIS. Revista del Instituto de Documentación e Investigación Jurídica de la Facultad de Derecho de la Universidad Panamericana, número 14, México 1995. Pag. 305.

<sup>10</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit.26.

*no constituye una propuesta, sino un anuncio, que debe interpretarse como invitación a contratar...”<sup>11</sup>*

Sin embargo, pese a lo anterior la oferta dirigida a consumidores determinados o indeterminados, vincula a quien la emite y aquel que la utiliza, por lo que Caffera, cita a Alterini, al indicar que *“...la oferta al público es vinculante para el emisor, en tanto que si un consumidor potencial la acepta, el contrato queda celebrado...”<sup>12</sup>*

Por otro lado, *“...bajo la ley francesa y estadounidense, la oferta es una declaración unilateral de la voluntad, por la cual, la parte que la hace propone la celebración de un contrato a una o más partes específicas, de tal manera, que no esta sujeta a ninguna otra condición excepto a su forma...”<sup>13</sup>*

Ahora, la oferta es efectiva solo desde el momento en que el comprador queda informado de ella y hasta que expira el periodo determinado por la parte que la hace.

Por su parte, la Convención de las Naciones Unidas, sobre los Contratos de Compraventa Internacional, señala en su artículo 14, que la propuesta de celebrar un contrato de compraventa constituye una oferta, si se cumplen con tres requisitos:

- ◆ Ser dirigida a una o varias personas determinadas.
- ◆ Suficientemente precisa.
- ◆ Manifestar la intención del oferente de quedar obligado al ser aceptada.

---

<sup>11</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- Op. Cit. pag. 139.

<sup>12</sup> Ibídem, pg. 140.

<sup>13</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op. Cit. pag. 152.



El requisito de estar dirigida a una o varias personas determinadas, distingue entre una oferta simple y una oferta al público; en esta tesitura, es conveniente que la oferta se formule en términos precisos, en los que se manifieste sí es una sola oferta para ser aceptada mancomunada o solidariamente; o si es una sola oferta que será válida con la persona que primero acepte; o bien, si son varias ofertas del mismo contenido; asimismo, debe quedar clara la intención del oferente de obligarse, a fin de eliminar toda confusión.

La mención de la cantidad es necesaria para que la oferta se considere firme; por tanto, *“...si no hay indicación de precio, la propuesta no es una verdadera oferta, pero si el destinatario acepta, se perfecciona la compraventa validamente...”*<sup>14</sup>

Por otra parte, la oferta surte sus efectos cuando llega al destinatario, es decir que se comunica verbalmente, o por cualquier otro medio; así, la propuesta contractual debe ser completa, al extremo que el destinatario debe aceptarla con un simple “click”.

### **3.2.3 ACEPTACIÓN.**

*“...La aceptación es la manifestación de la voluntad hecha por quien recibió la oferta, dirigida al oferente, y que consiste en la conformidad con dicha*

---

<sup>14</sup> Goddard Adame, Jorge.- El Contrato de Compraventa Internacional.- 1ª ed.- Edit. Mc Graw Hill.- México, 2001. pg. 94.

*oferta...*”<sup>15</sup> por tanto el consentimiento se formará cuando haya aceptación de la oferta.

En efecto, la aceptación es la intención del receptor de aceptar pura y simplemente la oferta, sin cambiar sus términos; así, la notificación de la aceptación debe realizarse antes de que la oferta sea anulada o invalidada debido a la expiración del periodo de validez especificado, o bien al retiro de la oferta por la parte que la hace.

Como regla general, la persona a la que se le hace la oferta no puede quedar obligada por su silencio, por lo que, si recibe un correo electrónico en donde se informa que no respondió a la oferta dentro de cierto periodo, no esta obligada a contestar, ni mucho menos quedara obligada.

Sin embargo considera Hance, que la aceptación puede ser implícita en dos situaciones:

- *“Puede ser implícita si la oferta se hace para el exclusivo interés del posible comprador, pero esto no ocurre con frecuencia en Internet;*
- *También puede quedar implícita cuando ya exista un flujo regular de negocios entre las partes contrayentes, que es una práctica ordinaria en la modalidad EDI, en Internet.”*<sup>16</sup>

Así, la aceptación sea explícita o tácita, no queda sujeta a ninguna condición, excepto a su forma.

---

<sup>15</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit. 26.

<sup>16</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op.Cit. pag. 152.

La aceptación de la oferta es el elemento que perfecciona el contrato de compra venta; es posible emitirla en términos del comercio electrónico, por medio de fax, e mail, mensaje de datos, o cualquier otro medio.

Por otra parte es factible que el silencio sea considerado como aceptación, en el caso que una oferta se haya hecho con modificaciones que no la alteren sustancialmente, y el oferente no lo objeta, por tanto se entiende como una aceptación a la nueva oferta, la cual reviste modificaciones.

*“...La aceptación de la oferta consiste en el asentimiento, en el sentido que si la respuesta de una oferta, que pretende ser aceptación, contiene adiciones, limitaciones o modificaciones que alteran sustancialmente los términos de la oferta, no es una aceptación, sino una contraoferta...”<sup>17</sup>* por tanto, la aceptación que no se expresa en la forma o por los medios previstos en la oferta constituye una nueva invitación a contratar.

Bajo estas consideraciones, el artículo 19-3, de la Convención de las Naciones Unidas, sobre los Contratos de Compraventa Internacional, señala que, alteran sustancialmente los términos de la oferta, todas las modificaciones relativas al precio, pago, calidad y cantidad de las mercancías, lugar, fecha de entrega, grado de responsabilidad, o solución de controversias.

Por lo que, si la respuesta que pretende ser aceptación contiene modificaciones que no alteran sustancialmente los términos de la oferta,

---

<sup>17</sup> Goddard Adame, Jorge.- El Contrato de Compraventa Internacional.- Op. Cit. pag. 105.

entonces constituye aceptación y perfecciona el contrato con las modificaciones introducidas por el aceptante.

En otro orden de ideas, el efecto principal de la aceptación es perfeccionar el contrato; por tanto, si la oferta fija un plazo para la aceptación, ésta debe llegar al oferente dentro del plazo fijado.

Si la oferta no fija un plazo, la aceptación tiene que producirse dentro de un tiempo razonable, acorde a lo que indica el artículo 18-2, de la Convención sobre Contratos de Compraventa Internacional.

#### **3.2.4 RETRACTACIÓN DE LA OFERTA.**

La oferta se puede revocar antes de que se envíe la aceptación, conforme al artículo 16 de la Convención sobre Contratos de Compraventa Internacional; bajo la premisa de que el contrato se perfecciona cuando la aceptación llega al oferente, la retractación se hace imposible en cuanto se envía la aceptación.

En efecto, la oferta puede revocarse o retirarse si no se envía la aceptación; de esta forma, se puede emitir con un plazo para su aceptación, o con una condición de temporalidad, es decir se puede extinguir cuando el emitente recibe el rechazo de la oferta, expira el plazo fijado, o bien no se cumple con la condición.

Es preciso destacar que cuando se recibe una contraoferta por parte del aceptante, se debe tomar como una nueva.

*“...La legislación francesa permite retirar una oferta propuesta, al suponer que no se ha aceptado; por su parte la legislación inglesa y americana, también permiten revocar una oferta, incluso si ya se comunicó, con la salvedad que no haya acuerdo de voluntades...”<sup>18</sup>*

Atento a lo anterior, se impone necesario establecer que, el maestro Martínez Alfaro, señala *“...es posible retractarse de la oferta y de la aceptación siempre y cuando el destinatario reciba la retractación antes de la oferta o de la aceptación...”<sup>19</sup>*

Por lo que hace al comercio electrónico, algunas páginas permiten usar o probar el producto por un determinado tiempo, y si no se está satisfecho devolverlo; lo que constituye una especie de retractación de la oferta.

### **3.2.5 PERFECCIONAMIENTO.**

Los contratos electrónicos en su mayoría se celebran entre ausentes, por tanto es necesario determinar el momento en que se perfeccionan.

De esta forma la propuesta de celebrar un contrato de compra venta constituye una oferta si se cumplen tres requisitos:

- Estar dirigida a una o varias personas determinadas.
- Ser precisa.
- Expresar la intención del oferente a quedar obligado.

El perfeccionamiento de un contrato electrónico, se da cuando, la aceptación de la oferta surte efectos, lo cual sucede:

---

<sup>18</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op. Cit. 152.

<sup>19</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit.29.

- ◆ Cuando la aceptación llega al oferente.
- ◆ Cuando el aceptante ejecuta el acto que indica su aceptación.

Ahora, conforme a lo establecido en el artículo 23 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional, el contrato se perfecciona *“en el momento de surtir efecto la aceptación de la oferta”*,<sup>20</sup> esto puede suceder cuando la aceptación llega al oferente, o cuando, el aceptante ejecuta el acto que indica la aceptación.

Robustece lo anterior, el criterio del maestro Carlos Vattier Fuenzalida, que señala, conforme a la teoría de la recepción, que *“...el contrato se perfecciona, en el momento en que la aceptación llega al domicilio o sede del oferente...”*<sup>21</sup>

Es importante resaltar que los contratos electrónicos pueden perfeccionarse, cuando el oferente reciba el correo electrónico en su buzón, toda vez, que la emisión y recepción son instantáneas, en este tipo de contratos.

Otra corriente de opinión señala que el contrato se celebra cuando el destinatario del servicio, recibe por vía electrónica, una notificación del prestador de servicios que acusa recibo de la aceptación.

Así, cuando se efectúe un pedido por vía electrónica, se aplicarán los principios siguientes:

---

<sup>20</sup> Goddard Adame, Jorge.- El Contrato de Compraventa Internacional.- Op. Cit. pag. 114.

<sup>21</sup> Instituciones de Derecho Privado.- Contratación Contemporánea, Contratación Electrónica y Tutela del Consumidor.- Op. Cit.- pag. 28.

- ◆ El proveedor de servicios debe acusar recibo del pedido del destinatario, sin demora indebida y por vía electrónica.
- ◆ Se considera que se han recibido el pedido y el acuse de recibo, cuando las partes a las que se dirigen puedan tener acceso a los mismos.

En otro orden de ideas, es posible conceptualizar el proceso de contratación electrónica, en tres fases:

- Un empresario ofrece por medios electrónicos, la venta de un bien o la prestación de un servicio (lo cual podría considerarse, en términos jurídicos, como oferta contractual).
- Por otra parte, un consumidor (u otro empresario) realiza un pedido por medios electrónicos (sería, correlativamente, una declaración de aceptación de la oferta anterior).
- El primer empresario debe enviar un acuse de recibo de la aceptación que el consumidor (o el segundo empresario) envió.

De lo anterior, se desprende que los tres pasos consistentes en oferta, aceptación y acuse de recibo, son necesarios en la contratación electrónica; sin embargo, al margen de lo anterior, es preciso destacar que, en los contratos celebrados por correo electrónico puede suprimirse el acuse de recibo.

Los contratos celebrados entre ausentes se caracterizan porque entre la oferta y la aceptación existe un tiempo relevante en cuanto a la posibilidad de la ocurrencia de riesgos que hay que distribuir, y que pueden ser, entre otros,

la muerte, la incapacidad o la quiebra, del oferente o del aceptante, o la retractación; al respecto, Lorenzetti, señala las siguientes reglas:

1. *“Regla de la declaración.- Bajo esta regla el contrato se considera concluido con el solo hecho de la aceptación de la oferta, sin que sea necesaria ninguna exteriorización de la voluntad, ni el envío de ella al oferente.*
2. *Regla de la expedición.- Aquí el contrato se concluye con la expedición o envío de la aceptación por parte del aceptante; así, se debe exteriorizar el acto mediante el envío; por lo tanto el tiempo y los riesgos que existen desde el envío hasta que el oferente recibe la aceptación quedan a cargo del oferente, dado que el contrato ya se perfecciona.*
3. *Regla de la recepción.- El contrato se perfecciona desde que la aceptación es recibida por el oferente; es preciso que el aceptante declare su voluntad interna de aceptar, la exteriorice mediante el envío y sea recibida por el oferente, de lo que se desprende que la aceptación es una declaración de la voluntad. El tiempo y los riesgos del envío son a cargo del aceptante, ya que el contrato no se perfecciona hasta que el oferente reciba la aceptación.*
4. *Regla del conocimiento.- El contrato se perfecciona desde que la aceptación es conocida por el oferente; el tiempo y riesgos del envío y*



*el de que la declaración no sea conocida por el oferente son a cargo del aceptante.”<sup>22</sup>*

Bajo este plano argumentativo, “...los contratos electrónicos sean civiles o mercantiles se perfeccionan por el simple consentimiento de las partes...”<sup>23</sup>

Es importante destacar el criterio del maestro Ernesto Rengifo García, conforme a las reglas de los contratos entre ausentes, al señalar que “...si no se ha estipulado otra cosa, el contrato se considera concluido en el momento y lugar en que el mensaje de aceptación de la oferta contractual es recibido por el sistema informático del destinatario...”<sup>24</sup>

Por otra parte, la ley española de comercio electrónico, en su artículo 28, titulado “Información posterior a la celebración del contrato”, establece que:

*“El oferente está obligado a confirmar la recepción de la aceptación al que la hizo, por alguno de los siguientes medios:*

- *El envío de un acuse de recibo por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente, a la dirección que el aceptante haya señalado, en el plazo de las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación, o*
- *La confirmación, por un medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación, de la aceptación recibida, tan pronto*

---

<sup>22</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit. Abeledo-Perrot.- Argentina, Buenos Aires.- 2001.- pg. 193.

<sup>23</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- 1ª ed.- Edit. Marcial Pons.- España, Madrid- Barcelona.- 2001. pg. 289.

<sup>24</sup> Rengifo Garcia, Ernesto, Peña Valenzuela, Daniel, et al.- Comercio Electrónico, Memorias.- 1ª ed.- Edit Universidad Externado de Colombia.- Departamento de Derecho de los Negocios.- Colombia, Bogotá.- 2000.- pg. 20.

*como el aceptante haya completado dicho procedimiento, siempre que la confirmación pueda ser archivada por su destinatario...*”

Por su parte la ley de comercio electrónica francesa, señala en su artículo 1396-2, que:

*“El contrato propuesto por vía electrónica se considera concluido cuando el destinatario de la oferta, después de tener la posibilidad de verificar el detalle de su pedido y el precio total, así como de corregir los eventuales errores, la confirme expresando su aceptación. El autor de la oferta debe hacer acuse de la recepción del pedido sin retraso y por vía electrónica.”*

Pese a lo anterior, estas dos legislaciones atribuyen una distinta función y relevancia jurídica al acuse de recibo, y por tanto difieren en el momento de formación del contrato.

Con respecto al momento de formación del contrato, el contrato se considera celebrado cuando el consumidor envía su aceptación, siendo irrelevante a estos efectos el acuse de recibo.

Sin embargo, es preferible sostener que el contrato se perfecciona cuando el consumidor ha recibido el acuse de recibo, ya que proporciona una seguridad más alta al tráfico comercial.

De esta manera el momento de formación del contrato queda vinculado a la disponibilidad de medios de prueba para ser usados en caso de litigio.

### **3.2.6 OBJETO.**

El objeto se clasifica en dos especies; directo e indirecto.

*“...El directo consiste en crear, transmitir, modificar o extinguir obligaciones.*

*El indirecto, a su vez, consiste en la cosa o en el hecho que el obligado debe dar o ejecutar...’<sup>25</sup>*

Para efectos del comercio electrónico, el objeto se refiere a que la cosa producto del contrato, se encuentre dentro del comercio, es decir, que sea susceptible de apropiación por permitirlo la naturaleza o la ley.

Es dable resaltar que existen cosas u objetos imposibles de comercializar, como la luna, o bien, el ejemplo tan pululado de vender la Torre Eiffel.

Por tanto, el contrato es inexistente cuando la cosa no existe en la naturaleza, no es determinada, ni determinable, o bien, esta fuera del comercio, ya que el objeto es física o jurídicamente imposible.

Ahora, es necesario hacer la aclaración de la posibilidad jurídica del objeto, esto es, en algunos países o legislaciones, ciertos actos son imposibles por disposición expresa de la ley, cuando estos mismos en otros, sí están reconocidos; es el caso, por ejemplo de los casinos, que en México, no están permitidos, cuando en Estados Unidos de América, sí.

Lo difícil es, entonces, determinar si la transacción en un casino es válida, sí se realiza en México; ante esa situación considero que sí una persona

---

<sup>25</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit.34.

realiza apuestas en un casino es totalmente válido, en atención a lo siguiente:

- El casino se encuentra establecido o tiene su plataforma, fuera de México.
- Los actos sobre este se realizan en dónde tiene su domicilio el prestador de servicios, y no el cliente.

Caso contrario, sería si el casino tuviese un dominio Mexicano, porque se convertiría en un acto ilegal.

### **3.2.7 FORMA.**

La forma es un elemento de validez del acto jurídico que se refiere a la manera de exteriorizar el consentimiento, y se puede manifestar de dos modos, expreso y tácito.

*Así, "...la forma expresa se puede dividir en tres especies: verbal, escrito y mímico..."*<sup>26</sup>

Por su parte la forma tácita, consiste en realizar actos que presuman la voluntad, y sin que intervenga la palabra, ni la escritura.

Esencialmente, para que exista un contrato, se requiere que conste por escrito y que sea firmado de manera autógrafa; así, en el comercio electrónico, para que un contrato tenga forma, no se requiere de papel, ya que existe en la memoria de los ordenadores o plataformas electrónicas, y la firma se reemplaza por la digital.

---

<sup>26</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit. pag. 85.

La jurista argentina Claudia R. Brizzio, considera que en Internet, opera el principio de libertad de formas, salvo que haya una forma impuesta por la ley o por la voluntad de las partes; asimismo, señala que el proyecto argentino de código civil, indica que *“los instrumentos generados por medios electrónicos deben asegurar la autenticidad, integridad e inalterabilidad del contenido del instrumento”*<sup>27</sup>

En suma, los contratos electrónicos, deben de tener como requisitos mínimos en cuanto a su forma, los siguientes:

- El texto informático debe ser inteligible, aunque para su lectura se requiera emplear medios técnicos.
- Se debe resguardar la integridad del registro, además de ser inmutable, es decir que sea estable en el tiempo y no pueda ser modificado.
- En caso de destrucción debe ser reconstruible, ya que se guarda una copia de seguridad.
- Debe ser posible determinar su autoría, por lo que se debe saber quien es el titular de la firma digital.

### **3.2.8 CAPACIDAD.**

La capacidad es la aptitud para ser titular de derechos y sujeto de obligaciones; en ese sentido, en México, conforme al artículo 22 del Código

---

<sup>27</sup> Instituciones de Derecho Privado.- Contratación Contemporánea, Contratación Electrónica y Tutela del Consumidor.- Op. Cit.- pag.96.

Civil Federal, *“La capacidad jurídica de las personas físicas se adquiere por el nacimiento y se pierde por la muerte...”*

Es posible distinguir entre dos clases de capacidad, la de goce y la de ejercicio; la primera se define como la aptitud para ser titular de derechos y sujeto de obligaciones, constituye un atributo de las personas, mientras que la capacidad de ejercicio, es la aptitud para, por sí mismo, hacer valer los derechos, cumplir con las obligaciones y comparecer en juicio.

El maestro Martínez Alfaro, afirma que la capacidad de ejercicio implica la de goce, pero la de goce no presupone la de ejercicio; por tanto *“...quien es capaz de goce no lo es necesariamente de ejercicio, pero quien es capaz de ejercicio tiene capacidad de goce...”*<sup>28</sup>

La gran mayoría de las legislaciones, por regla general, considera que los contratos firmados por menores son nulos e inválidos; sin embargo, *“...algunos sistemas jurídicos reconocen su validez cuando se hacen con el fin de obtener artículos necesarios para la vida diaria de un menor...”*<sup>29</sup>

La contratación electrónica, por su parte, no permite determinar con certeza la edad del usuario que contrata, lo que hace difícil demostrar la incapacidad legal.

En Internet, es prácticamente imposible determinar la edad de la persona, incluso se puede prestar a que incapaces contraten; sin embargo, al margen de lo anterior, mecanismos como el *crack* pueden obligar a terceros; esto es,

---

<sup>28</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit.- pag. 64.

<sup>29</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op. Cit. pag. 158.

al simular una terminal de *Internet Protocol* (IP) diferente a la que se tiene, conlleva a aparentar una identidad diversa, en el mejor de los casos.

### **3.2.9 VICIOS DEL CONSENTIMIENTO.**

El consentimiento puede presentar vicios, en casos de error o representación fraudulenta, esto cuando una de las partes cometa un error o actúe con dolo.

En Francia por ejemplo, si un menor usa la tarjeta de crédito de sus padres, estos quedan obligados, atento a la teoría de la apariencia (para el proveedor, el menor aparenta ser el titular de la tarjeta y, por lo tanto un adulto); en cambio para el derecho norteamericano, el menor puede revocar el contrato que firmó en exceso de lo que está permitido por la ley.

El error, por su parte, consiste en una discrepancia involuntaria entre los deseos reales y los declarados por la parte que comete el error, lo cual no fue provocado por la contraparte.

Por ejemplo, un usuario que responde por medio de Internet a un anuncio colocado por un individuo privado, y compra un artículo cualquiera, y al recibirlo se da cuenta de que no es lo que esperaba, o bien que no es adecuado para lo que lo necesitaba, puede en todo caso, hacer que se anule el contrato de venta, fundándose en el error.

Martínez Alfaro, señala que *"...el error es un falso conocimiento de la realidad y consiste en un estado subjetivo que esta en desacuerdo con la realidad objetiva..."*<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. Op. Cit.- pag. 93.

La representación fraudulenta, consiste en una maniobra intencional y maliciosa sin la cual el contrato no se hubiera celebrado o bien se hubiera completado bajo diferentes condiciones; en Internet se puede dar publicidad engañosa, o bien una promesa hecha por correo electrónico con ventajas imaginarias, con la única intención de convencer a la otra parte de celebrar el contrato bajo esas condiciones fraudulentas; es así que, esa oferta con vicios es sancionada por diversas legislaciones desde el fraude penal en unas, hasta la invalidez del contrato en otras.

Otros autores, señalan a lo anterior como dolo, que a su vez, es la maniobra, trampa o engaño del contratante o de un tercero para inducir o mantener en error a la otra parte al celebrar un contrato.

Finalmente la violencia es toda coacción grave irresistible e injusta, que se ejerce sobre una persona para que consienta en obligarse en contra de su voluntad; así la coacción consiste en usar la fuerza física o bien moral que importen el peligro de perder la vida, la honra, la libertad, la salud o una parte considerable de los bienes del contratante, de su cónyuge, ascendentes o descendentes.

### **3.3 CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.**

Afirma el Maestro Acosta Romero, que *“...en la práctica ya no existe la necesidad de que los contratos consten impresos en papel o que deban estar firmados autógrafamente...”*<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Acosta Romero, Miguel, y Lara Luna, Julieta Areli.- Nuevo Derecho Mercantil.- Op. Cit.- pag. 538.



Bajo este panorama de transformación de los contratos, en dónde se hacen mas frecuentes los acuerdos que se formulan entre ausentes, surgen los contratos electrónicos.

La contratación electrónica se realiza mediante la utilización de algún elemento electrónico, cuando éste tiene, o puede tener una incidencia real y directa sobre la formación de la voluntad, el desarrollo o interpretación futura del acuerdo.

Internet permite que personas de diferentes partes del mundo celebren contratos de diferente naturaleza, como pueden ser compraventas, reservaciones, alquiler de autos, seguros de vida, pagos de servicios, adquisición de software en línea, entre muchos otros; consecuentemente, deben ser clasificados como internacionales, ya que se puede contratar de una parte del mundo a la otra.

La contratación electrónica, refiere a todo contrato celebrado sin la presencia física simultánea de las partes, al prestar su consentimiento en origen y destino por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, concretados por medio de cable, radio, medios ópticos o cualquier otro dispositivo.

La clasificación de los contratos electrónicos, es sumamente amplia, por lo que es difícil señalar todos; así, es pertinente destacar que en cada contrato, existe una serie de cláusulas específicas, cuya formulación es necesaria para cada uno, sin embargo, todos comparten generalidades de contratación.

La contratación por medios electrónicos, se define como la que se realiza con ayuda de medios electrónicos.

Por otra parte, en los contratos electrónicos, las partes generalmente manifiestan o expresan su consentimiento en forma digital, salvo que la ley exija una determinada forma, en cuyo caso el contrato no podrá celebrarse por medios informáticos pues se correría el riesgo de que fuera nulo (si la forma contractual es solemne absoluta) o de no poder probarlo (si la forma es *ad probationem*).

Es factible clasificar los contratos electrónicos, en atención a lo siguiente:

❖ Por el objeto:

- Contrato de hardware;
- Contrato de software;
- Contrato de instalación llave en mano;
- Contrato de servicios auxiliares.

❖ Por el negocio jurídico:

- Venta;
- Alquiler;
- Mantenimiento;
- Prestación de servicios;
- Préstamo;
- Licencia de uso;
- Adaptación de software;
- Garantía de acceso al código fuente;
- Contrato de distribución de información;

- Contrato de suministro;
- Contrato de información.
- ❖ Contratos complejos:
  - Contrato parcial y global de servicios informáticos;
  - Contrato de respaldo o "back up".

El uso del comercio electrónico, presupone que toda empresa que use la red, se convierte en internacional, en atención a que ofrece sus productos o servicios en un escaparate sin fronteras.

En efecto, el comercio electrónico debe tildarse de internacional, pues sería inútil calificarlo de otra manera, ya que en todo momento ofrece la posibilidad de contratar desde cualquier lugar del mundo, con innumerables opciones.

La contratación electrónica, es una realidad, que facilita y abre el catálogo de innumerables oportunidades, desde comprar el supermercado en línea, hasta reservar y pagar un viaje.

Así, la única limitante en Internet, es la que se marca el propio usuario; sin embargo, se debe tener cuidado, toda vez que los fraudes son lastre con el que cuenta el comercio electrónico, ya que evolucionan al parejo de este.

Cabe señalar que si bien el comercio electrónico, permite muchas cosas, se debe tener cuidado al contratar, ya que no en cualquier página se pueden dar los datos personales, como los de una tarjeta de crédito; por eso es recomendable, hasta en tanto no se desarrolle más la seguridad en la red, no se contrate en páginas desconocidas.

Finalmente, *“...la contratación electrónica es la que se realiza mediante la utilización de elementos electrónicos, con influencia decisiva, real y directa sobre la formación de la voluntad, el desenvolvimiento, o la interpretación de un acuerdo...”*<sup>32</sup>

### **3.4 DETERMINACIÓN DEL MOMENTO Y LUGAR DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO ELECTRÓNICO.**

La determinación de la hora y lugar de la contratación es esencial, ya que identifica, entre otras cosas, el momento de la transferencia de propiedad en el caso de venta, así como la ley aplicable al contrato y la jurisdicción competente para atender las controversias que puedan surgir.

Cabe mencionar que un contrato se establece en el lugar donde se ubican las partes y en el momento en que ambas manifiestan su voluntad; así la contratación en Internet, es complicada toda vez que las partes no están en presencia una de otra; sin embargo, existen soluciones para los contratos entre ausentes en diferentes sistemas jurídicos, como las siguientes:

- Por la expedición del consentimiento de la parte que lo acepta (teoría de la expedición); este se da, cuando una de las partes redacta un mensaje electrónico de aceptación.
- Por el envío de la aceptación (teoría de transmisión); en esta solución el contrato queda cerrado cuando la parte que acepta envía un mensaje

---

<sup>32</sup> Instituciones de Derecho Privado.- Contratación Contemporánea, Contratación Electrónica y Tutela del Consumidor.- Op. Cit.- pag.81.

por correo electrónico (función de envío) o, con respecto a propuestas comerciales hechas mediante catálogos en pantalla en la web; cuando un comprador envía la información solicitada en el servidor web (en casos donde la propuesta del vendedor puede considerarse una oferta), o cuando el vendedor devuelve una confirmación de la orden.

- Por la recepción de aceptación de parte de quien hace la oferta, incluso si este no la ha leído (teoría de recepción).
- Por el conocimiento de la parte que hace la oferta de la aceptación (teoría de información); cuando se cierra un contrato por intercambio de correo electrónico, este conocimiento presupone que el correo se ha recibido por el proveedor de acceso, que quien hace la oferta ha revisado el buzón y ha leído el mensaje de aceptación.

En todas estas opciones se corre el riesgo de perder un mensaje en la red, ya sea por una dirección incorrecta, un error de transmisión de la computadora, o a innumerables razones.

En otro orden de ideas, por lo que respecta a operaciones con tarjetas de crédito, es indispensable determinar el momento del pago, sobre todo cuando una oferta comercial, sólo es válida por un momento específico; así *“...algunas legislaciones consideran que el pago se realiza al momento del cargo a la cuenta del cliente, o cuando se hace la acreditación a la cuenta del beneficiario, cuando el propio beneficiario recibe el pago, o bien, cuando el beneficiario queda informado de la transferencia a su cuenta...”*<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op. Cit. 163.

Ahora, el contrato se perfecciona en el momento en que surte efectos la aceptación de la oferta; sin embargo, el problema surge al determinar el lugar en dónde se perfecciona, así es necesario destacar los siguientes criterios conforme al lugar de perfeccionamiento:

- ✓ El lugar a donde llega una aceptación verbal o escrita, que será el domicilio en donde el oferente tenga su establecimiento.
- ✓ El lugar donde el aceptante realiza el acto que indica la aceptación, que por lo general será donde el aceptante tenga su establecimiento.

El lugar de celebración del contrato tiene efectos importantes para fijar la competencia, la ley aplicable, así como, el carácter nacional o internacional del contrato.

Al respecto el maestro Lorenzetti, señala que *“...el lugar de la celebración del contrato en principio es el que fijen las partes, toda vez que tienen la facultad de realizarlo, así dependerá de las cláusulas del contrato...”*<sup>34</sup>

Así, el problema en cuanto a la celebración del contrato, discurre cuando las partes no señalaron el lugar en dónde resolver las posibles controversias; en consecuencia, la tendencia general es fijar el perfeccionamiento de conformidad con la teoría de la recepción; por tanto, si el contrato se perfecciona cuando el oferente recibe la declaración, el lugar de celebración es el domicilio de la empresa oferente.

---

<sup>34</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 200.

Por otro lado, el domicilio del oferente, si es una empresa, debe ser precisado en el contrato; en efecto, se debe especificar la ubicación de la empresa, o bien de la sucursal, si es el caso, incluso el del servidor informático.

En ese sentido la ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el derecho mercantil internacional, señala que el lugar de conclusión del contrato es en donde el destinatario tiene su sede principal, independientemente del lugar de la instalación del sistema informático.

El artículo 15 de la referida ley modelo, indica que un mensaje electrónico se considera expedido en el local donde el remitente tiene su establecimiento; si tiene mas de un establecimiento se considerará aquel que guarde relación mas estrecha con la transacción.

Otras corrientes señalan que si existen varios establecimientos, se determinará aquel donde se presta un servicio concreto o donde el prestador tenga su centro de actividades; de igual forma, se contemplan los domicilios virtuales, que se encuentran en el lugar que se ubique el servidor, con el cual se celebró el contrato.

Lorenzetti, señala que en algunos casos específicos, por ejemplo *"...al utilizarse un link, que enlaza de una página a otra sucesivamente, el contrato se celebra en la última página, que es el domicilio que se tomará; y no se contemplaran los sitios por los que se haya navegado, que necesariamente implicaron una ubicación diversa..."*<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 200.

Finalmente, ya que es difícil determinar el momento en que se celebra un contrato, es necesario que se establezca en el comercio electrónico, y en general en las páginas que se dedican a esa actividad en específico, los sellos temporales, que “...son registros con la indicación por parte de un tercero independiente del momento en que se firma o se celebra un contrato, de tal modo que es imposible cambiar un solo bit de información sin que se vea reflejado en el documento base...”<sup>36</sup>

### **3.5 CONTRATOS EN FORMATO *ELECTRONICS DATA INTERCHANGE*.**

Los contratos en formato *electronics data interchange*, se definen como “...el intercambio computarizado de mensajes estandarizados y aprobados entre aplicaciones de cómputo mediante procesamientos remotos de datos; esta transmisión de datos entre computadoras permite la comunicación comercial y, en consecuencia, la firma de contratos sin intervención humana...”<sup>37</sup>

El *electronics data interchange*, es la forma original de comercio electrónico y en gran medida el pilar del *e-commerce* actual; “...su volumen de transacciones fue de 2 mil millones de dólares en 2001, y en 2002 alcanzó la cifra de 4 mil millones de dólares...”<sup>38</sup>, de ahí su importancia.

---

<sup>36</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- Op. Cit. pag. 368.

<sup>37</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- 1ª ed.- Edit. Mc. Graw Hill. México, 1997. pag. 164.

<sup>38</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 189.



Por su parte, la ley modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el derecho mercantil internacional, sobre el comercio electrónico, define al *electronics data interchange*, como la transmisión electrónica de la información, de ordenador a ordenador, conforme a un método previamente acordado a fin de estructurar dicha información.

El *electronics data interchange*, por regla general se refiere a la modalidad empresa- empresa, de comercio electrónico, y supone la celebración de contratos marco preestablecidos, en los que se acuerda previamente la forma en que se llevara a cabo el intercambio comercial, los mensajes de datos, así como las reglas generales.

En los contratos en éste formato, la computadora administra las necesidades de la empresa, automáticamente hace pedidos al vendedor cuando es necesario y, por su parte, la computadora del vendedor procesa el pedido.

El sistema *electronics data interchange*, permite a las compañías que tienen una relación contractual efectuar de modo automático ciertos tipos de transacciones, las cuales pueden ser muy variadas, pero ayudan a simplificar tramites y tiempo.

*“...Con esta modalidad las transacciones a través de la red, son mas seguras, ya que la transmisión y recepción de mensajes, se realiza sin alteraciones, toda vez, que la línea de comunicación es cerrada; por tanto,*

*los pagos, operaciones electrónicas y firma de contratos, ocurre en una plataforma estable...*<sup>39</sup>

Finalmente, los contratos en celebrados en éste formato, se perfeccionan en el momento y lugar en que el mensaje estandarizado generado por el emisor se haya hecho disponible al sistema de información del receptor, sin la necesidad de un acuse de recibo o manifestación de aceptación.

### **3.6 CONTRATO DE ADHESIÓN POR *WORLD WIDE WEB*.**

Este contrato es el más común en Internet, debido a la facilidad con la que se puede contratar, a grado tal que, con solo presionar un botón es factible ordenar al otro lado del mundo.

En un contrato de adhesión, las condiciones se estipulan por una de las partes, (por ejemplo contratos de seguros o bancarios), mientras que la otra sólo puede firmar, si es que esta de acuerdo; los contratos de adhesión, por lo general se encuentran impresos o en formatos, a los que no se les puede adicionar, ni suprimir nada.

Sin embargo estos contratos al ser de adhesión, conllevan todas las aristas que su modalidad les refleja, de tal manera, que se debe de tener cuidado, ya que muchas veces el precio aumenta por los gastos de envío, que en algunas ocasiones no se establece, o bien, por los aranceles de importación.

---

<sup>39</sup> Piña Libien, Hiram Raúl. Hermenéutica de la Reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 37.

Es necesario establecer que en estos contratos la gran mayoría de las veces se obliga con una tarjeta de crédito, lo que implica un riesgo de doble facturación, o cargos no deseados.

Por otra parte algunos portales ofrecen determinados plazos para cambiar el producto o bien devolverlo, contra un reembolso, de esta manera se deben de conocer las particularidades con las que se obliga.

Algunos servidores de Internet ofrecen productos y servicios al público en general, por medio de atractivas páginas web, que invitan a los usuarios a firmar contratos por medio de un procedimiento comercial específico.

En los contratos en línea, el comprador al enviar un correo electrónico de aceptación, se convierte en la parte aceptante; a menos que el vendedor estipule que no esta haciendo una oferta; sin empacho, *“...la mayoría de los sistemas legales nacionales europeos y americano consideran que se ha hecho una oferta comercial y que su aceptación por el comprador en Internet constituye el cierre de un contrato de obligación legal...”*<sup>40</sup>

Por otra parte, Hance señala que *“...la legislación francesa, establece que están prohibidas las condiciones que no se hayan negociado y que constituyan un abuso por la parte contratante...”*; mientras que en la legislación estadounidense, la validez de las condiciones del contrato de adhesión se estima con base en lo razonable de sus términos; por tanto, *“...cuando la parte que ofrece el contrato tiene razones para creer que la otra*

---

<sup>40</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op. Cit. 162.

*podría no consentir si estuviera al tanto de la existencia de ciertas cláusulas, entonces estas se considerarían no existentes...*<sup>41</sup>

Al comprar en Internet, es necesario tener precaución, ya que la forma de contratar es esencialmente fácil; por tanto, considero que al pretender realizar cualquier transacción se deben tener en cuenta las siguientes ocho recomendaciones:

- No comprar en cualquier sitio.
- Asegurarse de comprar en páginas reconocidas.
- Si es un portal extranjero, asegurarse del costo de envío, y aranceles.
- Cancelar la operación si la página tarda en abrir.
- No aceptar ligas de páginas para contratar.
- Leer las condiciones del contrato.
- Cuando se inserta el número de tarjeta la computadora debe avisar que se estableció una conexión segura.
- Verificar que la página tenga una certificación de página segura.

Bajo estas recomendaciones una compra en Internet debe ser una experiencia satisfactoria.

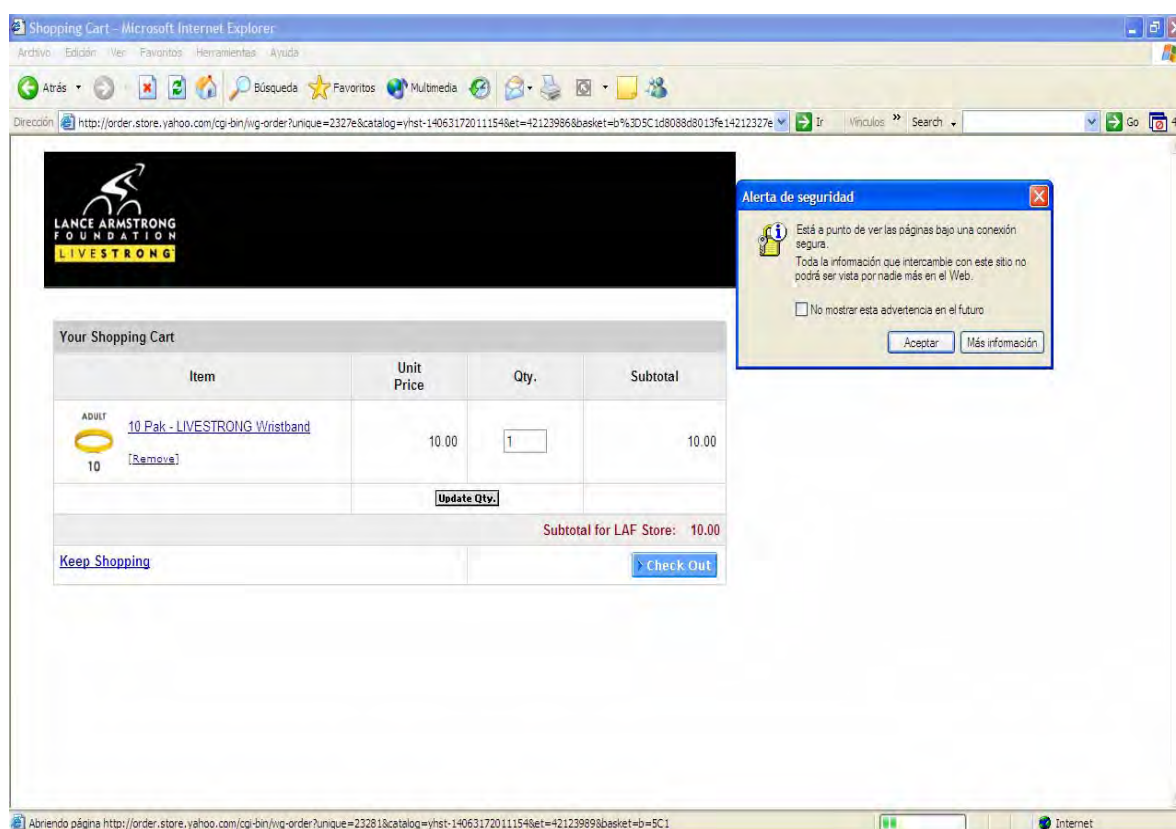
Ahora, a manera de ejemplo, explicare los pasos de una compra electrónica:

---

<sup>41</sup> Hance, Olivier.- Leyes y Negocios en Internet.- Op. Cit. 162.

Primeramente, es necesario aclarar que la siguiente operación se realizó en la página [www.lanceamstrong.com](http://www.lanceamstrong.com), de la fundación Lance Armstrong, para comprar pulseras contra la lucha del cáncer.

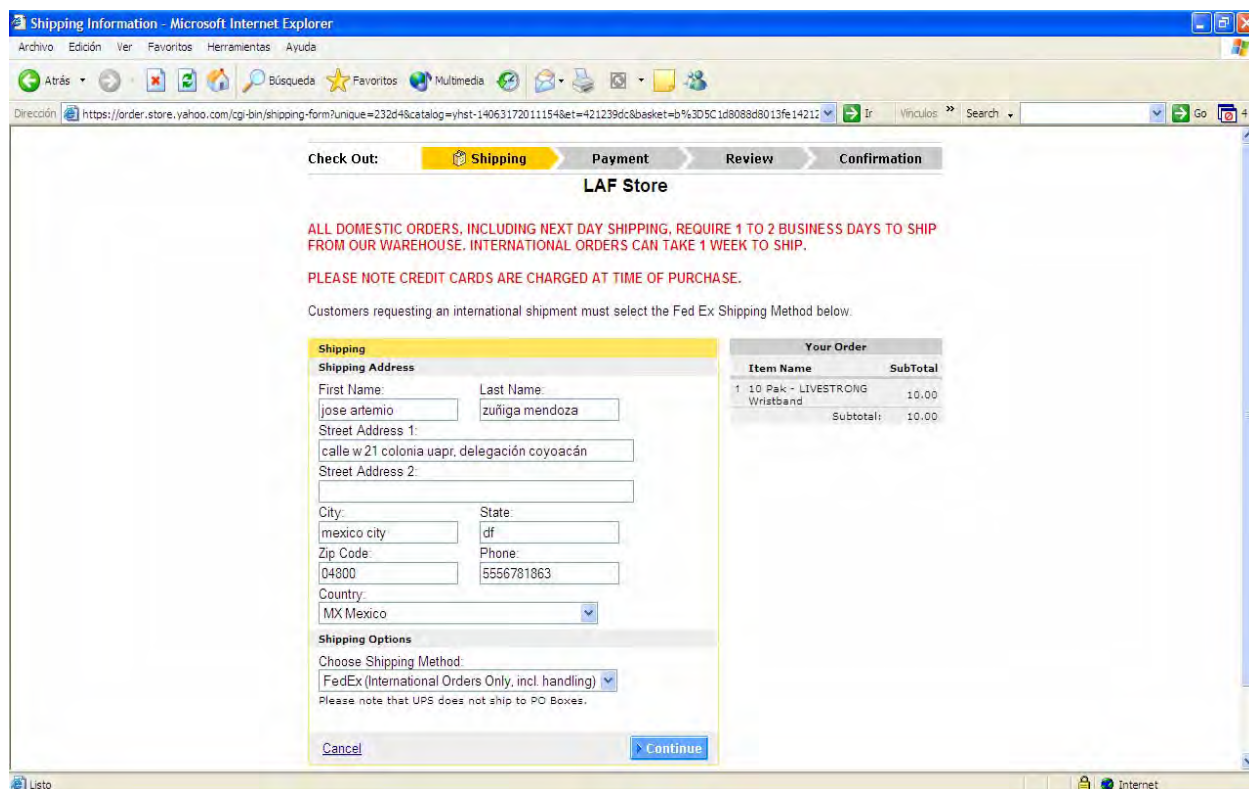
En principio se debe saber la dirección correcta de la página en la que se quiere comprar y teclearla sobre el explorador, posteriormente se selecciona el producto.



Una vez que se ha seleccionado el producto debe aparecer en pantalla, las características de lo que se va a comprar, su precio, la cantidad, y el total que ya incluye impuestos.

Posteriormente, es necesario que en la página aparezca una ventana que exprese que se esta por ingresar a una conexión o página segura.<sup>42</sup>

Algunas páginas ofrecen la opción del carro de compras, que es una especie de canasta, en dónde se pueden acumular los productos que se desean adquirir.



El siguiente paso, es de suma importancia ya que en la parte inferior derecha de la barra del explorador debe aparecer un candado, el cual significa que la conexión es segura.

Así, se deben de asentar los datos del comprador como nombre, dirección, teléfono, incluso, la compañía de mensajería que se desea; cabe indicar que en todo momento se establece que sí es una compra internacional, el

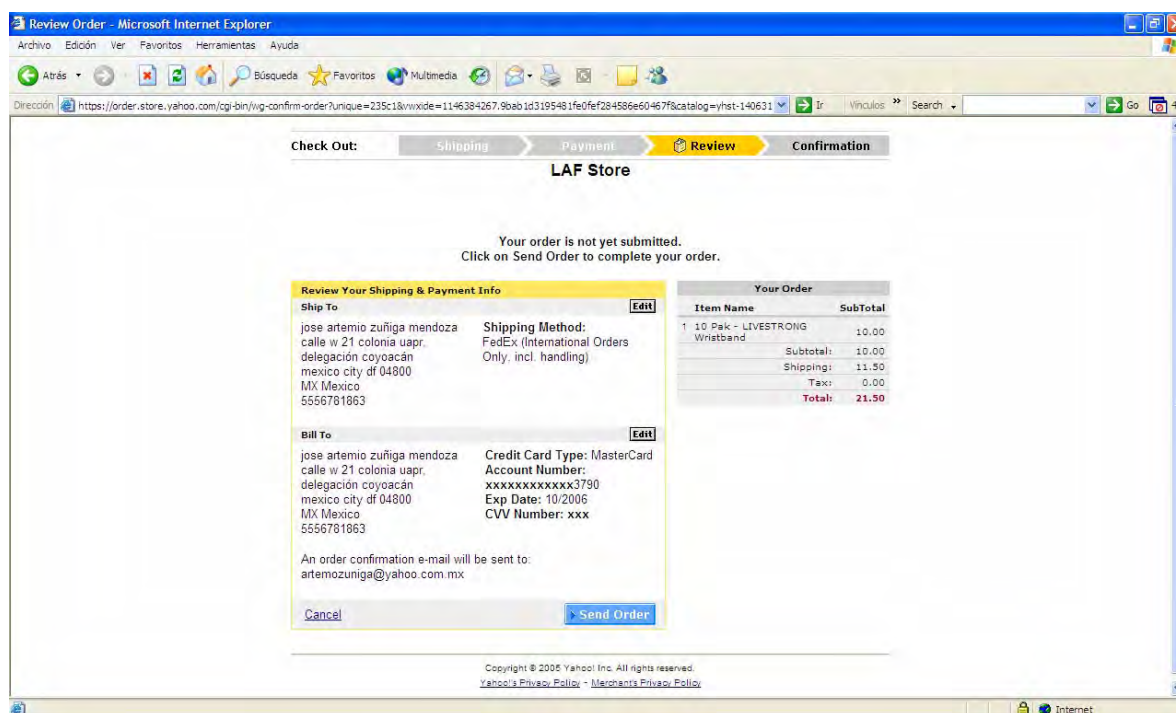
<sup>42</sup> NOTA. Sí no aparece este dialogo no se debe de comprar, ya que puede representar una página falsa o comúnmente llamada pirata.



Cabe mencionar que algunos portales ofrecen la modalidad de pago a meses sin intereses, por tanto, es en este momento en donde se debe de especificar la opción de pago.

Es en este paso donde aparece el total de la compra desglosado en subtotal, envío, impuestos y el precio final.

Ahora, toda vez que es el paso de mayor peligro, es necesario cerciorarse en todo momento que en la parte superior derecha del navegador aparezca el símbolo de conexión segura, representado con un candado.



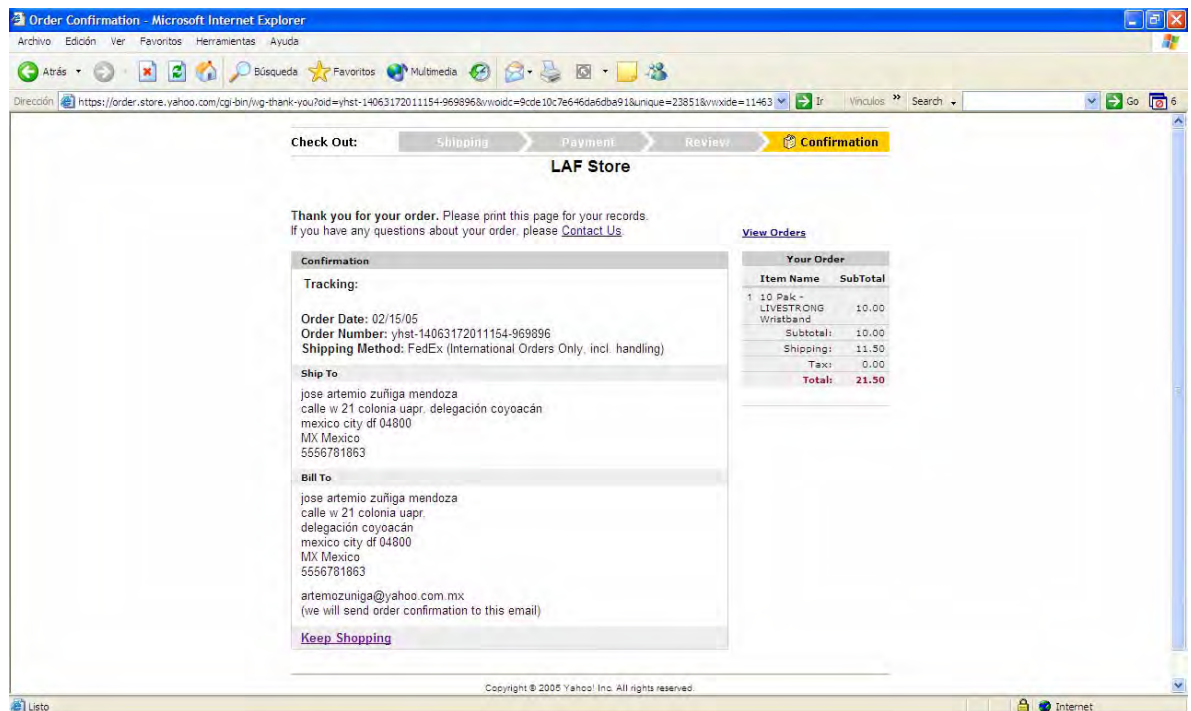
En esta etapa el comprador verifica los datos asentados antes de mandar la orden de compra; comprueba el nombre del comprador, la dirección a donde llegará el producto, a quien se le enviará la compra, la compañía



elegida de correspondencia, los datos de la tarjeta ocultos mediante cruces, y el precio final desglosado.

Una vez verificado lo anterior, sólo resta pulsar el botón por el que se ordena la compra; sin embargo, debo aclarar que una vez ordenado el producto, esta página no ofrece cancelación, por lo que se tiene que estar seguro.

Es importante señalar que en la parte superior del portal, se enseña el proceso de compra, y se marca con amarillo, el paso en el cual nos encontramos; lo que nos permite retroceder siempre y cuando no se haya enviado la orden de compra.



Finalmente, se completa la compra con la confirmación la cual indica nombre del comprador, dirección, teléfono, fecha de compra, precio

desglosado, compañía de servicio postal, y número de orden como dato importante, para en todo caso rastrear el pedido.

Ahora, si bien la página envía un acuse de compra a un correo electrónico, es una buena práctica imprimir la página de confirmación, que en todo momento permitirá ser una prueba indubitable de que se realizó la compra, y en caso de no llegar el correo nos quedara como antecedente.

En efecto, es recomendable guardar las páginas en donde se va desarrollando el proceso de compra y abrir una carpeta de la compra en específico y guardarla un tiempo una vez hecho el cargo a la tarjeta de crédito y entregado el producto.

### **3.7 SISTEMA DE PAGOS DIGITALES.**

En los antecedentes del comercio electrónico, y en general en las transacciones por Internet, los pagos eran realizados por medios externos, es decir se podía hacer un pedido y pagarse al efectuar un depósito bancario, o bien en algunas ocasiones se daba la modalidad de pagar cuando era entregado el producto; sin embargo, derivado del gran crecimiento que ha reportado el llamado *e-commerce*, y ante la necesidad de transacciones rápidas y seguras, se han mejorado las técnicas de pago.

Así se dio origen a formas de pago nuevas, con las que se permite el cierre de transacciones electrónicas.

En el comercio electrónico, se pueden adquirir productos y pagar con un sin número de posibilidades, entre las que destacan, el dinero digital, cheques electrónicos, y tarjetas de crédito.

Sin embargo, el uso del plástico es la forma más popular de pagar en Internet; Schneider, señala que el 80% de las compras en línea son con tarjeta de crédito.

Pese a esto, “...se puede comprar con la misma seguridad con el efectivo electrónico, que se maneja por medio de carteras, tarjetas inteligentes o vale de patente de uso limitado...”<sup>43</sup>

Es difícil delimitar al sistema de pagos digitales, en sólo unas cuantas posibilidades, ya que Internet, esta en pleno desarrollo, y en cada momento surgen nuevos métodos para concluir operaciones en la red.

Ante esa premisa, cabe señalar que el recurso mas utilizado es la banca electrónica, que permite desde consulta de saldos, pagos hasta transferencias electrónicas a sus usuarios.

En otro orden de ideas, dentro del sistema de pagos en línea, se abre un abanico de posibilidades; sin embargo, en México existen básicamente cinco opciones para realizar los pagos por Internet:

- ✓ Recibir depósitos a cuenta, cheque o giro.
- ✓ Obtener un contrato de telemarketing, con un banco y pagar con una tarjeta de crédito.
- ✓ Utilizar empresas .com, para aceptar pagos electrónicos con tarjetas de crédito.
- ✓ Obtener dinero electrónico.
- ✓ Cheque digital.

---

<sup>43</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico. Op. Cit.- pag. 443.

Con el avance de la tecnología el uso del efectivo para cerrar las transacciones se ha superado; hoy por hoy, la tarjeta ya sea de crédito o débito, es la forma más común de pagar, gracias a su manejo amigable, que se acepta en todos los lugares del orbe.

En efecto, los avances digitales han permitido que los costos bancarios bajen en beneficio del cuenta habiente. Cabe resaltar a manera de ejemplo, que una operación en sucursal cuesta un dólar en promedio; a través de cajeros automáticos, 20 centavos de dólar; y por Internet, alrededor de 10 centavos de dólar; lo que da noticia de los ahorros que representa.

### **3.7.1 BANCA DIGITAL.**

Es la institución que ofrece sus servicios y productos a través de la red, de tal manera que se pueden hacer pagos, transferencias, depósitos, consulta de saldos, y en general todos los servicios bancarios, como si se estuviera en la sucursal.

El maestro Rodríguez Turiago, señala que *"...la banca en línea consiste en la conexión que hace el usuario a la red interna de la institución financiera para beneficiarse de servicios, tales como consultar el estado de cuenta..."*<sup>44</sup>

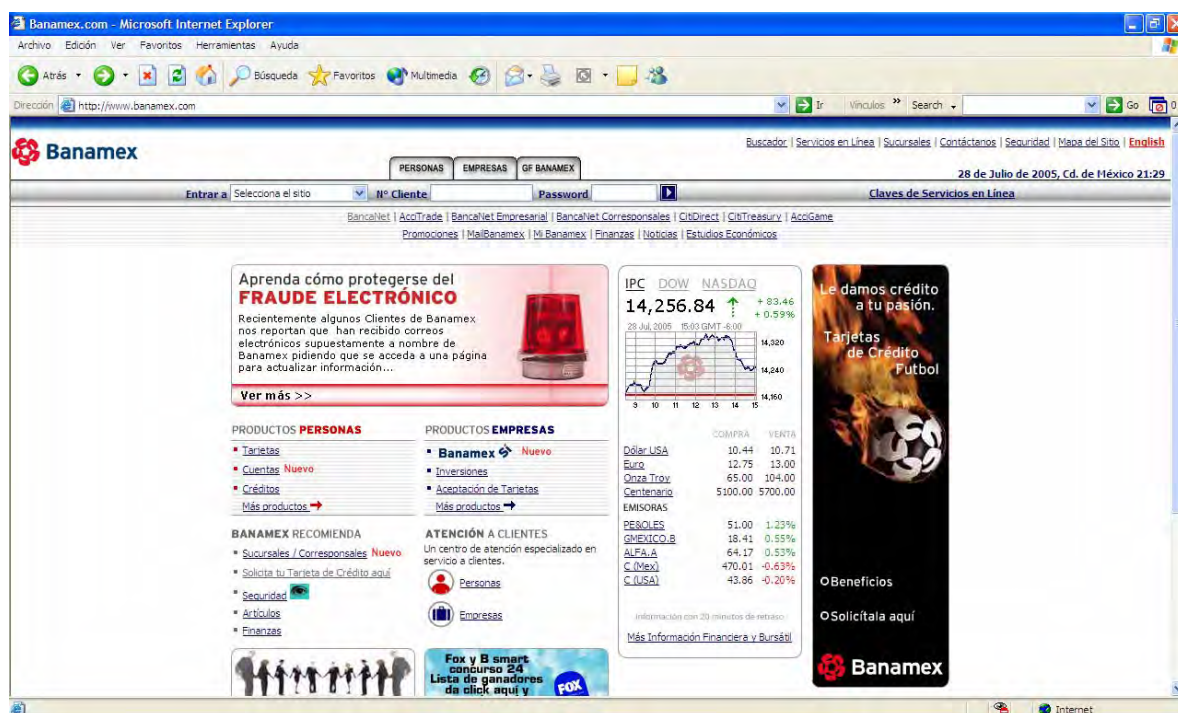
El uso de Internet en los bancos, permite efectuar el pago electrónico de facturas, aplicación para apertura de líneas de crédito, negociación de acciones y en general la realización de operaciones bursátiles, entre otras operaciones financieras.

---

<sup>44</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- 1ª ed.- Edit. Legis.- Universidad de los Andes.- Colombia, Bogotá.- 2002. pg. 312.

Generalmente para usar la banca digital, se requiere previamente un contrato de apertura de cuenta ya sea de crédito o débito, o bien inversión u otro tipo de servicio; posteriormente solicitar la clave y número confidencial, para acceder al sistema, bajo las condiciones que estipule la institución de banca.

Para acceder a una banca digital, se necesita firmar un contrato en línea o bien en la sucursal del banco, por el cual, el cliente se obliga a diversas cuestiones entre las que destacan principalmente a que foro se va a someter en caso de controversia, la seguridad, confidencialidad y acceso.<sup>45</sup>



El portal anterior es una muestra de una banca en línea, que ofrece un catálogo de posibilidades; sin embargo, es necesario destacar como recomendación, no acceder a los recursos de la banca electrónica, mediante

<sup>45</sup> <http://www.banamex.com>, Banco Nacional de México; página consultada el 28 de julio de 2005.

ligas; esto es, que si en una página cualquiera, se ofrece una conexión directa al banco, no se acceda, toda vez que puede representar un fraude; al simular una página idéntica a la original con el único propósito de obtener claves privadas.

Por tanto, es recomendable escribir la dirección completa en el explorador de Internet, para abrir directamente el portal.

Ahora, se debe tener cuidado al acceder, y cancelar la operación si la página tarda en abrir o bien pida llenar datos que nunca se solicitan.

La banca digital es uno de los avances de la era tecnológica, ya que reduce tiempo y dinero, y por otra parte da mejor control a las operaciones que realizamos; asimismo, todos los portales compiten en la carrera de atraer clientes; es así que ofrecen diversos recursos, desde índices financieros, bolsa y hasta el clima.

Utilizar la banca electrónica representa beneficios, tanto para la institución de crédito, como para el usuario financiero; ya que, se cuenta con la sucursal abierta todos los días del año, a toda hora, y en cualquier parte del mundo para realizar las operaciones que necesite.

En el afán de reducir costos, los bancos dan la opción de no cobrar por el uso de la banca digital, así los pagos, transferencias, fondos, inversiones, y consulta de saldos, son gratuitos; incluso el estado de cuenta se expide sin comisiones; caso contrario, ocurre, si el usuario acude a la sucursal, en dónde generalmente se cobra por cada operación.

### **3.7.2 TARJETA DE CRÉDITO.**

El uso de la tarjeta de crédito, en las transacciones por Internet es indispensable, al extremo que si no se cuenta con un plástico, en algunos portales o sitios, será imposible adquirir un producto o servicio.

Por otra parte, es la forma mas sencilla y fácil de comprar en Internet, de tal manera que, el comprador da al comerciante o bien llena sus datos en la página, y anexa su número de tarjeta, fecha de expiración, banco que la expide, entre otros, para después ser aceptada y aprobada la compra.

Actualmente existen tres formas para recibir pagos con tarjeta de crédito:

- Normal: que es la forma tradicional de utilizar las tarjetas, en donde el cliente presenta físicamente su tarjeta, para ser deslizada y firmar un voucher.
- Telemarketing: que es la venta que se realiza por teléfono o Internet, en donde no hay contacto directo entre el negocio y el cliente, sólo este ultimo proporciona los datos de la tarjeta y se realiza la operación.
- En línea: que es la que se realiza en Internet, la cual es similar al telemarketing, sólo que en esta modalidad, se llenan los datos en la página que se contrata.

Pese a lo anterior, surgen todavía muchas aristas en una compra por Internet con tarjeta de crédito, como determinar en que momento se realiza el pago, y prever los riesgos que implica.

En ese sentido, “...el pago se realiza al momento del cargo a la cuenta del cliente, cuando se hace la acreditación a la cuenta del banco, o bien cuando el beneficiario recibe el pago, o cuando queda informado de la transferencia a su cuenta...”<sup>46</sup>

Al efectuar el pago con una tarjeta de crédito, el comprador tiene que obligarse a pagar al oferente, (lo cual sucede al instante) y, por otra parte, la institución bancaria tiene que obligarse a realizar el cargo a la cuenta del cliente, para pagar al comerciante, de tal manera que pueden coexistir tres tipos de contratos:

- Contrato entre el usuario y el comerciante, para la venta o prestación de servicios.
- Acuerdo de cargo entre el emisor y el titular de la tarjeta.
- Acuerdo de franquicia entre el emisor y el comerciante

Una vez que se ha seleccionado el producto y que se ha tecleado el número de tarjeta, este es enviado a una operadora de crédito para determinar si es válido y si se tienen suficientes fondos para cubrir la compra; o bien puede ocurrir que los números de la tarjeta se almacenan y se le hace llegar al vendedor para que pueda verificarlos al final del día.

Es fundada la incertidumbre que inspira hacer uso de la tarjeta de crédito en la red, por eso se ha desarrollado una norma para transacciones electrónicas seguras *secure electronic transaction standard* (SET), la cual tiene como propósito ofrecer bases para que el consumidor promedio haga

---

<sup>46</sup> Piña Libien, Irma Raúl. Hermenéutica de la Reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el Comercio Electrónico. Op. Cit. 39.



transacciones en línea que impliquen pagos y créditos de tarjeta, con muchas mas precauciones de seguridad de las que actualmente existen.

Los vendedores requieren tener la certeza de que el titular de la tarjeta es quien realmente la está utilizando, y por otra parte el comprador necesita seguridad en su transacción, de modo que no se difundan los datos de su tarjeta, o no se cargue doble el pago; en ese sentido lo que establece el *secure electronic transaction standard*, es garantizar la información de los pedidos y pagos, verificar que el titular de la tarjeta sea el usuario legítimo de una cuenta, garantizar la autenticidad del comerciante y asegurar la integridad de todos los datos transmitidos.

En éste sistema, cada una de las partes debe de estar certificada previo a realizar cualquier transacción, y todos los mensajes quedan firmados digitalmente de manera que no pueden ser modificados posteriormente.

Otro sistema de protección es el denominado *Internetsecure*, que “...proporciona servicios de pago seguro, administración de riesgos, detención de fraudes y seguridad en línea...”<sup>47</sup>

En otro orden de ideas, ya existen intermediarios entre compradores y vendedores de bienes y servicios, que verifican la validez de las cuentas y la correspondencia de datos; entre estos figuran *First Virtual Holdings*, que se obliga a brindar toda la seguridad necesaria para celebrar operaciones electrónicas, es así que recaba la información de la tarjeta de crédito del comprador y le otorga un pin virtual, que le sirve para identificarse y

---

<sup>47</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 448.

asegurarse que efectivamente el titular de la tarjeta de crédito, es quien esta por realizar la transacción en Internet.

De este modo las partes tendrán la certeza, que la tarjeta no será utilizada sin la clave personal, y que los datos de la persona que compra son correctos y no es una compra fraudulenta.

En el comercio electrónico intervienen tres factores. En primer lugar está el comprador, en segundo el vendedor y su "Maquina Posnet" (terminal de venta electrónica) y por último la empresa (ya sea Visa, MasterCard, American Express, etc).

### **3.7.3 MONEDA DIGITAL.**

La moneda digital o dinero electrónico, es otra forma de realizar pagos a través de Internet, no es tan común, por lo que pocos bancos ofrecen la posibilidad.

El dinero electrónico es independiente y portátil, ya que no está relacionado con ninguna red o dispositivo de almacenamiento; así, este medio de pago no es una moneda de libre flotación, sino que sólo representa una cantidad líquida, ya sea en dólares o euros.

Para disponer del dinero electrónico, se debe abrir una cuenta en un banco y presentar la documentación de identidad física; se puede retirar dinero, al acceder al banco mediante Internet y pulsar la clave de acceso; posteriormente, se expide con cargo a la cuenta origen.

Este dinero se almacena en una cartera electrónica, que es representada por una tarjeta inteligente con la cual se puede comprar cualquier cosa en la red, siempre y cuando se acepte esta modalidad.

En este sistema, el titular de una cuenta bancaria compra ciberdólares, que son ofrecidos por diversas instituciones como:

- Digicash.
- Cybercash.
- Mondex.
- Netcash.
- E-Cash.

El dinero electrónico funciona a través de una serie de fichas que se adquieren para poder pagar una compra hecha en línea.

Por su parte la consultora *Gartner Group*, considera que “...el dinero electrónico, será utilizado en más del 60% de las transacciones en línea, en el año 2009...”<sup>48</sup>

Para usar el dinero electrónico, el usuario debe contar con un software denominado *wallet*, que le permitirá el acceso a un tercero que será quien cambie el dinero de curso legal de su cuenta bancaria en dinero electrónico, con el cual se podrá pagar.

Al utilizar este software y una firma electrónica, el banco que expide el dinero virtual, verifica todas las transacciones para asegurarse que el dinero

---

<sup>48</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 449.

sea utilizado sólo una vez; de esta forma, cada unidad de dinero virtual, constituye un número que permite al banco autorizarla en relación con otras unidades.

La ventaja que ofrece esta posibilidad de pago, es que los datos personales del comprador no circulan constantemente en la red, y permiten una mayor intimidad; por tanto, uno de los propósitos del dinero electrónico es asegurar la confidencialidad de las transacciones financieras y el anonimato de las partes que intervienen en la operación.

Sin embargo, cabe señalar que el uso del dinero digital, puede ocasionar diversos fraudes o bien que se lave dinero, por este motivo diversos países de primer mundo en tecnología, han introducido “...*el requerimiento del reporte que obliga a las instituciones financieras a informar a las autoridades gubernamentales sobre ciertas transacciones financieras...*”<sup>49</sup>; de tal modo que las operaciones que realicen los usuarios de servicios financieros en la red, estarán vigiladas por los organismos públicos de los países que han desarrollado este sistema.

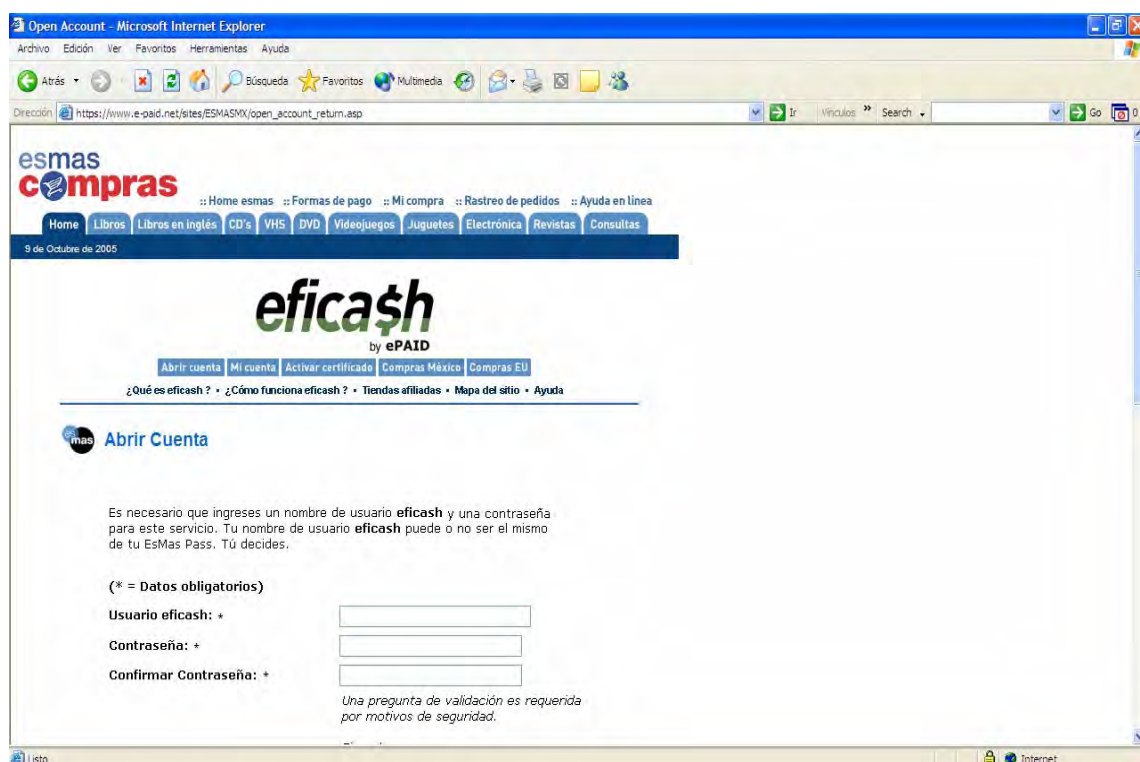
Pocas instituciones ofrecen dinero digital, pese a que en otros países es ya una realidad; en México se ofrece entre otros por el portal de Internet *esmas.com*, y es denominado como *esmas CA\$H*.

---

<sup>49</sup> Piña Libien, Irma Raúl. Hermenéutica de la Reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 41.

El portal asegura que es la manera más fácil y segura de comprar en Internet, ya que sólo se necesita abrir una cuenta con un depósito inicial y se aclara, que se podrá comprar sólo en las tiendas afiliadas.

Entre los servicios que ofrece están los de transferir fondos, mandar certificados de dinero, inclusive enviar dinero entre México y Estados Unidos, con la posibilidad de retirarlo en efectivo en múltiples locales.<sup>50</sup>



Finalmente, el dinero electrónico es el conjunto de números que van de un ordenador a otro por vía de redes telemáticas.

<sup>50</sup> [www.esmas.com](http://www.esmas.com), Portal Esmas.com, de Televisa; pagina consultada el 1 de noviembre de 2005.

### **3.7.4 CHEQUES DIGITALES.**

El cheque digital, funciona como si se tratara de una chequera común y corriente, con la diferencia de que, el usuario o consumidor, utiliza una firma digital, y una transmisión encriptada.

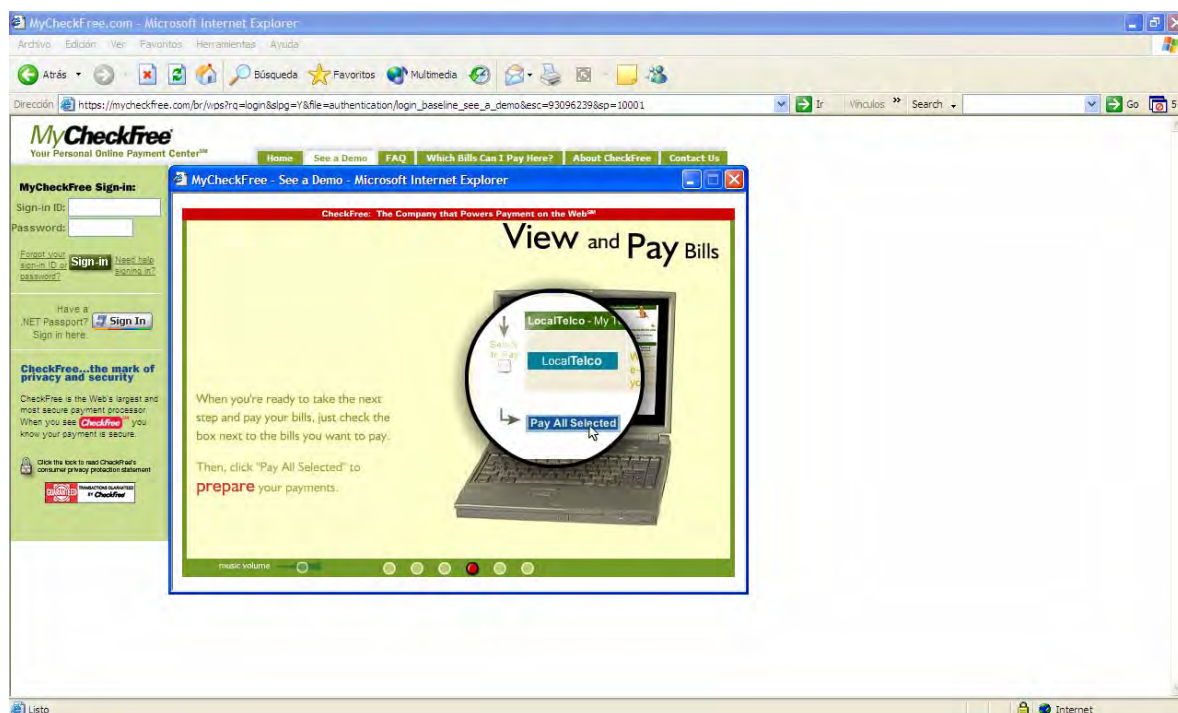
Los cheques digitales no son comunes, ya que el usuario necesita una chequera electrónica que hoy en día, es una tarjeta del tamaño de una de crédito con un *chip*, que se puede leer en casi cualquier terminal llamada *spot*.

Pese a que las tarjetas con *chip* ya existen, se pronostica que en un futuro con este tipo de plásticos se podrá tener acceso a casi cualquier cosa, desde pagar en tiendas, hablar por teléfono, pagar el transporte entre muchas otras cosas.

El portal [checkfree.com](http://checkfree.com), es una de las pocas empresas en la red que ofrece el cheque electrónico en línea; además, suministra recursos y software, a los usuarios para pagar todas las cuentas de cheques electrónicos en línea.

Pese a que la utilización del cheque electrónico, es sencilla y segura, todavía no es popular, al grado que la gran mayoría de los usuarios desconocen sus ventajas, entre las que destacan mayor seguridad de los datos del comprador, reducir el riesgo de fraudes, y respaldo financiero de una empresa dedicada por completo al comercio electrónico.

El siguiente recuadro representa gráficamente el portal y enseña como se realiza una compra mediante un cheque electrónico, en el que sólo se debe teclear un número y clave para pagar.<sup>51</sup>



### **3.8 LUGAR, TIEMPO Y FORMA DE ENTREGA.**

Una vez que se perfecciona el contrato nacen las obligaciones de las partes; así, mientras para el comprador surge la obligación de pagar, el vendedor adquiere la obligación de entregar la cosa pactada.

Es importante mencionar que en todo contrato se debe estar a las cláusulas pactadas por las partes, así, se debe atender a lo que se estipulo en el contrato para saber las modalidades de la entrega del producto.

<sup>51</sup> <https://mycheckfree.com>, Portal del corporativo Checkfree; pagina consultada el 23 de julio de 2005.

En España, por ejemplo acorde con el artículo 43.1 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, cuando en un contrato no se señala plazo para ejecución este se deberá cumplir dentro de los treinta días siguientes.<sup>52</sup>

Dentro de las obligaciones del vendedor, se encuentra la entrega del bien objeto del contrato a disposición del comprador.

La Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional, en su artículo 35, señala que el vendedor está obligado a entregar las mercancías cuya cantidad, calidad y tipo correspondan a los estipulados en el contrato.

Cabe señalar lo indicado por el maestro Español Fernández-Albor Baltar, en el sentido de que *“...a falta de cumplimiento del vendedor en la obligación de entrega, el comprador puede optar por resolver el contrato o exigir su ejecución, y en todo caso solicitar la indemnización por daños y perjuicios causados...”*<sup>53</sup>

Igualmente, por lo que respecta a la entrega o cumplimiento defectuoso se debe equiparar al incumplimiento de la obligación.

De igual forma si el producto adquirido tiene defectos el comprador tiene un plazo para denunciar el cumplimiento defectuoso o bien los vicios del producto.

---

<sup>52</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- Op. Cit. pag. 291.

<sup>53</sup> Ibídem, pg. 292.



### **3.9 SEGURIDAD DE LAS PARTES.**

La seguridad en el comercio electrónico se basa en la protección de datos de los usuarios.

Al respecto, existen cuatro aspectos básicos de seguridad:

❖ Autenticación.

La autenticación es el proceso de verificar formalmente la identidad de las entidades participantes en una comunicación o intercambio de información.<sup>54</sup>

Existen varias formas de autenticar:

- Claves.
- Direcciones.
- Criptografía.

De estas tres posibilidades la más segura es la criptografía, ya que en el caso de las dos primeras es posible que alguien robe la información enviada y así, suplantar la identidad del emisor.

Desde otro punto de vista se puede hablar de diversas formas de autenticar, como la biometría (huellas digitales, retina del ojo, la voz...), por medio de passwords o claves, y con un certificado digital.

❖ Confidencialidad.

---

<sup>54</sup> \* Por entidad se entiende tanto personas, como procesos o computadoras.

La confidencialidad permite mantener en secreto la información y solo los usuarios autorizados pueden manipularla; con técnicas de encriptación o codificación de datos.

❖ Integridad.

La integridad de la información permite que la transmisión entre dos entidades no sea modificada por un tercero, mediante la utilización de firmas digitales.

La firma digital codifica los mensajes a transferir, de forma que una función, denominada *hash*, calcula un resumen del mensaje y se añade al mismo.

La validación de la integridad del mensaje se realiza al aplicar al original la misma función y comparar el resultado con el resumen que se añadió al final.

❖ No-repudio.

Los servicios de no-repudio ofrecen una prueba al emisor de que la información fue entregada y una prueba al receptor del origen de la información recibida.

Esto permite que una vez enviado un mensaje, no se niegue su autoría, ni su recepción.

Por otra parte, la gran mayoría de las contrataciones electrónicas, se realiza por medio de tarjetas de crédito; así la seguridad en Internet es relativa, toda vez que es una manera muy sencilla de comprometerse en línea.

Respecto al pago con tarjeta de crédito, existen tres contratos:

- ❖ Contrato entre el usuario y el comerciante para la venta o prestación de servicios.

Esta modalidad es muy poco frecuente en las relaciones por Internet.

- ❖ Acuerdo de cargo entre el emisor y el titular de la tarjeta.

Este acuerdo, por lo general protege a la institución crediticia contra todos los reclamos, es así que el banco ejecuta todas las transacciones grabadas y transmitidas por el comerciante, aún si no existe firma, mientras que el consumidor no tiene recurso alguno, en contra de este acuerdo.

- ❖ Acuerdo de franquicia entre el emisor y el comerciante.

En este acuerdo, el comerciante se compromete a cubrir los riesgos si el cliente impugna el cargo y autoriza expresamente a la institución crediticia a cargar a su cuenta, de modo automático, la cantidad de cualquier transacción impugnada por el cliente.

Por otra parte, cabe señalar que las tarjetas de crédito se clasifican en:

- Clásicas.
- Oro (Gold).
- Platinum.

Las dos últimas otorgan mayores beneficios que una tarjeta clásica en orden a los servicios que prestan, por ejemplo, acceso a salones VIP, seguro sin costo para alquiler de automóviles, servicios telefónicos exclusivos para

socios, entre muchas otras cosas; incluso, el límite de crédito es superior en estas tarjetas.

Ahora bien, para que se autorice una operación en el comercio electrónico, con una tarjeta de crédito, se requieren ciertos datos:

En principio, se necesitan los datos del titular, los 16 dígitos de la tarjeta, la fecha de vencimiento y el pin o código de seguridad que esta en la parte posterior de la misma, a la derecha de la firma; además, de la categoría de la tarjeta, ya sea visa o mastercard, entre las mas conocidas.

Estos datos pueden ser vulnerables en la red, por ejemplo, un *hacker*, sin saber nada del titular, puede conocer la línea de crédito de una persona, si es internacional o no, así, como los últimos movimientos; solo con tener los 16 números de la tarjeta.

Es importante que no se guarden datos importantes en la computadora, como direcciones, teléfonos, claves o saldos; toda vez, que los sistemas operativos como *windows*, son vulnerables.

De igual forma, se debe tener precaución con los archivos adjuntos en los correos electrónicos, ya que pueden contener archivos tipo troyanos que permiten el acceso remoto a las computadoras; en este sentido, a manera de guisa, por medio de un correo electrónico con archivo adjunto, un *hacker*, puede ingresar a una computadora, y extraer los datos confidenciales de una tarjeta de crédito, y desde ahí realizar una compra en línea, con el *Internet Protocol (IP)*, o dirección de la persona vulnerada, la cual no tiene opción,

toda vez, que en la empresa en dónde se recibió el requerimiento de compra, se registra el *Internet Protocol* (IP), e incluso si esta conectado mediante *modem*, se puede obtener el teléfono, de dónde se conectó.

Finalmente, por lo que hace a la confidencialidad de datos, la ley modelo en materia de comercio electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, define el *data message*, o mensaje de datos, como “...*cualquier información que es generada, enviada, recibida o almacenada por medios electrónicos, ópticos o similares, tales como la transmisión electrónica de datos, el correo electrónico, el telegrama, el télex y la telecopia o fax...*”<sup>55</sup>

### **3.10 CRIPTOGRAFÍA.**

El vocablo criptografía proviene de la palabra griega *Kriptos*, que a su vez significa secreto; y en su etimología, el diccionario de la real Academia de la Lengua Española, lo define como “*el arte de escribir en clave secreta o de un modo enigmático.*”<sup>56</sup>

El maestro Uruguayo, Marcelo Bauza, señala que “...*la criptografía es una técnica antigua, revitalizada en épocas de guerra para cifrar y descifrar mensajes, con lo que se ocultaba el mensaje original...*”<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Artículo 2 ley modelo UNCITRAL.

<sup>56</sup> Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española. 22ª ed. Edit. Espasa. 2001.

<sup>57</sup> S Rippe, I. Creimer, C. Delpiazzo, D Hargain, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- 1ª ed.- Edit. IB de F. Buenos Aires – Montevideo.- 2003.- pg. 79.

La criptografía es una herramienta para combatir la inseguridad en Internet, que al ser una red pública y abierta, tiene problemas de confidencialidad y privacidad.

En otro concepto es “...una técnica basada en un algoritmo matemático que transforma un mensaje legible a su equivalente en un formato ilegible para cualquier usuario que no cuente con la clave secreta para descriptarlo...”<sup>58</sup>

Por tanto, la criptografía permite que circule información codificada que solamente podrán descifrar las personas que cuenten con la clave, lo que asegura que los datos de los compradores, sean confiables y seguros; con ella se permite la privacidad de mensajes entre individuos, la autenticidad e integridad de cierta información, la protección de los secretos comerciales e industriales y la protección de los derechos de propiedad intelectual.

Existen dos tipos de técnicas de criptografía:

- Emisor y receptor, con la misma clave privada.
- Emisor y receptor, con una clave privada y una pública. (en este modelo el usuario encripta un mensaje utilizando su clave privada y transmite su clave pública a quienes planea enviar su mensaje).

Pese a la seguridad de encriptar los datos de la tarjeta de crédito, la piratería, los *hackers*, *crakers* y en general todos los bemoles que conlleva

---

<sup>58</sup> Piña Libien, Irma Raúl. Hermenéutica de la Reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 44.

Internet, han dado pauta a la aparición de una segunda generación de métodos de pago.

### **3.11 FIRMA DIGITAL.**

La firma es el mecanismo tradicional para indicar que una persona aprueba el contenido de un documento.

Al respecto el artículo 7 de la ley modelo sobre comercio electrónico, citada, señala que:

*“... 1) Cuando la ley requiera la firma de una persona, ese requisito quedará satisfecho en relación con un mensaje de datos:*

- a) Si se utiliza un método para identificar a esa persona y para indicar que esa persona aprueba la información que figura en el mensaje de datos; y*
  - b) Si ese método es tan fiable como sea apropiado para los fines para los que se generó o comunicó el mensaje de datos, a la luz de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.*
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no exista una firma...”*

Esta definición es amplia y no está atada directamente a la generación de la firma a través de un método específico, como lo puede ser el de clave pública.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> La clave pública se funda en un sistema cifrado, basado en el uso de una clave privada y una pública.

La firma digital es definida también como la transformación de un mensaje al emplear un criptosistema asimétrico de tal manera que, una persona que posea el mensaje inicial y clave pública del firmante puede determinar con certeza, si la transformación se creó con la clave privada que corresponde a la clave pública del firmante, y si el mensaje ha sido modificado desde que se efectuó la transformación.

En la legislación colombiana, se ha introducido el termino de firma digital como una especie del genero de la firma, relacionada directamente con el método de clave pública, de tal manera que se define el artículo 2, de la ley 527 de 1999:

*“... 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...”*

En esencia, la técnica de firma digital basada en clave pública utiliza una clave para generar la firma y otra para verificarla; así, *“...la clave de verificación es llamada clave pública, porque cualquier persona puede verificar la firma con esta clave, y la clave para generar la firma es llamada clave privada, dado que sólo el iniciador de la firma es el único que puede controlarla...”*<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 59.



La firma digital es un valor numérico que se adhiere al mensaje de datos, por lo tanto, no cambia el texto original del mensaje, sólo le agrega información propia de la firma; de donde se colige, que un documento firmado digitalmente no oculta su contenido, característica similar a la de los documentos físicos tradicionales firmados en forma manuscrita, puesto que puede existir un documento firmado en el cual no se reconozca la firma ni el autor de la misma, pero cuyo contenido sea legible.

En suma, la firma digital es aquella firma electrónica que utiliza una técnica de criptografía asimétrica, basada en el uso de un par de claves únicas, asociadas a una clave privada y una clave pública relacionadas matemáticamente entre sí, de tal forma que las personas que conocen la clave pública no pueden derivar de ella la clave privada.

Finalmente, “...la firma digital consiste en encriptar un texto con la clave privada del firmante...”<sup>61</sup>

### **3.12 CERTIFICACIÓN Y CYBERNOTARIO.**

Uno de los mas grandes retos de Internet consiste en el desarrollo de un órgano que certifique la identidad de emisores y receptores que envían o reciben los mensajes firmados, de esta forma se certificara que clave pública pertenece a cada persona y si se encuentra vigente.

---

<sup>61</sup> Rengifo Garcia, Ernesto, Peña Valenzuela, Daniel, et al.- Comercio Electrónico, Memorias.- Op. Cit. pag. 48.

La firma digital puede verificarse por la parte que recibe el mensaje, pero no puede estar segura de que la persona que lo envía sea en realidad la parte que se ostenta como tal.

Así, nace el certificado digital como un tercero imparcial que vincula la clave pública a un sujeto determinado para dar seguridad jurídica.

El certificado digital es el documento que relaciona a las personas con las claves públicas; su principal uso es para verificar las firmas digitales de las personas; tiene un tiempo de validez, ya que debe incluir la fecha de expedición y la fecha de vencimiento.

También, se puede definir como la certificación electrónica que vincula unos datos de verificación de firma a un signatario y confirma su identidad.

Los certificados se emiten previo a la firma y son validos para una cantidad sucesiva e indeterminada de firmas, pero tienen un período de validez determinado en cuanto a tiempo.

*“...Para que un certificado pueda ser calificado como valido debe de contener lo siguiente:*

- 1. Información del prestador de servicios de certificación que lo expide (nombre o razón social, domicilio, correo electrónico, su IP, entre otras cosas).*
- 2. Referencias relativas al signatario (identificación, nombre, procedencia, nacionalidad).*
- 3. Datos de verificación de la firma del signatario.*
- 4. Datos del certificado (periodo de validez del certificado).*

5. *Firma electrónica avanzada del prestador de servicios...*<sup>62</sup>

La legislación Colombiana lo define en su decreto reglamentario 1747 del año 2000, como “...Mensaje de datos firmado por la entidad de certificación que identifica, tanto a la entidad de certificación que lo expide, como al suscriptor y contiene la clave pública de éste...”<sup>63</sup>

Las firmas digitales que se generan con el certificado sólo se pueden producir dentro de su periodo de validez, no obstante la firma digital se puede verificar en cualquier tiempo posterior.

La entidad de certificación es el ente que genera confianza dentro de la infraestructura de clave pública; es el encargado de aportar herramientas a los usuarios para verificar las firmas digitales de las personas.

El maestro Ángel García Vidal, señala por su parte que los prestadores de servicios de certificación son “las personas físicas o jurídicas que expiden certificados, además de poder prestar otros servicios en relación con la firma electrónica...”<sup>64</sup>

El avance en las transacciones electrónicas, ha llevado a la creación de autoridades certificadoras, que son personas facultadas para emitir certificados, es decir, registros electrónicos que verifican que una clave pública pertenece a determinado individuo.

---

<sup>62</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- Op. Cit. pag. 362.

<sup>63</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 66.

<sup>64</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- Op. Cit. pag. 360.

Los certificados contienen una clave pública y un nombre, la fecha de vencimiento de la clave, el nombre de la autoridad certificante, el número de serie del certificado y la firma digital del que otorga, es de esta manera que se inscriben en una base de datos, a la que el público puede tener acceso en línea para conocer acerca de la validez de los mismos y realizar sus transacciones con plena confianza.

Actualmente, existen empresas que dan servicios de certificación, con el propósito de otorgar seguridad en el comercio electrónico y a la utilización de la firma digital; incluso se han desarrollado nuevas figuras jurídicas que certifican actos jurídicos en la red.

El maestro Lorenzetti, señala que *“... se entiende por certificador licenciado a toda persona de existencia ideal, registro público de contratos u organismo público que expide certificados o presta servicios en relación con la firma digital y cuenta con una licencia para ello, otorgada por la autoridad de aplicación”*.<sup>65</sup>

En otro orden de ideas, el cybernotario, es una figura que existe en algunos países como respuesta al ambiente volátil, que muchas veces perciben los posibles usuarios del comercio electrónico.

La finalidad del cybernotario es otorgar a los contratantes la garantía de que todas las transmisiones y su contenido tendrán un adecuado reconocimiento y que se asegure su aceptación en cualquier jurisdicción, ya sea local o extranjera.

---

<sup>65</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit. Abeledo Perrot.- Argentina, Buenos Aires.- 2001.- pg. 86.

Piña Libien, considera que *“...el cybernotario, debe de contar con un alto nivel de especialización en seguridad dentro de la nueva tecnología de la información, lo cual le permita certificar la identidad del emisor de un mensaje, dar un alto nivel de seguridad al contenido, fechar la notarización y realizar su protocolo...”*<sup>66</sup>

Lorenzetti, señala que *“...el cybernotario, tiene la función de realizar una investigación de los usuarios que deseen registrar sus claves públicas para utilizarlas en el comercio electrónico, de tal forma que, es factible que exista una certificación de bajo valor, donde se establece la identidad del usuario para asignarla a una clave pública, o bien, una de alto valor en donde el cybernotario realiza una investigación sobre la historia crediticia y criminal del usuario antes que la clave sea emitida; por lo tanto el notario establece un marco de seguridad para el comercio electrónico, y en general para todos los actos realizados por la red...”*<sup>67</sup>

Es así que el rango de acción del cybernotario, comprende desde la verificación de los datos de una persona, el registro de una clave pública, la obtención de un certificado, certificación de la identidad y capacidad de una persona con el objeto de realizar una transacción, y la autenticación de que una operación cumple con los requisitos legales y formales; en suma lo que hace es dar seguridad jurídica plena al comercio electrónico.

---

<sup>66</sup> Piña Libien, Irma Raúl. Hermenéutica de la Reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 43.

<sup>67</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 87.

## **CAPITULO 4.**

### **EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL DERECHO MEXICANO Y ASPECTOS INTERNACIONALES.**

#### **SUMARIO.**

4.1 Fundamento Constitucional del Comercio. 4.2 Importancia de la Ley Modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, sobre Comercio Electrónico. 4.3 Reforma de 29 de mayo de 2000, para legislar el Comercio Electrónico. 4.3.1 Código de Comercio. 4.3.2 Código Civil Federal. 4.3.3 Código Federal de Procedimientos Civiles. 4.4 Problemática Internacional. 4.5 Solución de Conflictos. 4.6 Arbitraje Comercial de la Contratación Electrónica.

#### **4.1. FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL DEL COMERCIO.**

Como premisa, es necesario destacar que la Constitución es la ley suprema, de ella se desprende el ordenamiento jurídico del estado; para Kelsen, constituye la fuente de validez formal de todas las normas secundarias que componen el derecho positivo.

En consecuencia, es indispensable puntualizar que el sistema jurídico del comercio en México, se fundamenta esencialmente en los artículos 5, 28, 73 fracción X y 131 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Así, el precepto 5, constitucional establece la garantía individual para ejercer el comercio, al consagrar que *“...a ninguna persona podrá impedirse se dedique a profesión, industria, comercio o trabajo...”*

Por su parte el numeral 28, constitucional señala la prohibición de los monopolios y en general da la pauta de la rectoría económica del país.

El artículo 73, fracción X, señala en lo que interesa que el Congreso de la Unión, tendrá la facultad de legislar en toda la República en materia de comercio.

Finalmente, el artículo 131 de la Constitución, en el último párrafo menciona que el ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión, para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación.

#### **4.2. IMPORTANCIA DE LA LEY MODELO DE LA COMISIÓN DE NACIONES UNIDAS PARA EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL, SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO.**

La asamblea general de la Organización de las Naciones Unidas, mediante resolución 51/162, de mil novecientos noventa y seis, aprobó la ley modelo, y recomendó su incorporación a los ordenamientos internos de cada estado como instrumento útil para agilizar las relaciones jurídicas entre particulares; así, *“...la ley modelo tiene la finalidad de establecer un marco de referencia a los países en la evaluación y modernización de ciertos aspectos de sus leyes y prácticas en las comunicaciones con medios computarizados, y otras técnicas modernas; además de la promulgación de una legislación acorde con la ley modelo donde no existiera...”*<sup>1</sup>

La Ley modelo, fue aprobada por la Comisión de Naciones Unidas para el derecho mercantil Internacional, con miras a eliminar los obstáculos

---

<sup>1</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 179.

innecesarios ocasionados al comercio internacional por las insuficiencias y contradicciones de los derechos internos de los diferentes estados; de esta manera ofrece a los países un texto normativo que sirve de guía para la evaluación y modernización de breves aspectos jurídicos y prácticas contractuales relativas al empleo, en las relaciones comerciales de la informática y demás técnicas de comunicación modernas.

Así, se constituye como una propuesta básica de reglas o formulas jurídicas encaminadas a crear un marco legal de las transacciones realizadas a través de mensajes de datos.

En ésta tesitura, la guía de incorporación señala que la finalidad de la Ley Modelo es ofrecer al legislador nacional un conjunto de reglas aceptables en el ámbito internacional, que permitan eliminar obstáculos jurídicos, y crear un marco jurídico que desarrolle las vías electrónicas de negociación.

La ley modelo del comercio del electrónico contiene una serie de normas jurídicas de carácter internacional creadas para ser adaptadas y aplicadas en el derecho interno de cada país, pues su objeto radica en facilitar el uso de medios modernos de comunicación y almacenamiento de información, como el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico y la telecopia.

Ahora, se impone destacar que la ley modelo se compone en su primera parte de quince artículos, en donde, se establecen principios generales con el fin de dar el soporte legal al comercio electrónico.



La segunda parte se compone de dos artículos (16 y 17) referidos a los contratos de transporte de mercancías, se establece la base legal para la negociabilidad de los documentos de transporte electrónicos, redactados de forma tal que sean aplicables a cualquier tipo de transporte.

El Capítulo I, contiene las provisiones generales, entre las que destacan, el ámbito de aplicación, definiciones, interpretación y modificación mediante acuerdo; la característica única de este capítulo es la creación del término "mensaje de datos", usado para diferenciar el cruce de comunicación, con las otras formas de aviso, información y mensajes tradicionales.

El Capítulo II, se refiere a la aplicación de los requisitos legales de los mensajes de datos, al señalar que no se le negará efectos jurídicos, validez o fuerza probatoria. Este reconocimiento es necesario, esencial y de sentido común, por la razón de que el comercio electrónico es un concepto nuevo, lo que probablemente causara resistencia a su aceptación en lugar de las formas tradicionales.

Por otra parte, los artículos 6 al 8, destacan aspectos sobre, el escrito, firma y original, respectivamente, además se establece el término de equivalencia funcional.

Además, este capítulo, señala los requisitos para la conservación o el archivo de los mensajes de datos. En efecto, para que el mensaje de datos, sea confiable, es esencial que sean conservados o archivados, sin posibilidad de

modificación alguna durante largos períodos de tiempo. Igualmente, es importante que, durante ese largo período de tiempo, puedan ser accesibles.

El capítulo III, por su parte, prevé los protocolos de comunicación de los mensajes de datos; esto es la formación y validez de los contratos a través de los mensajes de datos, su reconocimiento por las partes, acuse de recibo, tiempo y lugar del envío y recepción.

La segunda parte de la Ley Modelo, está dirigida a la regulación del comercio electrónico en áreas específicas; así, en el artículo 16, se describen y especifican diversos actos que pudieran haber sido registrados en fragmentos separados de documentos escritos a medida que la mercancía es procesada para su transporte.

El artículo 17, establece que los actos que consten en papel, se pueden satisfacer mediante la utilización de los mensajes de datos; incluso, se hace referencia a la manera de valorar el nivel de fiabilidad requerido para el reconocimiento de tales mensajes de datos.

De este modo, la Ley Modelo está diseñada con el afán de lograr un derecho "global" o uniforme, en el cual las reglas jurídicas sean similares entre las diferentes naciones; así, su finalidad es la de ofrecer al legislador nacional un marco jurídico internacional que permita eliminar obstáculos legales, así como, un desarrollo más seguro de las vías electrónicas de negociación designadas por el nombre de comercio electrónico.

La ley modelo se basa por una parte en el principio de "neutralidad del medio", es decir, la legislación no hace referencia ni se compromete con ninguna tecnología en particular; y por otra en el criterio conocido como "equivalente funcional", basado en un análisis de los objetivos y funciones del requisito tradicional de la presentación de un escrito consignado sobre papel con miras a determinar la manera de satisfacer sus objetivos y funciones con técnicas del llamado comercio electrónico.

Es decir, ese documento de papel cumple funciones, entre las que destacan: proporcionar un documento legible para todos; asegurar la inalterabilidad de un documento a lo largo del tiempo; autorizar la reproducción de un documento a fin de que cada una de las partes disponga de un ejemplar del mismo escrito; permitir la autenticación de los datos consignados suscribiéndolos con una firma; y, proporcionar una forma aceptable para la presentación de un escrito ante las autoridades públicas y los tribunales.

Cabe señalar que, respecto de todas esas funciones, la documentación consignada por medios electrónicos puede ofrecer un grado de seguridad equivalente al del papel y, en la mayoría de los casos, mucha mayor fiabilidad y rapidez, especialmente respecto de la determinación del origen y del contenido de los datos, con tal que se observen ciertos requisitos técnicos y jurídicos.

Finalmente, conviene señalar que la Ley Modelo no contiene principios contrarios a la legislación mercantil mexicana; toda vez que, armoniza las diferencias entre los distintos sistemas jurídicos.

#### **4.3. REFORMA DE 29 DE MAYO DE 2000, PARA LEGISLAR EL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

El comercio electrónico, es por si un tema con muchas aristas; por lo que lograr una regulación específica, parece tarea imposible, sin embargo, diversos sectores tanto públicos como privados, formaron el *Grupo Multisectorial para impulsar la Legislación sobre el comercio electrónico*, (GILCE), con la tarea de desarrollar el marco jurídico del comercio electrónico en México.

El Grupo multisectorial, nació con el objetivo de impulsar la reforma legislativa y dar certeza jurídica al comercio electrónico; hoy en día, su objeto se encuentra en promover regulaciones relativas a la factura y a la firma electrónica, que permitan un mejor uso de los recursos de una empresa.

Es necesario señalar en este contexto, que desde mil novecientos noventa y nueve, se presentaron varias iniciativas de ley con el propósito de adecuar el sistema jurídico mexicano.

De esta forma, se aprobaron una serie de modificaciones y reformas a diversos ordenamientos legales, que dan carácter de acto jurídico a las operaciones electrónicas comerciales, brindan reconocimiento legal a los documentos emitidos, y garantizan la protección a los consumidores e implementan los registros públicos de comercio automatizados.

Por tanto, el veintinueve de mayo de dos mil, fue promulgado en el Diario Oficial de la Federación, el decreto por el que se reforman y adicionan disposiciones del entonces Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal, Código Federal de

Procedimientos Civiles, Código de Comercio, y Ley Federal de Protección al Consumidor.

La reforma conllevó tres iniciativas, fundamentadas en los artículos 71 y 72, constitucionales, que se refieren al derecho de iniciar leyes o decretos, por parte del Presidente de la República, Congreso de la Unión y Legislaturas de los Estados.

De esta manera, se recogen conceptos como el mensaje de datos, el intercambio electrónico de datos, la validez y su valor probatorio, así como la expedición y recepción.

La reforma, fue de gran importancia, toda vez que como lo señala el maestro Acosta Romero, *“...en la practica ya no existe la necesidad de que los contratos consten impresos en papel o que deban estar firmados autógrafamente, y de esa forma los contratos se van transformando, haciéndose mucho más frecuentes aquellos acuerdos que se formulan entre ausentes debido al gran auge de los nuevos medios, toda vez que sin duda van adquiriendo una relevancia importante, al grado tal que algunos piensan que el papel común puede ir desapareciendo...”*<sup>2</sup>

Por otra parte, la exposición de motivos de la iniciativa destaca que la legislación comercial y la *lex mercatoria* en el contexto internacional han sido rebasadas, en razón de lagunas legales nacionales que han constituido barreras u obstáculos al comercio, al exigir que para la validez de los actos y contratos mercantiles, se utilice el papel.

---

<sup>2</sup> Acosta Romero Miguel Ángel, Lara Luna, Julieta Areli.- Nuevo Derecho Mercantil. Op. Cit. pag. 538.

En ese contexto, para la reforma, se tomó como fundamento jurídico la Ley Modelo en materia de Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI); y se estableció que el régimen jurídico mexicano sobre comercio electrónico debería ser compatible con el derecho internacional, con el propósito de otorgar mayor seguridad y certeza en las transacciones electrónicas tanto nacionales como internacionales.

La iniciativa constituyó un instrumento para reconocer validez jurídica a los actos, contratos o convenios comerciales celebrados entre no presentes por vía electrónica, del mismo modo que se reconoce la de los actos celebrados mediante documentos consignados en papel, lo que se conoce como el principio de "equivalente funcional". Así, se busca facilitar el comercio electrónico, al dar igualdad de trato a los contratos que tengan soporte informático con relación a aquéllos que sean soportados en documentación consignada en papel.

En el proceso de la promulgación de la reforma en materia de comercio electrónico, se razonó que el uso de Internet "*International Net*" y de la *World Wide Web*, aceleró la transformación del comercio mundial y nacional, en virtud de que permite el contacto instantáneo y barato entre vendedores, inversionistas, anunciantes y financieros de todas las regiones del mundo.

Finalmente, con la adecuación al marco jurídico del comercio electrónico, se logró:

- Impulsar el desarrollo de la infraestructura para poder acceder a los nuevos mercados informáticos;
- Fomentar el uso de medio electrónicos en las operaciones comerciales, y
- Contar con un esquema jurídico integral.

#### **4.3.1. CÓDIGO DE COMERCIO.**

La iniciativa al código de comercio, principalmente se justificó en reconocer las transacciones a través de medios electrónicos, así como la firma electrónica; la ley modelo de la Comisión de Naciones Unidas para el derecho Mercantil Internacional, (que jurídicamente se fundamenta en el principio de neutralidad del medio, o de no discriminación del medio) consiste en fomentar el uso de otras técnicas de autenticación de la voluntad, como la firma digital. De esta forma, impulsa la figura de entidades certificadoras, que tienen la función de dar seguridad al régimen de contratación, al corroborar la autenticidad de una firma electrónica.

Con la reforma al código de comercio, esencialmente, se reformaron los artículos 18, 20, 21 párrafo primero, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 49, 80 y 1205, y se adicionan los artículos 20 bis, 21 bis, 21 bis 1, 30 bis, 30 bis 1 y 32 bis 1298-A, además de los artículos 89 a 94; así, como el libro tercero “del comercio electrónico”.

Dentro de los avances que esta reforma conllevó, es necesario precisar que la legislación mexicana se limitaba a prever como únicos medios para contratar entre no presentes al correo y al telégrafo. Sin embargo, hoy en día, con las

reformas, es posible que las partes al contratar acuerden como mecanismo para dar el consentimiento el uso de medios electrónicos.

Así, las reformas y adiciones tienen la finalidad de refrendar la validez de la contratación a distancia, establecer disposiciones que no obstruyan las transacciones del comercio electrónico y ofrecer seguridad jurídica.

De esta forma, en los actos de comercio podrán emplearse los medios electrónicos; y, a la información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada a través de dichos medios, se le denominará mensaje de datos; por tanto, los comerciantes podrán ofertar bienes o servicios a través de medios electrónicos.

Consecuentemente, los convenios y contratos mercantiles que se celebren por correspondencia, telégrafo, o mediante el uso de medios electrónicos, quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o las condiciones con que ésta fuere modificada.

Finalmente, se establece la obligación de conservar la información en que se consignen contratos, convenios o compromisos que den nacimiento a derechos y obligaciones; y se regula el perfeccionamiento, el origen del envío y el momento de recepción de los mensajes de datos.

Bajo éste panorama, el artículo 89 del código de comercio establece “...en los actos de comercio podrán emplearse los medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología. Para efectos de este Código, a la información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada a través de dichos medios se le denominará mensaje de datos...”; en efecto, las transacciones que se realicen a través de medios electrónicos, como las hechas a través de teléfono,



telegrama, fax, correo electrónico e Internet, son actos de comercio, los cuales no fueron incluidos en el catálogo que al efecto dispone el artículo 75 del código de comercio.

El último párrafo del artículo 75 del código de comercio prevé que “... *en caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial...*”; sin embargo, las transacciones electrónicas, en los términos apuntados anteriormente, se deben reputar como actos de comercio.

Por su parte, el artículo 90 establece las reglas para determinar cuando el mensaje de datos se presumirá que proviene del emisor, a saber:

*“... II.- Usando medios de identificación, tales como claves o contraseñas de él, o [...] III.- Por un sistema de información programado por el emisor o en su nombre para que opere automáticamente...”*

El artículo 94 señala que “...*el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el emisor tenga su domicilio y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo...*”

Finalmente, la reforma reconoció como medios de prueba todos aquellos elementos que puedan producir convicción en el ánimo del juzgador acerca de los hechos controvertidos o dudosos y en consecuencia serán tomadas como pruebas las declaraciones de las partes, terceros, peritos, documentos públicos o privados, inspección judicial, fotografías, facsímiles, cintas cinematográficas, de videos, de sonido, mensajes de datos, reconstrucciones de hechos y en general cualquier otra similar u objeto que sirva para averiguar la verdad.

#### **4.3.2. CÓDIGO CIVIL FEDERAL.**

De la exposición de motivos de la reforma publicada en la gaceta parlamentaria, año III, número 412-II, correspondiente al 15 de diciembre de 1999, se desprende que *“...la presente iniciativa tiene como finalidad regular de manera específica lo que es la interacción a distancia, o aquella en que las partes no están físicamente presentes, la cual se ha convertido en una parte indispensable de las relaciones interpersonales...”*

Con esta reforma, se introdujo la definición de mensaje de datos, y se establece que el consentimiento como elemento esencial para la formación del contrato electrónico, se entenderá otorgado en forma expresa cuando el mismo contenga o se exprese en un mensaje de datos.

También se prevé que el mensaje de datos electrónico, tiene la misma validez y cumple con el requisito de la forma escrita, que se exige para el contrato y demás documentos legales que deben ser firmados por las partes.

La iniciativa conllevó la reforma de los artículos 1803, 1805, 1811 y 1834 bis del código civil.

El artículo 1803, consigna que el consentimiento puede ser expreso o tácito; de esta forma será expreso *“...cuando la voluntad se manifieste verbalmente, por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, o por signos inequívocos...”*; con esto se incorpora la posibilidad de que las partes manifiesten su voluntad para ofertar algún bien o servicio, mediante el uso de medios electrónicos.

El consentimiento es tácito cuando resulte de hechos o de actos que lo presupongan o que autoricen a presumirlo, excepto en los casos en que por ley o por convenio la voluntad deba manifestarse expresamente.

Por su parte el diverso 1805, contempla el principio de aceptación inmediata, al señalar que, *“...cuando la oferta se haga a una persona presente, sin fijación de plazo para aceptarla, el autor de la oferta queda desligado si la aceptación no se hace inmediatamente. La misma regla se aplicará a la oferta hecha por teléfono o a través de cualquier otro medio electrónico, óptico o de cualquier otra tecnología que permita la expresión de la oferta y la aceptación de ésta en forma inmediata...”*.

Por cuanto toca al artículo 1811, la reforma consistió en reconocer la validez de la propuesta y aceptación de la misma hecha por medios electrónicos; de esta forma la propuesta y la aceptación posterior de una oferta hecha a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, no necesitan del requisito de estipulación previa, es decir, no requieren la celebración previa de un contrato.

Finalmente, el artículo 1834, señala los alcances y efectos jurídicos de la celebración de actos que requieren forma escrita, es decir que consten en una escritura pública fedatada por un notario o corredor público; en este sentido se añadió el artículo 1834 bis, el cual indica que son validos o se pueden cumplir mediante la utilización de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, siempre que la información generada o comunicada en forma

íntegra, sea atribuible a las personas obligadas y accesible para su ulterior consulta.

En suma, las reformas no intentaron modificar los principios establecidos en este Código sino que se reconociera la manifestación de la voluntad de las partes en la solicitud de algún bien o servicio mediante el uso de medios electrónicos; dar validez jurídica a la propuesta y aceptación hecha por estos medios y actualizar los alcances de esta legislación a los actos que requieren de la forma escrita otorgada ante un fedatario público, cuando se usen medios electrónicos.

#### **4.3.3. CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES.**

En el ordenamiento adjetivo federal, se reconocen los efectos jurídicos de los mensajes de datos, en lo que respecta a la validez y valor probatorio; se atiende igualmente al reconocimiento de los requisitos de autenticidad, integridad y contabilidad de la información generada, comunicada o archivada a través de mensajes de datos.

La adición fue con el propósito de conceder efectos jurídicos de validez y fuerza probatoria a los procedimientos judiciales, en lo que respecta a la información que conste en medios electrónicos; con ello, se disminuirá la discrecionalidad del juez o tribunal que conozca de la controversia, y se conservará la información generada por medios electrónicos en su forma original, de tal manera que se debe mantener en forma íntegra e inalterada y ser accesible para su ulterior consulta.

El Código Federal de Procedimientos Civiles, adicionó el artículo 210-A, que establece *“...Se reconoce como prueba la información generada o comunicada que conste en medios electrónicos, ópticos o en cualquier otra tecnología...”*

Por otra parte, es necesario destacar que el citado artículo señala que *“...se estimará primordialmente la fiabilidad del método en que haya sido generada, comunicada, recibida o archivada...”*; con esto, se deja al arbitrio judicial el valor de la prueba, lo que constituye un riesgo fundado.

De igual manera, la acreditación de validez de un documento electrónico se dará cuando éste no haya sufrido modificación alguna desde que se generó por primera vez, lo que resulta oscuro; toda vez, que la manipulación a la que puede ser objeto un mensaje de datos, generado por correo electrónico o por vía electrónica como Internet, está sujeto a factores externos como una intromisión no autorizada de un tercero a un sistema de información, o bien, que se produzca un error de lectura en el sistema receptor del mensaje de datos.

#### **4.4. PROBLEMÁTICA INTERNACIONAL.**

*“...Casi todas las Leyes fueron concebidas en y para un mundo de átomos, no de bits... el problema con la Ley es un llamado de alerta que nos está advirtiendo que esto es algo importante. Una Ley nacional no tiene cabida en la ciberlegislación. La ciberlegislación es una legislación global, que no será fácil de manejar...”<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 458.

Bajo esta concepción, cabe señalar que en el ámbito internacional la principal regulación de comercio electrónico es la emitida por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, que es un órgano dependiente de la Asamblea General de las Naciones Unidas, establecido en 1996, con el objetivo de promover la armonía y unificación progresiva del derecho mercantil internacional.

Así la tendencia es, por un lado facilitar la modificación de algunos regímenes de derecho interno de los estados, con el objeto de dar certeza a las operaciones comerciales transfronterizas, y por otro sentar una base para que diversos países aprueben normas jurídicas comunes para regular determinados aspectos de las operaciones mercantiles internacionales.

En el afán de una legislación internacional, o bien de ordenamientos estatales con principios comunes, la maestra Colombiana María Clara Gutiérrez Gómez, señala que las legislaciones deben de contener los siguientes principios:

- Internacionalidad de la ley.
- Autonomía de la voluntad.
- Equivalente funcional.
- Neutralidad tecnológica.
- Flexibilidad.<sup>4</sup>

En otro orden de ideas, es difícil saber cuando un contrato tiene naturaleza nacional o internacional.

---

<sup>4</sup> Cfr. Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag.186.

Según Vivien Matteo, “...un contrato internacional se interrelaciona con diversos ordenamientos jurídicos, de manera tal que los elementos del contrato aparecen vinculados a diferentes estados, en los cuales este hecho produce diferentes efectos...”<sup>5</sup>

Existen básicamente dos postulados que señalan y distinguen la internacionalidad de los contratos:

- ❖ Positivo. El contrato es internacional cuando se celebra en un estado, y se cumple en otro.
- ❖ Teórico. Se toma en cuenta cualquier elemento extranjero para internacionalizar el contrato, aquí los tribunales establecen si es un contrato internacional.

Por otra parte, “...el carácter internacional de un contrato plantea tres cuestiones específicas:

1. *Quien resuelve el problema (autoridad judicial o arbitro).*
2. *Que ordenamiento jurídico es aplicable.*
3. *Cuales son los alcances de la solución de conflictos...*<sup>6</sup>

Finalmente, bajo el argumento de que no existe una legislación internacional con principios universales para el comercio electrónico, es necesario pugnar porque se implemente un instrumento internacional, para dar certidumbre a los usuarios de Internet, toda vez que las legislaciones nacionales han sido superadas con el avance de la tecnología.

---

<sup>5</sup> S Rippe, I. Creimer, C. Delpiazzo, D Hargain, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- Op. Cit. Pag. 174.

<sup>6</sup> Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- Op. Cit. pag. 420.

Por tanto, es necesario establecer normas precisas que regulen temas medulares para el comercio electrónico, entre los que destacan:

- La seguridad y la intimidad de los datos de tipo personal en el área comercial.
- Derechos de propiedad intelectual, dado que se considera relevante la incidencia de los derechos de autor en las comunicaciones en línea; la reproducción y distribución de material reservado.
- Regulación de los nombres de dominio en Internet.
- Garantizar una fiscalidad transparente y neutra, a través de seguridad jurídica y neutralidad fiscal.
- La creación de un marco legal armonizado que permita su adecuación al resto del contexto internacional.

México se encuentra todavía en el camino de la adecuación y la regulación técnica y legal de los medios electrónicos, por lo tanto existen varios rubros sobre los que es necesario legislar, entre los que destacan:

- ✓ La seguridad electrónica, en donde se deben analizar los estándares algorítmicos y la administración de las llaves públicas. Se requiere un esquema con una autoridad certificadora central o agencia certificadora como en otros países que sea la responsable de emitir certificados de firmas electrónicas.
- ✓ Crear una cultura informática, con el propósito que la gente acepte la nueva forma para hacer negocios a través de medios electrónicos; dar una



educación básica sobre programas de computación; convencer a los empresarios medianos y pequeños de los beneficios del uso de los medios electrónicos para sus negocios de la misma manera en que los realizan las grandes compañías; y finalmente, lograr una estandarización.

- ✓ Promover la participación de los corredores y notarios en los medios electrónicos.
- ✓ Integrar el grupo de trabajo para la elaboración de la Norma Oficial Mexicana sobre los requisitos de conservación para los mensajes de datos.
- ✓ Tener una infraestructura para obtener equipos de computación y servicios.

#### **4.5. SOLUCIÓN DE CONFLICTOS.**

Las relaciones entre particulares son cada día más complejas, se celebran contratos diversos, y se genera una gran cantidad de conflictos cada día más abundantes y problemáticos; esto ha provocado una tendencia mundial de los diversos sistemas jurídicos a buscar mecanismos alternativos de justicia que agilicen la solución de conflictos de una forma más rápida.

A través del tiempo, el tema de justicia en muchos estados, ha desarrollado un grado de desconfianza muy alto, debido a la corrupción principalmente; por tal motivo, los métodos alternos de solución de controversias, han evolucionado.

Así, cabe señalar que, en el marco del derecho internacional privado, se determina la jurisdicción y no la competencia; por tanto, la jurisdicción es el poder que tiene un Estado para conocer acerca de un litigio.

Sin embargo, eso no implica que necesariamente un tribunal deba resolver la controversia, ya que, el Estado puede prever en su legislación que otras instancias, que no sean necesariamente los tribunales, puedan tener la facultad de solucionar conflictos.

De esta manera, se conciben los métodos alternos de solución de conflictos, como el derecho de las partes a estipular que sus disputas o controversias, se ventilen en tribunales estatales o bien por instituciones o personas privadas, como un árbitro.

En esa tesitura, existen cuatro formas o métodos de solución de conflictos:

❖ Negociación.

Aquí, las partes se confrontan directamente para obtener una solución.

❖ Mediación.

La negociación se da por medio de un tercero que es neutro.

❖ Conciliación.

En ésta modalidad el tercero asiste a las partes en las negociaciones, además de proponer soluciones.

❖ Arbitraje.

Los terceros imponen una solución, a la que se deberán someter las partes.

Es importante destacar que la mediación y la conciliación terminan mediante un convenio de transacción, que es un contrato por el cual las partes realizan recíprocas concesiones, terminan una controversia presente o previenen una

futura;<sup>7</sup> por lo que “...las soluciones obtenidas por un método transaccional, deben ser aceptadas por las partes...”<sup>8</sup>

Así, “...Los métodos alternos de solución de conflictos, son una excepción a la jurisdicción de los tribunales, su admisibilidad es regida por la *lex fori*, y los requisitos de fondo por la *lex contractus*...”<sup>9</sup>

De esta forma, a la solución de conflictos en el ámbito del comercio electrónico, se le ha denominado por sus siglas en inglés *Online Dispute Resolutions*.

Por otra parte, es necesario señalar que existen diversos tratados internacionales en materia de arbitraje, por lo que a fin de evitar conflictos convencionales, se debe seguir la regla de especialidad en la aplicación; en este sentido, en México, se debe de aplicar el siguiente orden jerárquico:

- **Convención Regional:** Si el Estado de la sede del arbitraje y el Estado de ejecución son parte de ella.
  - Convención Interamericana sobre Arbitraje Comercial Internacional. (Convención de Panamá).
  - Convención Interamericana sobre Eficacia Extraterritorial de las Sentencias y Laudos Arbitrales Extranjeros (Convención de Montevideo).

---

<sup>7</sup> artículo 2944, Código Civil Federal.

<sup>8</sup> Graham, James A.- El Derecho Internacional Privado del Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 21.

<sup>9</sup> *Ibidem*, pag. 21.

- **Convención Universal:** Se aplicará si los estados no tienen una convención regional, pero son parte de ésta.
  - Convención de Nueva York sobre el Reconocimiento y Ejecución de Sentencias Arbitrales Extranjeras.
  
- **Derecho Común:** Sólo se aplicara en último lugar, cuando no exista tratado, en México, que es el Código de Comercio.

#### **4.6. ARBITRAJE COMERCIAL DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.**

La forma mas popular en los métodos alternativos de solución de conflictos es el arbitraje, el cual se puede definir como el mecanismo mediante el cual dos o mas personas convienen someter sus diferencias a un tercero, denominado árbitro, que no reviste la calidad de juez estatal, para que llegue a una solución, denominada laudo, vinculante para las partes y a la que se someten.

El arbitraje constituye una jurisdicción privada por la que se desplaza la potestad de juzgar hacia un órgano distinto de los tribunales estatales, y tiene su justificación en la autonomía de la voluntad de las partes en el contrato. Se trata de un medio eficaz, que atiende fundamentalmente al fondo del asunto y no al perfeccionamiento de las formas procesales.

El arbitraje es el proceso mas utilizado para resolver conflictos comerciales, y del comercio electrónico; las partes se someten a el mediante una cláusula o convenio arbitral contenido en el contrato; es así que en ocho de cada diez

contratos internacionales, se estipula que, en caso de surgir una controversia, se resolverá por el procedimiento de arbitraje.

Derivado de la inexistencia de tribunales internacionales que brinden la posibilidad de someter a su jurisdicción los conflictos derivados del tráfico mercantil internacional y la necesidad de acudir a los tribunales de cada país para la resolución de los mismos, es una de las principales causas por la que las partes eligen este método de solución de conflictos.

Entre las ventajas del arbitraje destacan:

- ✓ Rapidez.- Frente a la saturación de la administración de Justicia, el arbitraje proporciona agilidad, ya que las partes pueden establecer un plazo máximo dentro del cual el laudo debe ser dictado.
- ✓ Especialización en la materia.- Las partes pueden escoger árbitros que conozcan a fondo la materia en la que se ha originado la controversia.
- ✓ Eficacia.- En caso de incumplimiento, el laudo arbitral firme puede ser objeto de ejecución forzosa, al igual que una sentencia judicial que causó estado.
- ✓ Reducción de la sobrecarga de trabajo de los Tribunales.

El arbitraje es el proceso ideal para ser utilizado en el comercio electrónico, por las ventajas que ofrece y gracias a la posibilidad de adaptarse fácilmente a los avances tecnológicos. Aunque el arbitraje internacional se limita, principalmente, a la resolución de disputas contractuales y no resuelve otros

conflictos, se piensa aplicar este sistema a la resolución de las controversias surgidas por la utilización de Internet.

Es necesaria la creación de un sistema virtual de solución de controversias, en donde se permita entablar acción judicial o defenderse contra una denuncia por medio del acceso a un sitio web.

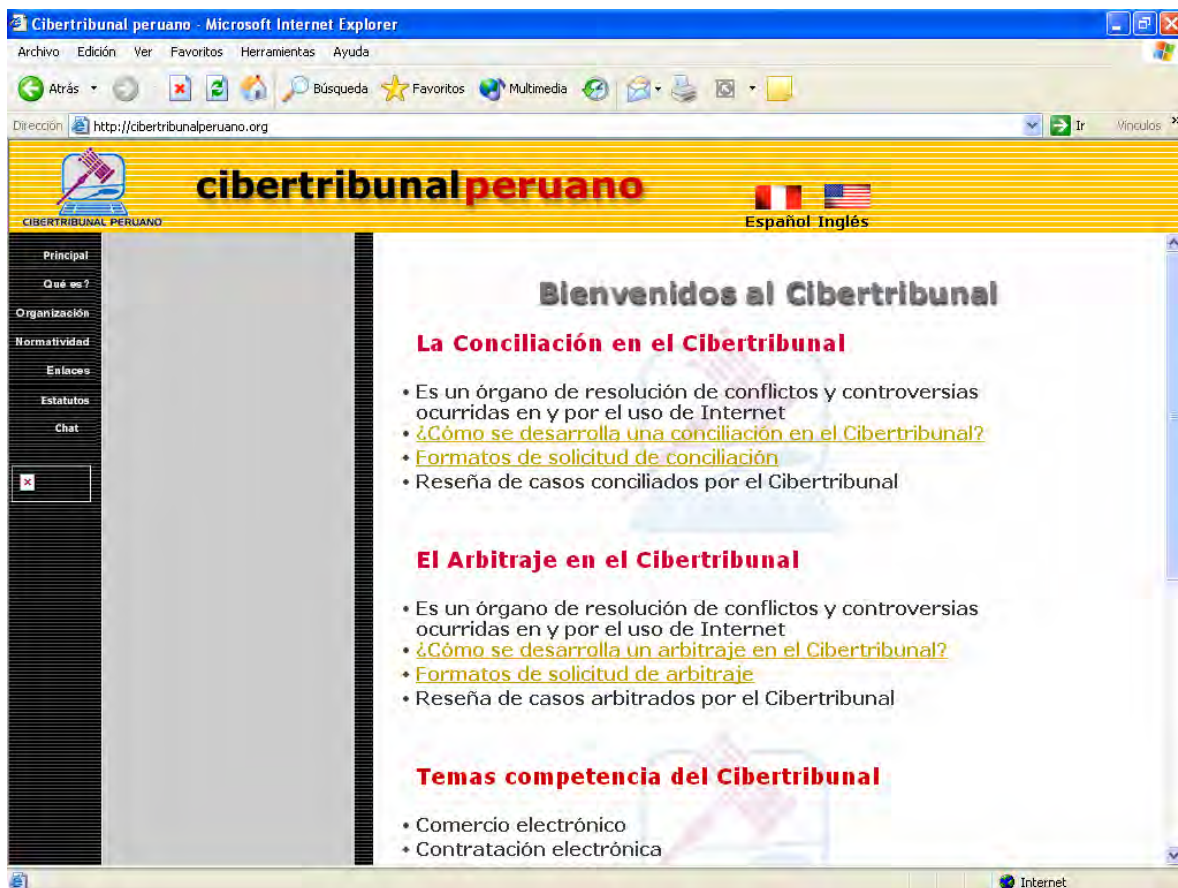
Resulta pertinente establecer la figura del Magistrado virtual, que es un sistema en el cual los árbitros y los sujetos procesales utilizan los ordenadores y la tecnología de las comunicaciones para llevar a cabo el proceso; así, emite sus sentencias a través del correo electrónico, sin necesidad de presencia física.

En este contexto se prepara el camino para la creación de *“...la nueva jurisdicción llamada Ciberespacial que consiste en un espacio virtual en el cual confluyen una gran variedad de jurisdicciones ya existentes y donde se debe surtir la solución de controversias nacidas en el espacio digital...”*<sup>10</sup>

Sobre este punto, Perú fue uno de los primeros países suramericanos en establecer un *cibertribunal*, sin fines de lucro; con el objeto de constituir un centro alternativo de resolución de conflictos a través de la mediación, conciliación y arbitraje, exclusivamente para controversias suscitadas en la red.

---

<sup>10</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 495.



En efecto, Perú apuesta por el arbitraje para la solución de controversias, cuestión que México no ha definido, por lo que no se ha desarrollado de forma más acelerada el comercio electrónico.<sup>11</sup>

El proceso de solución de controversias en línea es el mejor instrumento con el que puede contar el comercio electrónico, ya que aumenta la velocidad y eficacia, además de reducir costos; en estas páginas se llenan formularios electrónicos a través del desarrollo del proceso lo que da mayor certidumbre jurídica a las partes.

<sup>11</sup> <http://cibertribunalperuano.org>; Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones, República del Perú; Página consultada el 22 de diciembre de 2005.

Por otra parte, se dio origen al micro arbitraje digital, que consiste en una organización conformada de una base de datos que incluye los nombres de personas naturales de formación jurídica, a efecto de que se desempeñen como árbitros en la solución de controversias emergentes de operaciones de comercio electrónico.

Es una forma simplificada de arbitraje tradicional cuyos costos garantizan la resolución de problemas derivados de pequeñas transacciones en Internet y otras estructuras electrónicas, a diferencia del arbitraje tradicional donde las partes tienen derecho a elegir libremente la cantidad de árbitros que compondrán el Tribunal Arbitral. En el micro arbitraje el Tribunal se compondrá siempre de un sólo árbitro, situación que reduce sustancialmente los costos.

Bajo este panorama se impone necesario crear un registro o base de datos de personas plenamente capacitadas para ejercer de árbitros en conflictos originados por transacciones comerciales o tecnológicas (Panel de árbitros y Red de árbitros neutrales), así como un sitio web al cual se puedan remitir las solicitudes de arbitraje vía *e-mail*.

Se debe precisar que todo contrato electrónico debe contener una cláusula arbitral que presupone un buen término de la controversia.

Esto es, la necesidad del arbitraje es la mejor forma de solución de controversias, por tanto ya sea una cláusula arbitral normal, virtual o bien de micro arbitraje digital, el hecho es que todo contrato la debe contener.

En efecto, *“...existen diversos portales arbitrales privados en la red, en los que una vez que se acepta la cláusula compromisoria, implica también su reglamento arbitral, el cual muchas veces conlleva riesgos como, tasas*



*demasiado onerosas para litigar el asunto, que muchas veces rebasan el monto del litigio...*<sup>12</sup>

Por tanto se debe crear un organismo internacional independiente que maneje las disputas, establecido para los proveedores que operen en línea y a los consumidores cuando se encuentren en algún problema derivado de una transacción electrónica.

---

<sup>12</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 257.

## **CAPITULO 5.**

### **MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE SU ACTUALIZACIÓN MUNDIAL.**

#### **SUMARIO.**

5.1 Instrumentos Internacionales aplicables al Comercio Electrónico. 5.2 Implementación de una Legislación Internacional con Principios Fundamentales. 5.3 Protección al Consumidor en Materia Internacional. 5.4 Determinación del Régimen Jurídico aplicable en el Comercio Electrónico. 5.5 Ventajas del Comercio Electrónico. 5.6 Delitos Electrónicos reconocidos Internacionalmente. 5.7 Futuro del Comercio Electrónico y de su Regulación Jurídica Internacional.

#### **5.1 INSTRUMENTOS INTERNACIONALES APLICABLES AL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Internet excede las fronteras nacionales, de hecho considero que es la premisa de la comunidad mundial; esto es, Internet no concibe nacionales de un estado, sino, por así decirlo ciudadanos del mundo; por tanto, es factible decir que Internet es la culminación del proceso de transformación del mundo en una aldea global.

En la actualidad, existen pocos tratados o instrumentos internacionales en materia de comercio electrónico, lo que beneficia su desarrollo, ya que no da pauta a varios puntos de vista, sino a un concepto generalizado de sus principios.

En ese sentido, la Unión Europea, en su afán de integración total ha impulsado la Directiva de Parlamento Europeo y del Consejo Relativa a Determinados Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en el Mercado

Interior, la cual fue presentada en septiembre de mil novecientos noventa nueve.

*“...El objetivo de la iniciativa es crear un marco jurídico que garantice la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información...”<sup>1</sup>*; así, establece bases sólidas que permiten, a mi parecer, el sano desarrollo del comercio electrónico en la Unión Europea; a saber:

- “... 1. Todo Estado miembro velará porque los servicios de la sociedad de la información facilitados por un prestador de servicios establecido en su territorio respete las disposiciones nacionales aplicables.*
- 2. Será claramente identificable la persona física o jurídica en nombre de la cual se hagan comunicaciones comerciales.*
- 3. Los estados miembros velarán por que su legislación permita la celebración de contratos por vía electrónica.*
- 4. Se exigirá al prestador de servicios antes de realizarse el pedido, que proporcione los pasos que debe realizarse al celebrar el contrato, los medios técnicos para identificar y corregir los errores de introducción de datos antes de efectuar el pedido, los idiomas para celebrar el contrato.*
- 5. El prestador de servicios debe acusar recibo del pedido sin demora y por vía electrónica.*
- 6. Se considerará que se han recibido el pedido y el acuse de recibo cuando las partes a las que se dirigen puedan tener acceso a ellos.*

---

<sup>1</sup> Rengifo Garcia, Ernesto, Peña Valenzuela, Daniel, et al.- Comercio Electrónico, Memorias.- 1ª ed.- Edit Universidad Externado de Colombia.- Departamento de Derecho de los Negocios.- Colombia, Bogotá.- 2000.- pg. 155.

7. *Los estados miembros podrán establece obligaciones tendentes a que los prestadores de servicios de la sociedad de la información comuniquen con prontitud a las autoridades públicas competentes los presuntos datos ilícitos o las actividades ilícitas que realicen los usuarios.*
8. *Los estados miembros fomentarán la elaboración de códigos de conducta.*
9. *Se fomentará la resolución extrajudicial de las controversias...*<sup>2</sup>

Por otra parte, *“...la conferencia de la Haya sobre Derecho Privado Internacional, actualmente trabaja en un convenio sobre jurisdicción y ejecución de resoluciones judiciales extranjeras en materia civil y mercantil, con el propósito de limitar los lugares en donde se pueden entablar acciones judiciales con tribunales adecuados, y evitar así resoluciones contradictorias...”*<sup>3</sup>

Bajo este panorama, se sostiene que los criterios de competencia se dividen en tres categorías:

- Causas obligatorias de competencia jurisdiccional.
- Causas que prohíben la competencia jurisdiccional; y
- Causas autorizadas de competencia jurisdiccional en virtud de derecho interno.

---

<sup>2</sup> Rengifo Garcia, Ernesto, Peña Valenzuela, Daniel, et al.- Comercio Electrónico, Memorias.- Op. Cit. pag. 184.

<sup>3</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 493.

Así, estos criterios contemplan el principio de que el acusado puede ser demandado judicialmente en el Estado en el que resida habitualmente.

Asimismo, se excluye en forma expresa la posibilidad de asumir jurisdicción general del derecho interno de un estado contratante por la razón de realizar actividades comerciales o de otra índole en su territorio.

Por lo que respecta a la Organización de Estados Americanos, el comercio electrónico ha sido abordado por algunos de sus miembros, los cuales han presentado diversas iniciativas, entre las que destacan:

<b>Brasil</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Comercio Electrónico</b></li><li>• <b>Insolvencia Comercial Transfronteriza</b></li><li>• <b>Protección al Consumidor:</b> Convención Interamericana para la Protección del Consumidor en las Américas.</li></ul>
<b>Canadá</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Cuestiones Jurisdiccionales referente a la Protección del Consumidor</li></ul>
<b>Chile</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Valores de Inversión</li><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Registros Comerciales Electrónicos</li></ul>
<b>El Salvador</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Responsabilidad Civil Extracontractual:</b> Productos.</li></ul>
<b>Estados Unidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Valores de Inversión</li><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Registros Comerciales Electrónicos</li></ul>
<b>México</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Aspectos Jurídicos del uso de Medios Electrónicos; Protección al Consumidor</li><li>• <b>Protección de Menores</b></li></ul>

<b>Perú</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Valores de Inversión</li><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Registros Comerciales Electrónicos.</li></ul>
<b>Uruguay</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Jurisdicción Internacional</b></li><li>• <b>Comercio Electrónico:</b> Jurisdicción en Materia de Transacciones Transfronterizas por Internet entre Empresas y Consumidores</li></ul>

Finalmente, a pesar de que existan diversos instrumentos internacionales o nacionales que pretendan orientar al comercio electrónico, estimo que el mas importante es la “Ley Modelo sobre Comercio Electrónico”, emitida por la Organización de las Naciones Unidas, y el cual se ha abordado en el desarrollo del presente trabajo.

Así, es necesario, en principio que los estados (todos) retomen la guía de incorporación de la ley modelo para adecuar sus legislaciones a un estándar global y común en donde se dará mas certeza a las transacciones pronunciadas en la red.

## **5.2 IMPLEMENTACIÓN DE UNA LEGISLACIÓN INTERNACIONAL CON PRINCIPIOS FUNDAMENTALES.**

*“...A partir de la década de los noventa hubo una tendencia por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la práctica mercantil internacional, esta adquirió alcances insospechados, que llevaron a distintas disciplinas del conocimiento a estudiar las condiciones en que se desarrollaban*

*las relaciones mercantiles internacionales y los efectos jurídicos que producían...<sup>4</sup>*

Bajo estas condiciones se desarrolló la idea de pronunciarse sobre el comercio electrónico, y propiamente el legislar en Internet.

En este sentido, existen opiniones encontradas en el ámbito internacional, para regular, o no, jurídicamente a Internet y los contratos electrónicos.

El problema radica en determinar si la regulación afecta positiva o negativamente la libertad de los individuos y del desarrollo del comercio electrónico.

Para una corriente de opinión, la intervención del legislador sería contraproducente para la dinámica de este proceso; puesto que consideran que los estados deben dejar en absoluta libertad a los individuos, que se comunican e integran, por encima de los tradicionales obstáculos constituidos por las fronteras nacionales o culturales.

Otros opinan que la regulación es necesaria para asegurar la libertad, en lugar de coartarla.

En suma, *"...el empleo de medios electrónicos para las relaciones entre los individuos ha generado un nuevo mundo, de naturaleza virtual, diferente al mundo físico para el cual han sido creadas todas las leyes que actualmente existen; por lo tanto, es imprescindible crear un nuevo sistema jurídico: el cyberderecho...<sup>5</sup>*

---

<sup>4</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 177.

<sup>5</sup> Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.Op. Cit. pag. 24.

Así, muchos de los problemas que se plantean en el mundo virtual, pueden ser resueltos al aplicar los mismos principios, instituciones y soluciones del mundo físico, por así llamarlo; sin embargo, existen temas específicos que requieren de la creación de normas especiales.

En efecto, con el avance de la tecnología, las fronteras de los países se han superado, la sociedad se globaliza, en ese aspecto, el comercio electrónico juega un papel importante.

El derecho debe evolucionar y adaptarse a las realidades del mundo digital, que por mucho ha rebasado a la cultura del papel, se debe permitir el uso eficaz de la tecnología y proteger a los usuarios respecto a la autenticidad, seguridad y pagos realizados por la red.

No todos los países del mundo han adoptado una legislación sobre comercio electrónico y son pocos los que se han aventurado a hacerlo; algunos se han apegado a los lineamientos trazados por la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, con la finalidad de tener un marco jurídico uniforme.

Por su parte, algunos foros internacionales han dado inicio a estudios específicos y detallados de la forma en como se desarrolla el comercio electrónico, con el propósito de dar certidumbre a las relaciones jurídicas electrónicas, así la generación de obligaciones y vínculos jurídicos es una realidad en el contexto de los medios de comunicación actual.

Sin embargo, pese a lo anterior, resulta difícil establecer normas específicas para el comercio electrónico, por lo que se debe de pugnar para que se



determinen reglas básicas para su desarrollo, ya que cada vez más personas y empresas lo utilizan como un medio primario de contratación.

Sobre este tópico, existen cuatro modelos para regular no sólo al comercio electrónico, sino al Internet en general, a saber:

- Someterse a la jurisdicción de los tribunales de los estados.
- Un tratado internacional.
- Una autoridad o especie de tribunal internacional que resuelva los conflictos.
- El autogobierno de la red.

Ante estas posibilidades, consideró que lo más factible sería la creación de un tratado internacional en donde se establezcan reglas básicas, el cual ya existe bajo una ley modelo en donde los estados pueden retomar sus principios; sin dejar a un lado el autogobierno de la red, es decir que cada usuario sea responsable de sus actos y que las autoridades intervengan sólo en casos específicos.

Así, en el afán de una buena regulación se deben resaltar tres principios básicos:

- ✓ Derechos de las personas; que se relaciona con la protección a la privacidad, a la información, libertad de expresión, obligaciones y responsabilidad.
- ✓ Derechos de autor; que representa las publicaciones, las ideas, los inventos, configuraciones de páginas, software, música, marcas entre otras.

- ✓ Derecho contractual y de protección al consumidor; es el rubro a mi juicio más importante, ya que de ahí depende que se desarrolle verdaderamente el comercio electrónico.

Por otra parte, “...es necesario que se implementen normas internacionales que regulen la privacidad de las partes en la red, ya que de la acumulación de datos parciales brindados por los consumidores en sus diferentes actos de adquisición, es factible conocer la edad de una persona, estado civil, núcleo familiar, domicilio, profesión, ingreso, preferencias de consumo, entre muchas otras cosas...”<sup>6</sup>

En otro orden de ideas, la *lex mercatoria*, constituye una solución al comercio electrónico, ya que es considerada como un método para resolver los problemas del tráfico jurídico internacional; puesto que, consiste en una serie de reglas establecidas por comerciantes, o bien por prestadores de servicios, que a su vez las hacen obligatorias entre ellos.

Así, la *lex mercatoria*, permite establecer normas o reglas que son producto de las prácticas, usos y costumbres de los comerciantes o prestadores de servicios; en ese sentido, las partes, al acordar en sus contratos someterse a sus cláusulas, las vuelven obligatorias entre ellas, a grado tal que pueden hacerlas valer incluso ante los tribunales.

Por otra parte, la Cámara de Comercio Internacional ha recopilado la mayoría de los usos y costumbres del comercio internacional, y le dio el nombre de (INTERCOMS), cuya finalidad es la establecer un conjunto de reglas

---

<sup>6</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 27.

internacionales para la interpretación de los términos mas utilizados y evitar así incertidumbres de las partes al contratar en otros países.

De igual forma, es necesario que se implemente un cybertribunal que asegure servicios gratuitos de mediación y arbitraje por medio de la renta del servicio de Internet.

En suma, pueden esbozarse infinidad de propuestas pues la naturaleza de Internet así lo permite, pero, considero que el futuro de Internet se encuentra en un gobierno en la red.

Esto es, pese a cuestiones de opinión en contra, que pretendan desestimar el concepto, no se puede negar que la tecnología se orienta hacia un mundo virtual, en donde, en un futuro no muy lejano exista un gobierno en la red, con tribunales, foros, convenciones, democracia, en fin “un mundo feliz”.

Por tanto la creación del gobierno en la red, que en lo que toca al comercio electrónico permita a los usuarios un respaldo y una certeza legal no esta fuera de orden; así, es necesario que la Organización de las Naciones Unidas, se pronuncie sobre este tema.

### **5.3 PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN MATERIA INTERNACIONAL.**

El consumo en Internet aumenta las posibilidades de interactuar con otros sujetos, de elegir productos y servicios en un rango cada vez más amplio; en ese sentido, el derecho del consumidor en materia de comercio electrónico constituye una segunda generación de propuestas mas avanzadas.

El concepto de consumidor se ha definido por diversos instrumentos tanto nacionales como internacionales.

La convención de Roma de 1980, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales, en su artículo 5, define a los contratos concluidos con los consumidores como aquéllos que tienen por finalidad abastecer a una persona para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad profesional.

Para el Mercado Común del Sur, en el anexo I del Protocolo de Santa María, se dispone que *“consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella...”*<sup>7</sup>

*“...El Código Civil Alemán, establece que el consumidor es cualquier persona física que concluye un negocio cuya finalidad no tiene especulación comercial con su actividad profesional...”*<sup>8</sup>

En España se define como *“...la persona física o jurídica que actúa con una finalidad distinta a la de su actividad económica, profesional o de negocio...”*

En otro orden de ideas, *“...la doctrina internacional señala que en caso de controversia, siempre que este involucrado un consumidor, se debe atender al criterio de lege ferenda, es decir que el fuero aplicable sea el del consumidor; lo que enseña la protección al consumidor...”*<sup>9</sup>

Sin embargo, es difícil que el consumidor común ocurra a un foro para solucionar su conflicto, máxime cuando el problema no representa gran cantidad de dinero.

---

<sup>7</sup> Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 232.

<sup>8</sup> *Ibidem*.

<sup>9</sup> S Rippe, I. Creimer, C. Delpiazzo, D Hargain, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario. Op. Cit. pag. 112.

En efecto, si se realiza una compra de poco dinero es prácticamente imposible que las personas se inconformen, lo que desprestigia al comercio electrónico. (situación que no ocurre en operaciones de grandes capitales).

En esta tesitura el maestro Israel Creimer, indica que *“...en países como Estados Unidos de América, se pretende establecer el sistema e- consumer gob, que es un portal en donde se informa y proporcionan datos de los proveedores que tuvieron conductas inapropiadas...”*<sup>10</sup>

Así, la solución radica en la calificación que se de a las empresas cumplidoras, por tanto, se apuesta por la autorregulación, la información, la asistencia de los consumidores y órganos estatales, que advierten a los consumidores cuales son las operaciones que se puedan hacer con más facilidad y cuales son las mas peligrosas.

Por otra parte, es indudable que conforme avance el uso del Comercio Electrónico, surgirán diversos aspectos sobre los cuales distintas legislaciones tendrán que legislar, entre los que destaca, la defensa a los consumidores.

En España por ejemplo, funciona un sistema de arbitraje de consumo en Internet, que es un sistema de autorregulación promovido entre diversas empresas y asociaciones relacionadas con el comercio en línea, complementario a la legislación existente; su objetivo radica en aumentar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico, y establecer un instrumento de resolución extrajudicial de controversias rápido, económico y eficaz.

---

<sup>10</sup> S Rippe, I. Creimer, C. Delpiazzo, D Hargain, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario. Op. Cit. pag. 113.

El sistema se basa en cuatro pilares: un Código Ético; un mecanismo de aplicación de reglas; una Secretaría, y un Sello de Confianza.

En otro aspecto del sistema de protección a los consumidores en Internet, se encuentra el derecho de desistimiento.

Primeramente, es necesario establecer que los contratos a distancia presentan inconvenientes, puesto que los consumidores no pueden observar las características del producto que desea adquirir; por tal motivo, con el afán de evitar abusos en la calidad de los productos que no fueron materia de la oferta del contrato, la gran mayoría de portales ofrece esta opción durante un plazo determinado, una vez entregado el producto.

Así, las condiciones del ejercicio del derecho de desistimiento son:

1. *“...Es un derecho personal, sólo el consumidor que celebró el contrato se puede desistir.*
2. *El ejercicio del desistimiento está sujeto a un plazo.*
3. *El plazo concedido para ejercer el derecho de desistimiento no es jurídicamente independiente del contrato celebrado a distancia.*
4. *El ejercicio del derecho es discrecional...”<sup>11</sup>*

Finalmente, a manera de precisión es necesario establecer para el mejor desarrollo del comercio electrónico portales con mayor seguridad al consumidor, y regular temas necesarios, en los que a mi juicio destacan los siguientes:

---

<sup>11</sup> Ilescas Ortiz, Rafael.- Derecho del Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit La Ley.- España, Madrid.- 2001. pag. 134.

- ✓ Establecer códigos de conducta.
- ✓ Precisar la historia o antecedentes de los vendedores, en dónde los compradores plasmen la experiencia con el vendedor, para así calificarlos.
- ✓ Crear una procuraduría del consumidor internacional virtual, que defienda de abusos contra las grandes compañías.
- ✓ Establecer un certificado en la página que indique que cualquier controversia se resolverá de conformidad con las directivas de tal procuraduría del consumidor internacional.
- ✓ Destacar una cláusula al derecho de desistimiento en todo contrato electrónico.

#### **5.4 DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Determinar el régimen jurídico aplicable bajo la práctica del comercio electrónico, resulta difícil, ya que surgen cuestiones como la jurisdicción competente, o bien ante que instancia judicial o extrajudicial se ventilara la controversia.

Con fundamento en el principio de autonomía de la voluntad en materia contractual, es necesario que todo contrato contenga una cláusula de jurisdicción.

En la actualidad no existen normas internacionales destinadas a resolver una controversia derivada del conflicto de leyes y de jurisdicciones en el comercio

electrónico, por lo que se deben aplicar los convenios o tratados internacionales vigentes y las normas de derecho internacional privado.

En principio, se debe atender a la autonomía de las partes para la elección del foro en dónde se resolverá la controversia; sin embargo, considero que es más benéfico para el desarrollo del comercio electrónico la opción del arbitraje.

En otro orden de ideas, la tendencia de las legislaciones europeas, se orienta a considerar un sitio *web*, como domicilio virtual, por lo que se garantiza su inviolabilidad; por tanto, no es posible considerar un domicilio virtual, como lo concibe el código civil, sino que se debe entender como el enlace de una persona a una jurisdicción, fuente de derechos y obligaciones.

Al respecto el maestro James A. Graham, considera que *“...la manera más correcta, para establecer el domicilio virtual, es considerar al nombre de dominio; es decir, se parte del punto que la mayoría de nombres de dominio, al final establecen la nacionalidad de la página; por tanto se puede conocer el domicilio...”*<sup>12</sup>

Señala que esta postura la retomó la Corte Constitucional Colombiana, al establecer que el *country code top level domain*, (*ccTLD*), equivale a un domicilio.

Existen dos posibilidades, para establecer la Ley aplicable, esto es, la del país del comprador (consumidor) o, la del país del vendedor.

Por una parte, la aplicación de la Ley del país del consumidor, supone un impacto negativo en el desarrollo del comercio electrónico, toda vez que, las

---

<sup>12</sup> Graham, James A.- El Derecho Internacional Privado del Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 128.



empresas transnacionales, enfrentarían fuertes trabas a la hora de ofrecer sus servicios a nivel internacional.

No es práctico exigir a las empresas que ofrecen sus productos a través de Internet que conozcan la legislación de todos y cada uno de los Estados, en donde se encuentre el posible comprador; incluso, no siempre es factible conocer el lugar en donde se efectúa la petición por parte del comprador.

Así, establecer el criterio del lugar desde el que se efectúa la petición del servicio como lugar de celebración del contrato generaría inseguridad jurídica, ya que es difícil establecer el lugar exacto dónde se efectúa la operación.

Por tanto, para un mejor desarrollo del comercio electrónico, es necesario establecer el criterio de aplicación de la Ley del lugar donde se encuentra establecido el prestador de servicios, ya que éste otorga seguridad jurídica a los sujetos del comercio electrónico.

Cuestión anterior que se contrapone a todo lo plasmado en relación al derecho del consumidor; sin embargo, se debe también tomar en consideración para futuros debates, en pro del desarrollo del comercio electrónico, pero sin descuidar la defensa del consumidor.

Ahora, la determinación de la ley aplicable, depende en gran medida del lugar en donde se formó el contrato; al respecto los contratos electrónicos en su mayoría son entre ausentes, por tanto, para determinar la ley aplicable, existen teorías respecto a la formación del consentimiento, que ya han sido materia de análisis, y sin embargo se enuncian:

- Teoría de la declaración.
- Teoría de la expedición.
- Teoría de la recepción.
- Teoría de la información.

Antes de celebrar un contrato electrónico, es preciso conocer las cláusulas; entre las que destacan como de las más importantes la ley aplicable, toda vez que una de las partes puede estipular que las controversias se diriman en una legislación diversa a la de los contratantes.

## **5.5 VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Actualmente, se aplican con mayor naturalidad técnicas de mercado denominadas “publicidad segmentada o personalizada”; por ejemplo, una persona lee habitualmente un periódico determinado en Internet, de las bases de datos es factible obtener sus características, cuantos hijos tiene, domicilio, capacidad económica, así como sus necesidades, por lo que recibe publicidad enfocada a sus necesidades. Esto no es coincidencia, sino que atiende a prácticas comunes en el comercio electrónico que se debes de vigilar.

Se precisa, “...esto no es producto de la casualidad, es una técnica publicitaria específica, ya que otros lectores con características diferentes reciben publicidad diferente acorde a sus necesidades, gustos, poder adquisitivo y preferencias...”<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> S Rippe, I. Creimer, C. Delpiazzo, D Hargain, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario. Op. Cit. pag. 27.

Con el adelanto de la tecnología de la red, se han desarrollado las comunidades virtuales, que a su vez se convierten en mercados objetivos ideales para tipos específicos de productos o servicios.

Una empresa que cuente con la opción de *e commerce*, puede reducir los costos de hacer encuestas de venta, proporcionar cotizaciones, y determinar la disponibilidad del producto, levantar pedidos, entre muchas otras cosas.

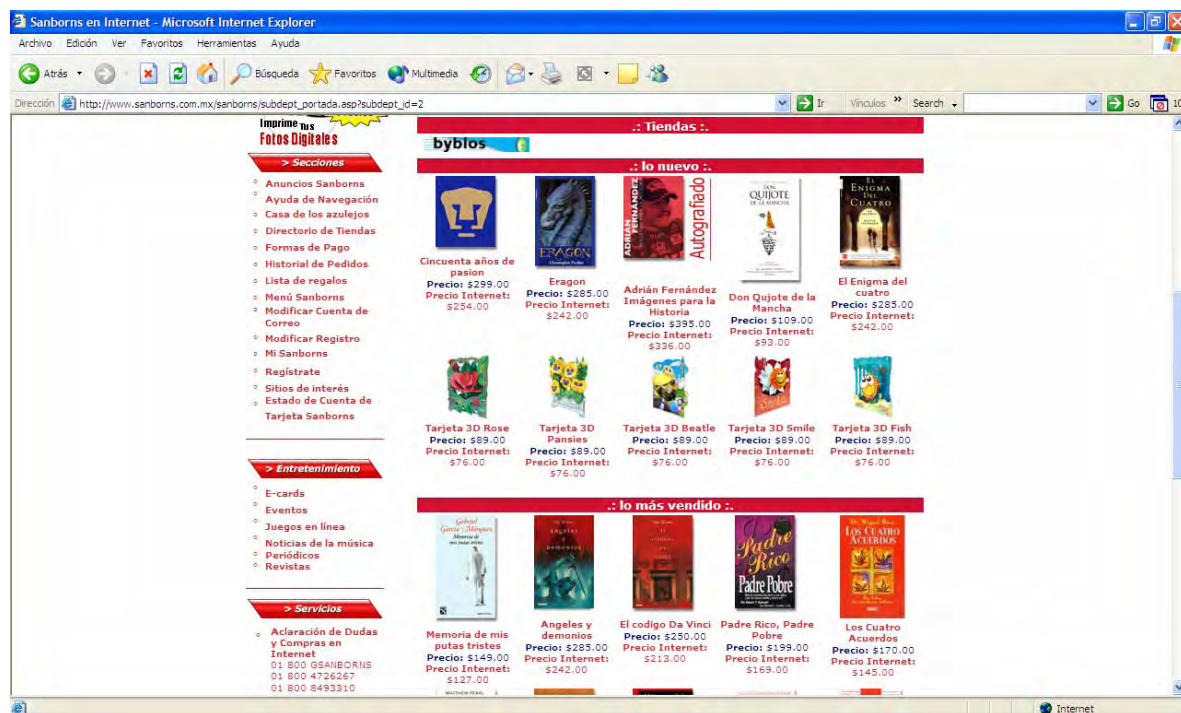
La celebración de operaciones comerciales a través de medios electrónicos es un fenómeno contemporáneo que se ha denominado “comercio electrónico”, el cual sustituye a muchas transacciones que se llevaban a cabo por medio de cartas, telegramas u otros documentos escritos.

La eficacia de los agentes económicos en un mercado competitivo depende del acceso a la información a un bajo costo, por ello la aparición del comercio electrónico viene a revolucionar por completo la forma de hacer negocios y el funcionamiento de la sociedad misma.

Una de sus características fundamentales es su tremendo impacto en el comercio internacional al borrar las fronteras nacionales. Por ello existe un consenso generalizado a nivel internacional, de establecer una infraestructura legal que garantice la integridad de las transacciones electrónicas: otorgar transparencia y certeza jurídica a las empresas o personas involucradas.

Dado que la actividad comercial es vital para el desarrollo económico de los países, las oportunidades que ofrece el comercio electrónico para acelerar el crecimiento son enormes, de ahí que en nuestro país, los sectores público y privado impulsen también el florecimiento del comercio electrónico en beneficio de nuestra economía.

Las ventajas que ofrece el comercio electrónico son demasiadas, entre las mas destacables se encuentra el reducir los costos de los productos, como sucede en la página de samborns.com, que señala un precio en los libros para Internet mas bajo que el que se ofrece en la sucursal.<sup>14</sup>



Schneider, señala que, “...las estructuras políticas del mundo no se han desarrollado junto con la tecnología de Internet, por lo que comprar en línea conlleva aristas como conversiones monetarias, tarifas, restricciones de importación, aranceles, envíos, entre muchas otras...”<sup>15</sup>

En las ventajas del comercio electrónico, se destaca que comprar por Internet no tiene algún costo adicional, sólo se cobra de manera adicional el envío.

<sup>14</sup> [www.samborns.com.mx](http://www.samborns.com.mx); Portal de Samborns hermanos; página consultada el 5 de diciembre de 2005.

<sup>15</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 16.

El comercio electrónico no tiene límites, por tal motivo es factible comprar un artículo en otro país; sin empacho, cabe aclarar que generalmente el proveedor en línea no se hace responsable por los cargos aduanales generados por envíos al extranjero. Tales cargos pueden variar de país en país y son responsabilidad de quien recibe el producto. En tal tesitura, el comprador se debe asegurar que el proveedor presente como mínimo sus datos de ubicación tales como dirección física, teléfono, fax. También se sugiere verificar el país de origen del sitio donde se está comprando, ya que existen códigos territoriales, además de verificar que se ofrezca un centro de atención a clientes a dónde dirigir su reclamación en caso de que se presente cualquier problema.

## **5.6 DELITOS ELECTRÓNICOS RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE.**

El incremento dramático de los delitos cometidos por medios informáticos o electrónicos muestra una clara alerta sobre los cambios de la criminalidad consecuente con la evolución de la tecnología y la sociedad.

El mundo de las ciencias penales se actualiza a las necesidades de la época actual, y conlleva a disciplinas como la computación forense, que ofrece un campo de acción que permite una convergencia de las técnicas de análisis de evidencia digital con un conjunto de estrategias y procedimientos a obtener, revisar, analizar y asegurar este tipo de pruebas.

Por otra parte en el ámbito internacional, *“...la comunidad europea, por medio de la convención sobre cybercrimen, que reunió a más de veinte países, señaló*

*que es fundamental proteger la seguridad de los usuarios de la red, y luchar contra los delitos informáticos...*<sup>16</sup>

Los delitos informáticos comprenden cualquier comportamiento ya sea acción u omisión, en donde este involucrada una computadora o recurso tecnológico como método, medio o fin; así, el delito informático es aquel que se da con la ayuda de la informática o de técnicas anexas.

También se puede definir a los delitos informáticos como aquellas conductas ilícitas susceptibles de ser sancionadas por el derecho penal, al hacer uso indebido de cualquier medio informático.

Desafortunadamente los delitos informáticos, han evolucionado a tal grado que hoy en día se desarrolla más software de protección que en otros rubros.

Los ilícitos en Internet pueden ser variados, así es valido señalar que su comisión generalmente se lleva a cabo por personas con conocimientos sobre informática y redes, que hoy en día no es muy difícil, ya que se ha convertido en un lenguaje común.

Así, el blanco u objetivo principal de los delincuentes cibernéticos radica en lo vulnerable que puedan ser las instituciones de banca, las empresas digitales o portales del gobierno; siempre con el fin de dañar los sistemas de seguridad.

La mayoría de los tratadistas clasifican a los delitos informáticos, como los que utilizan la tecnología de tres formas:

- Método;
- Medio; o

---

<sup>16</sup> Grupo de Estudios en Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones e Informática.- Internet, Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- Op. Cit. pag. 92.

- Fin.

Por otra parte, es importante establecer que la inseguridad en la red es algo que todo usuario demanda, ya que sólo con el hecho de conectarse a Internet, el usuario se vuelve vulnerable a ser víctima de la delincuencia cibernética por así llamarla.

Son incalculables las cifras de pérdida que representan por ejemplo los virus, los *hackers*, e incluso figuras que están por conocerse.

Bajo este panorama, muchos países han creado instituciones de protección, por ejemplo en Estados Unidos de América, el *Federal Bureau of Investigation* (FBI), monitorea el Internet de forma permanente. En México, por ejemplo, la Policía Federal Preventiva desarrolló la Unidad de Policía Cibernética, que establece acciones preventivas en contra de delitos cometidos en Internet; al contar con un área específica en materia de prevención y atención de denuncias de delitos contra menores, como existen en los países desarrollados.

Hoy en día, los crímenes cometidos en agravio de menores a través de una computadora han tenido un incremento sin precedentes, tanto en México como en el mundo, derivado de la velocidad del desarrollo tecnológico y con las crecientes oportunidades de acceso a Internet; la red ha sido utilizada por organizaciones criminales de pedófilos que promueven y transmiten pornografía infantil.

También, se sabe de operaciones de bandas internacionales de prostitución, que utilizan sistemas informáticos como medio de promoción y sobre todo de reclutamiento.

Igualmente, se han incrementado de manera considerable los fraudes cibernéticos, la piratería de software, la intrusión a sistemas de cómputo, el hackeo, la venta de armas y drogas por Internet y el ciberterrorismo, los cuales constituyen una amenaza para la sociedad.

La policía cibernética, tiene como objetivos la identificación y desarticulación de organizaciones dedicadas al robo, lenocinio, tráfico y corrupción de menores, así como los dedicados a la elaboración, distribución y promoción de pornografía infantil, por cualquier medio.

Dentro de sus objetivos también se encuentra el patrullaje anti hacker, al utilizar Internet como instrumento para detectar a delincuentes que cometen fraudes, intrusiones, o bien que organicen sus actividades delictivas en la red.

A través de la acumulación de datos parciales otorgados por consumidores en diversos actos de adquisición de bienes o servicios, se puede llegar a conocer la edad de una persona, su estado civil, composición del núcleo familiar, domicilio, profesión, ingresos, preferencias de consumo, entre muchos otros.

*“...Es prácticamente posible, que se desarrollen prácticas aberrantes de índole político, social, o bien delitos, al utilizar las bases de datos de Internet...”<sup>17</sup>*

---

<sup>17</sup> S Rippe, I. Creimer, C. Delpiazzo, D Hargain, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario. Op. Cit. pag. 29.



Dentro de los delitos cibernéticos más comunes, se encuentra el robo de identidad, que es el más denunciado en Estados Unidos de América.

En ese tenor, la Unión Europea plantea una serie de medidas no legislativas para sensibilizar a las partes implicadas en la seguridad en línea. Concretamente, propone la creación de un foro que unifique a proveedores de servicios, operadores de redes, organizaciones de consumidores, policía y expertos en la protección de datos.

Por otra parte, el cyberterrorismo, es el nuevo rostro de la delincuencia en la red; es posible encontrar en Internet información acerca de cómo construir armas que pueden ser ocultadas en un maletín, o bien instrucciones de cómo interferir señales satelitales.

Internet, tiene su lado oscuro, en donde es posible conseguir información sobre tecnologías para el terror; es así que algunos portales, por ejemplo, ofrecen instrucción terrorista por 20 dólares.

En el llamado ciberespacio, se desarrollan nuevas formas de transmisión y recuperación de la información, que permiten al menos en teoría, que el terror ejercido por fanáticos de todo tipo pero con talento informático, se pueda ejercer con una eficacia y profundidad nunca vista antes.

Dentro de las armas informáticas se encuentran:

- Virus Informáticos y Bombas Lógicas.
- Armas de Pulso Electromagnético.

- Medios de interceptación, decepción, interferencia y negación de la información y la transmisión de datos.

A manera de corolario los delitos cibernéticos más comunes son los nueve siguientes:

- Interceptación de correo electrónico.
- Usurpación y cesión de datos reservados de carácter personal.
- Fraudes y delitos patrimoniales electrónicos.
- Daños informáticos.
- Delitos contra la propiedad intelectual.
- Delitos sexuales.
- Difusión de mensajes injuriosos o calumniosos.
- Publicidad engañosa en Internet.
- Documentos falsos.

Es necesario a manera de prevención que las empresas de comercio electrónico ofrezcan un certificado de seguridad en sus compras, por ejemplo el portal de Samborns, es respaldado por la empresa *VeriSign.com*, que es una institución que emite y avala el certificado de sitio seguro.

## **5.7 FUTURO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y DE SU REGULACIÓN JURÍDICA INTERNACIONAL.**

El mundo ha cambiado rápidamente, en el futuro gracias al comercio electrónico la música grabada en cualquier formato sea disco compacto u otra, así como el manejo de la información en forma de libros, revistas, periódicos,

por citar algunos, se convertirá en la transferencia instantánea y a bajo costo de datos electrónicos.

El doctor Fernando Hinestrosa, señala que *“El mundo de hoy es el de la apertura, el del comercio universal, rápido, seguro... favorecido por el desarrollo científico y tecnológico del siglo, que acorta las distancias y vuelve todo inmediato, presente, propicio al actuar más que al pensar, y, sin duda, a la estandarización ineludible...”*<sup>18</sup>

Cierto, hoy nuestra realidad ha cambiado somos parte, sin duda, de la era digital, en donde aprendemos a usar la tecnología o quedamos excluidos del mundo por así decirlo.

Los avances tecnológicos nos permiten innumerables posibilidades que nos hacen depender de factores como una computadora para vivir o realizar nuestra vida cotidiana; así, es de llamar la atención las pérdidas millonarias que puede ocasionar un virus de computadora, la falla en la red de una empresa, e incluso la pérdida del sistema en un banco.

La regulación jurídica de Internet se debe basar en el principio de libertad; así, en el contexto del comercio electrónico, el principio jurídico fundamental radica en la autonomía privada.

En general regular Internet y específicamente el comercio electrónico resulta tarea difícil, sin embargo se deben establecer reglas generales, como las que ha establecido la Ley Modelo sobre el comercio electrónico.

---

<sup>18</sup> Rengifo Garcia, Ernesto, Peña Valenzuela, Daniel, et al.- Comercio Electrónico, Memorias.- 1ª ed.- Edit Universidad Externado de Colombia.- Departamento de Derecho de los Negocios.- Colombia, Bogotá.- 2000.- pg. 10.

Así, se deben precisar los siguientes principios como base para una legislación internacional:

- ✓ Regulación mínima del gobierno;
- ✓ Libre competencia;
- ✓ Las legislaciones nacionales no deben entorpecer la celebración de contratos por vía electrónica;
- ✓ Restricciones a contenidos ilícitos;
- ✓ Defensa a los consumidores;
- ✓ Protección a la privacidad;
- ✓ Transacciones seguras.

La idea de un mundo feliz gracias a Internet, ha dado pauta a replantear diversos temas de la agenda mundial; así, algunos sostienen que Internet es la máxima expresión de la democracia entendida como el foro mas plural que existe sobre la orbe; por tanto, al ser un medio tan plural permite infinitas posibilidades.

Es difícil, pronosticar el rumbo que seguirá esta realidad llamada Internet, sin embargo, se puede prever que la sociedad y en sí el genero humano, se puede conceptualizar de forma diferente a partir de la revolución informática que se desarrollo a través de Internet.

El futuro del comercio electrónico es prometedor, sin duda, como ya se ha apuntado en el presente trabajo, será uno de los pilares de la economía mundial en los años venideros, por lo que muchas empresas ven en el comercio electrónico la oportunidad de abrirse al mercado mundial.

“...La empresa DELL, que es una de las compañías minoristas de computadoras personales más exitosas en la historia de ventas de las PC, a principios de la década de los noventa, vendía sus productos exitosamente mediante una línea telefónica; sin embargo, apostó por el comercio electrónico, y ahora, registra millones de dólares en ventas en líneas diariamente, por tal motivo, funcionarios de la compañía predicen que dentro de los próximos años, más de la mitad de las ventas de la empresa será en la red...”<sup>19</sup>

En efecto, el maestro Graham señala que, “...en los últimos años el 25% de las ventas de libros en Estados Unidos, se realizó a través de Internet, lo que es prometedor, incluso la perspectiva en cifras del comercio electrónico, ascenderá en los próximos años a 1000 billones de dólares...”<sup>20</sup>

La tendencia del comercio electrónico, nos lleva a considerar que será el pilar de las relaciones comerciales y en si de la economía mundial de los próximos años, de esta forma se puede estimar que el comercio electrónico, es internacional, ya que traspasa fronteras.

---

<sup>19</sup> Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico. Op. Cit. pag. 38.

<sup>20</sup> Graham, James A.- El Derecho Internacional Privado del Comercio Electrónico.- Op. Cit. pag. 128.

## **CONCLUSIONES.**

1. El contrato electrónico es la expresión utilizada para hacer referencia a todo acuerdo de voluntades que genera obligaciones, cuando se utilizan medios electrónicos en las negociaciones preliminares a su formación o bien en su ejecución.
2. El comercio electrónico debe tildarse de internacional, por tanto los contratos electrónicos, deben de someterse al derecho internacional privado.
3. Es necesario establecer códigos de conducta, y foros en donde se plasme los antecedentes de cada portal para que el consumidor tenga referencia de cada vendedor.
4. Se debe crear una procuraduría del consumidor internacional virtual, que defienda de abusos contra las grandes compañías.
5. Es imprescindible que las partes antes de celebrar un contrato electrónico, verifiquen si existe una cláusula que contenga el derecho de desistimiento, sí el portal en donde se compra cuenta con certificado de página segura, además de una cláusula arbitral que presupone un buen término de la controversia.
6. Con el afán de mayor seguridad en el comercio electrónico, es necesario que se establezcan los sellos temporales, que registran el contrato desde el momento en que se firma, con el propósito de que no se cambie la información del documento base.

7. Es necesaria la creación de un sistema virtual de solución de controversias, en donde se permita entablar acción judicial o defenderse contra una denuncia por medio del acceso a un sitio web.
8. La jurisdicción Ciberespacial consiste en un espacio virtual en el cual confluyen una gran variedad de jurisdicciones ya existentes y donde se debe surtir la solución de controversias nacidas en el espacio digital.
9. De igual forma, es necesario que se implemente un cybertribunal que asegure servicios gratuitos de mediación y arbitraje por medio de la renta del servicio de Internet.
10. Es indispensable que México desarrolle un cibertribunal, con el objeto de constituir un centro alternativo de resolución de conflictos a través de la mediación, conciliación y arbitraje, exclusivamente para controversias suscitadas en la red y específicamente en el comercio electrónico.
11. Se debe pugnar por el establecimiento de un gobierno de vigilancia en la red, bajo el argumento de que la sociedad se orienta hacia un mundo virtual con tribunales, foros, convenciones, democracia; así, es necesario que la Organización de las Naciones Unidas, se pronuncie sobre este tema.
12. La principal regulación de comercio electrónico es la emitida por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, que se materializa en una ley modelo que cualquier estado puede retomar para adecuar sus legislaciones.

- 13.** Es necesario, que los estados (todos) retomen la guía de incorporación de la ley modelo para adecuar sus legislaciones a un estándar global y común en donde se dará mas certeza a las transacciones pronunciadas en la red.
- 14.** Finalmente, conviene señalar que la Ley Modelo no contiene principios contrarios a la legislación mercantil mexicana; toda vez que, armoniza las diferencias entre los distintos sistema jurídicos.



## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Acosta Romero, Miguel, y Lara Luna, Julieta Areli.- Nuevo Derecho Mercantil.- 2ª ed.- Edít. Porrúa.- México, D.F. 2003.
- Barrera Graff, Jorge.- Instituciones de Derecho Mercantil.- ed.- Edit. Porrúa.- México, 1998.
- Barrios Garrido, Gabriela.- Internet y Derecho en México. 1ª ed.- Edit. Mc Graw Hill. México, 1988.
- Cervantes Ahumada, Raúl.- Derecho Mercantil, Primer Curso.- 3ª ed.- Edit. Herrero.- México, 1980.
- Davara Rodríguez, Miguel Ángel.- Manual de derecho informático.- 1ª ed.- Edit. Aranzandi.- España, Pamplona, 1997.
- Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española. 22ª ed. Edit. Espasa.- España, Madrid, 2001.
- Domínguez Martínez, Jorge Alfredo.- Derecho Civil.- 6ª ed.- Edit. Porrúa.- México 1998.
- Enciclopedia Jurídica Mexicana.- Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. 1ª ed.- Edit. Porrúa.- México, D.F. 2002. tomo II C.
- Enciclopedia Jurídica Omeba. T III.- Bibliografica Argentina. Buenos Aires - Argentina.- 1955.- pg. 305.
- Fernández Aller, Celia y María Suárez, Joaquín.- Informática para Abogados.- 1ª ed.- Edit. Anaya multimedia.- España, Madrid.- 1999.
- Graham, James A. El Derecho Internacional Privado del Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit. Themis.- México, 2003.

- Goddard Adame, Jorge.- El Contrato de Compraventa Internacional.- 1ª ed.- Edit. Mc Graw Hill.- México, 2001.
- Gómez Segade, José Antonio, Fernández- Albor Baltar, Ángel, et al.- Comercio Electrónico en Internet.- 1ª ed.- Edit. Marcial Pons.- España, Madrid- Barcelona.- 2001.
- Grupo de Estudios en Internet.- Internet Comercio Electrónico & Telecomunicaciones.- 1ª ed.- Facultad de Derecho, de la Universidad de los Andes.- Edit. Legis.- Colombia, Bogota, 2002.
- Hance, Oliver y Dionea Balz, Suzan.- Leyes y Negocios en Internet.- 1ª ed.- Edit. Mc Graw Hill.- México, 1996.
- Ilescas Ortiz, Rafael.- Derecho del Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit La Ley.- España, Madrid.- 2001.
- Instituciones de Derecho Privado.- Contratación Contemporánea, Contratación Electrónica y Tutela del Consumidor.- Tomo 2.- 1ª ed.- Edit. Temis.- Colombia, Bogota, 2001.
- Lorenzetti, Ricardo L.- Comercio Electrónico.- 1ª ed.- Edit. Abelardo Perrot.- Argentina, 2001.
- Mantilla Molina, Roberto I.- Derecho mercantil: Introducción y conceptos fundamentales sociedades.- 29ª ed.- Edit. Porrúa.- México, 1993.
- Martínez Alfaro, Joaquín.- Teoría de las Obligaciones. 6ª ed.- Edit. Porrúa.- México 1999.
- Martínez Nadal, Apollonia.- Comercio Electrónico, firma digital y autoridades de certificación.- 3ª ed.- Edit. Civitas.- España, Madrid, 2001.

- Pina Vara, Rafael de.- Elementos de Derecho Mercantil Mexicano.- 28ª ed.- Edit. Porrúa.- México, 2002.
- Piña Libien, Hiram Raúl y Bernáldez Gómez, Dulce María.- Hermenéutica de la reforma publicada el 29 de mayo de 2000 en el Diario Oficial de la Federación en relación con el comercio electrónico.- Universidad Autónoma del Estado de México, 2002.
- Quintana Adriano, Elvia Arcelia.- Ciencia del Derecho Mercantil.- 1ª ed.- Edit. Porrúa. México, 2002.
- Rodríguez Rodríguez, Joaquín.- Curso De Derecho Mercantil.- 26ª ed.- Edit. Porrúa.- México, 2003.
- Rojas Amandi, Victor Manuel.- El Uso de Internet en el Derecho.- 1ª ed.- Edit. Oxford University Press.- México, 1999.
- Sarra, Andrea Viviana.- Comercio Electrónico y Derecho.-1ª ed.- Edit. Astrea.- Argentina, Buenos Aires.- 2000.
- Smith, Adam.- Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones.- s/e.- Edit. Fondo de Cultura Económica.- México, 1958.
- Rengifo Garcia, Ernesto, Peña Valenzuela, Daniel, et al.- Comercio Electrónico, Memorias.- 1ª ed.- Edit Universidad Externado de Colombia.- Departamento de Derecho de los Negocios.- Colombia, Bogotá.- 2000.
- Rippe, S, Creimer, I, Hargain, D, et al.- Comercio Electrónico, análisis jurídico multidisciplinario.- 1ª ed.- Edit. IB de F.- Buenos Aires, 2003.
- Revista RED: “la comunidad de expertos en redes”, Ed. Red, año X, No. 115, México, 2000.

- Schneider, Gary P.- Comercio Electrónico.- 3ª ed.- Edit. Thomson Universidad de San Diego EUA.- México, 2003.
- Téllez Valdez, Julio.- Derecho informático.- 2ª ed.- Edit. MC Graw Hill, México, 1996.

## **LEGISLACIÓN.**

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917.
- CÓDIGO CIVIL FEDERAL; Código publicado en la Sección Tercera del Diario Oficial de la Federación el día 26 de mayo de 1928.
- CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES; Código publicado en la Sección Segunda del Diario Oficial de la Federación el 24 de febrero de 1943.
- CÓDIGO PENAL FEDERAL; Código publicado en la Tercera Sección del Diario Oficial de la Federación, el 14 de agosto de 1931.
- CÓDIGO DE COMERCIO; Código publicado en el Diario Oficial de la Federación los días lunes 7 de octubre al viernes 13 de diciembre de 1889.

## **PÁGINAS WEB CONSULTADAS.**

- <http://www.banamex.com>; Banco Nacional de México.
- <http://www.esmas.com>; Esmas, Televisa.

- <http://www.lanceamstrong.com>; Fundación de lucha contra el cancer  
Lance amstrong.
- <http://mycheckfree.com>; Portal Checkfree.
- <http://mx.yahoo.com>; Portal yahoo.
- <http://www.samborns.com.mx>; Samborns, Hermanos.