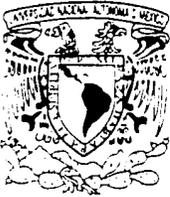


10721  
223  
A



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

---

---

## ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"

"ANALISIS JURIDICO A LA LEGISLACION MEXICANA  
SOBRE EL COMERCIO ELECTRONICO"

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA:

PATRICIA PEREZ RAMIREZ



ASESOR: LICENCIADO JUAN CRUZ GOMEZ

ABRIL 2003



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

B

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
CAMPUS ACATLAN**

CARRERA LIC. EN DERECHO.

TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN DERECHO PRESENTA:

**PATRICIA PEREZ RAMÍREZ**

TITULO:

**"ANÁLISIS JURÍDICO A LA LEGISLACIÓN MEXICANA SOBRE EL COMERCIO  
ELECTRÓNICO"**

ASESOR:

Vo. Bo.

---

LIC. JUAN CRUZ GOMEZ.

C

**A MI ESCUELA:  
A LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES,  
ACATLÁN POR BRINDARME LA OPORTUNIDAD DE  
ADQUIRIR EN ESTA INSTITUCIÓN, TAN NOBLE TODOS  
LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA MI  
FORMACIÓN PROFESIONAL COMO ABOGADO.**

**A MI FAMILIA:  
POR SU APOYO Y COLABORACIÓN QUE DURANTE TODO EL TIEMPO  
ME HAN BRINDADO INCONDICIONALMENTE Y EN FORMA ESPECIAL  
PARA LA CULMINACIÓN Y EL LOGRO DE HABER CONCLUÍDO  
MI CARRERA PROFESIONAL.**

**A MI ASESOR:  
POR SU AYUDA Y COLABORACIÓN PARA LA ELABORACIÓN  
TERMINACIÓN DEL PRESENTE TRABAJO.**

D

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
--------------------	---

### CAPÍTULO PRIMERO ORIGENES DEL INTERNET.

1.1. QUE ES LA INFORMÁTICA JURÍDICA .....	3
1.2. ORIGENES DEL INTERNET .....	6
1.3. CARACTERISTICAS .....	8
1.4. CONCEPTO .....	11
1.5. HISTORIA DEL INTERNET EN EL MUNDO .....	12
1. ESPAÑA .....	14
2. MÉXICO .....	17
3) ARGENTINA .....	20

### CAPÍTULO SEGUNDO COMERCIO ELECTRÓNICO

2.1. CONCEPTO DE ACTO DE COMERCIO .....	25
2.2. COMERCIO ELECTRÓNICO .....	35
2.3. CONCEPTO DE COMERCIANTE .....	37
2.4. CONCEPTO DE CONTRATO .....	46
2.5. CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO .....	52
2.6. PROCESO .....	54

E

2.7. VENTAJAS .....	55
2.8. SEGURIDAD .....	57

**CAPÍTULO TERCERO**  
**LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

3.1. LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO .....	59
3.2. HISTORIA DE LA LEGISLACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO .....	65
3.3. ASPECTOS BÁSICOS QUE GARANTIZA LA LEGISLACIÓN APLICABLE EN LAS OPERACIONES COMERCIALES QUE SE REALIZAN A TRAVÉS DEL INTERNET .....	71
3.4. ORGANISMOS ENCARGADOS DE PROMOVER LA LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN NUESTRO PAÍS .....	76

**CAPÍTULO CUARTO**  
**LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS.**

4.1. CONCEPTO DE CONTRATO ELECTRÓNICO .....	81
4.2. CARACTERÍSTICAS DE ESTOS CONTRATOS .....	82
4.3. DERECHO COMPARADO .....	87
4.4. CONSECUENCIAS JURÍDICAS DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS EN MATERIA PENAL Y MERCANTIL .....	98
CONCLUSIONES .....	115
BIBLIOGRAFIA .....	121

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende poner de manifiesto una problemática que últimamente ha tomado más fuerza entre los usuarios del INTERNET, que es la compra de diversos productos a través de éste medio, y la carente falta de una legislación que regule las operaciones que se celebran vía INTERNET. Recientemente ha habido reformas a diferentes ordenamientos, que de alguna forma han sido el esbozo de algunos o muchos legisladores por intentar regular esta red, sin embargo, como tal no existe una sola ley, estatuto o reglamento que regule este tipo de comercio, y por ello el presente trabajo pretende mostrar una alternativa que sea viable tanto para el consumidor como para el vendedor.

En el capítulo primero, se hará un estudio sobre los antecedentes de la informática en general, para tener un mayor conocimiento sobre el origen y evolución de las computadoras y la utilidad que han representado en la vida del ser humano.

En el capítulo segundo, se estudiará lo referente al acto de comercio así como, del comercio electrónico, la influencia que ha tenido en los últimos años dicha actividad, que ya abarca a todos los sectores de la población, y que día con día se va incrementando tal actividad.

En el capítulo tercero, se hará un análisis a la legislación mexicana, como el Código de Comercio, Código Civil y otras leyes, en las cuales se verá que la legislación que existe es realmente muy escueta y no se acopla a las necesidades reales que existe en nuestro país, y de igual manera se hará un estudio en el derecho comparado, para ver de que manera han legislado esta actividad.

Por último, se estudiarán los contratos electrónicos que existen en la red, algunos se pueden encontrar en español, mientras que otros únicamente en inglés u otra lengua, sus características, que como se podrá apreciar son verdaderamente ventajosos para el vendedor, mientras que el comprador se encuentra en una verdadera indefensión.

## CAPÍTULO PRIMERO ORIGENES DEL INTERNET

### 1.1. QUE ES LA INFORMÁTICA JURÍDICA.

Actualmente, vivimos en una sociedad en el que el empleo de la tecnología ocupa un lugar preponderante, hasta el punto que para designar el marco de nuestra convivencia se alude reiteradamente a la expresión sociedad de la información.

No es absurdo advertir que todas y cada una de nuestras actividades se basan en la información, y que para todos nuestros actos seguimos un orden lógico y predeterminado, basándonos en la información a nuestro alcance, si no contáremos con ésta en nuestras vidas, no habría forma alguna de llegar a las metas y objetivos propuestos con mayor facilidad. No sería aventurado el pensar en una sociedad que no necesita la información para existir y desarrollarse.

El mismo derecho, ha reconocido y tratado de distintas maneras esa información de la cual ha habido tanto, a veces creando normas y leyes que la regulen o garanticen, también estudiando y analizando dicha información para crear, transmitir y aplicar los derechos y obligaciones que rigen nuestra vida en sociedad. De las muchas y muy distintas conceptualizaciones que se pudieran dar para la informática jurídica, parece la más adecuada por su comprensión de entendimiento la sustentada por el Dr. Héctor Fix Zamudio la cual nos dice: "La

informática jurídica debe entenderse como el conjunto de estudios e instrumentos derivados de la aplicación de la informática al derecho, o más precisamente, a los procesos de creación, aplicación y conocimiento del derecho."<sup>1</sup>

Desde nuestro particular punto de vista se debería de añadir a esta definición el término difusión, es innegable que a través de la informática jurídica, los textos legales, ven reducido al máximo su presentación física siendo por ende, más cómodos y rápidos de difundir por este medio, que por sus medios habituales.

A pesar del alto impacto con que la informática jurídica ha entrado, formando parte ya de nuestro quehacer jurídico mexicano, es todavía en ciertos aspectos limitada. Con todos los logros alcanzados actualmente por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad de Colima y la Suprema Corte de Justicia de la Nación, así como las empresas y editoriales privadas que han trabajado al respecto del tema, la informática jurídica mexicana, sufre de varias y distintas limitantes en cuanto al grado de su aplicación y desarrollo en el ámbito del derecho mexicano a razón de lo siguiente:

- a) En primer lugar es una ciencia jurídica poco conocida y difundida.

---

<sup>1</sup> Fix Zamudio, Héctor. "Exposición sobre la informática Jurídica", Instituto de investigaciones de la UNAM, México, 1999, p. 12

- b) No despierta gran interés dado que no existe como materia de estudio en muchas facultades y escuelas de Derecho.
- c) La jurisprudencia, compilación de leyes y textos legales, que se ofrecen en CD o disco flexible, o por Internet, instrumentos producto de la informática jurídica, ofrecen además varias desventajas.

Asimismo, tenemos que los inconvenientes que presenta el universo de la informática son:

- 1.- Son herramientas cuyos servicios resultan ser de alto precio.
- 2.- Para hacer uso de ellas se debe de tener computadoras con determinadas características.
- 3.- Su forma de consulta, (por ejemplo, las tesis jurisprudenciales), es mas cómoda y práctica debido a su reducción de tamaño, pero aún es complicada y a veces limitada.
- 4.- Los textos en C.D. o en internet presentan información muchas veces errónea o con notorias fallas de redacción, prestándose a confundir al que la consulta. Pero quizá el mayor problema que enfrenta la informática jurídica en nuestro país sea el miedo y el poco uso o conocimientos, que el profesionista del derecho tenga de la computación y la informática en su conjunto.

Es de asombrarse que jueces, estudiantes, legisladores y estudiosos del derecho vean a las computadoras, como modernas máquinas de escribir, o las usen únicamente para consultar jurisprudencia.

## **1.2. ORIGENES DEL INTERNET.**

Internet es una red mundial de computadoras que comparte un mismo protocolo de comunicación. Así, logran entablarse lazos entre personas de cualquier parte del orbe, comunidades u organismos gubernamentales. La popularidad de Internet ha crecido exponencialmente, pues es un medio muy eficaz de comunicación que no tiene fronteras. Muchas personas utilizan este medio de comunicación para enviar mensajes o e-mail; otros o para consultar noticias de interés particular, para divertirse, entre otras más.

Inicialmente, Internet fue utilizado por especialistas en computación, que soñaron con una red universal de computadoras para facilitar la investigación científica y su desarrollo. Algunos años después, se volvió inevitable la necesidad de popularizar ese nuevo medio de comunicación y ampliar su utilización. En 1989, en el Consejo Europeo para la investigación Físico-Nuclear, el científico Berners-Lee creó lo que ahora es el World Wide Web, es decir, Internet popularizado. El éxito de la idea de Berners-Lee se basó en la creación de un protocolo sencillo de comunicación por medio de una interfase gráfica capaz de desplegar imagen, texto, sonido y video. Ha resultado tan simple este método que actualmente estamos viviendo la invasión de Internet y, más aún, su imprescindible necesidad.

Al haberse popularizado tanto Internet, más y más personas tienen acceso a ésta, y por ende, empiezan a darse múltiples relaciones humanas a través de las computadoras. Al existir dichas relaciones, resulta inevitable que se desprendan consecuencias jurídicas de todo tipo, pero nos enfocaremos particularmente a los derechos de los consumidores que realizan compras por este medio.

Habida cuenta de que los instrumentos operativos de la informática son las computadoras, se vislumbra necesario, bajo estas consideraciones, exponer los principales rasgos que con el hombre han venido evolucionando. Desde tiempos remotos el hombre, al verse en la necesidad de cuantificar sus pertenencias, animales, objetos de caza, pieles, ha tenido que procesar datos. En un principio este procedimiento fue muy rudimentario: utilizaba sus manos y almacenaba toda información posible en su memoria.

Esto impedía un flujo fácil de la información, porque al no existir representaciones fijas de los elementos que se tenían en proceso determinado, las conclusiones a las que llegaba resultaban ser meras especulaciones.

El hombre para contar estaba limitado al número de sus dedos; esto fue superado cuando empezó a utilizar otros medios como cuentas, granos y objetos similares.

### 1.3. CARACTERISTICAS.

Posteriormente, inventó sistemas numéricos que le permitieron realizar sus operaciones con mayor confiabilidad y rapidez, e ideó algunas herramientas le ayudaron en su afán de cuantificar. Entre las primeras creaciones del hombre dirigidas a facilitar las operaciones tenemos a continuación lo siguiente:

- a) El ábaco.
- b) Tablas de logaritmos.
- c) Regla de cálculo.
- d) La máquina de pascal.
- e) La tarjeta perforadora.
- f) La máquina de Babare.
- g) El Código de Herman Hollerith.

Difícilmente encontramos en la historia otro ejemplo de transformación rápida y amplia como el provocado por la aparición de las computadoras y todas las implicaciones tecnológicas que trajo consigo.

Todo parece indicar que entramos con paso presuroso a la época de la información a nivel operacional. La computadora puede ser definida como la máquina automatizada de propósito general, integrada por elementos de entrada, procesador central, dispositivo de almacenamiento y elementos de salida.

El siguiente avance tecnológico fue la sustitución de los bulbos por transistores, en 1963 aparecen en el mercado las computadoras de la tercera generación, en las que encontramos el uso de circuitos integrados monolíticos, que aumentaron en velocidad sus operaciones, incrementaron la confiabilidad de su uso y disminuyeron considerablemente los costos.

Ante tal situación de ayuda, las computadoras comenzaron paulatinamente invadir diversos sectores como la industria, el comercio, la administración, la educación hasta llegar a nuestros hogares.

Así, tenemos la llamada cuarta generación, con la integración a larga escala y la aparición de microcircuitos integrados en plaquetas de silicio (chips) con notorias mejoras, en especial a nivel de la llamada microprogramación.

La computadora es una máquina automatización de propósito general, integrada por elementos de entrada, un procesador central, dispositivos de almacenamiento y elementos de salida, ello nos da la pauta para considerar sus elementos fundamentales a nivel operacional, a saber:

**a) Elementos de entrada.**- Representan la forma de alimentación de información a la computadora, por medio de datos e instrucciones realizados por elementos periféricos tales como pantallas, lectoras de dispositivos magnéticos, cintas, discos y CD-ROM, (disco compacto de alta capacidad y velocidad).

b) **Procesador central.**- Dispositivo en que se ejecutan las operaciones lógico-matemáticas, conocido más comúnmente como unidad central de proceso (CPU en inglés).

c) **Dispositivo de almacenamiento.**- Contiene o almacena la información que se ha de procesar.

d) **Elementos de salida.**- Medios en los que se reciben los resultados del proceso (pantalla, impresoras, graficadoras y audio). Entre los principales lenguajes de programación tenemos a los siguientes: ALGOL, COBOL, BASICA, PASCAL, ADA, WORD, EXCEL, ETC.

Por otra parte, a nivel estructural la computadora está integrada por los siguientes elementos que todos debemos de conocer, ya que sirven para identificar los dos componentes principales de la computadora en general:

**HARDWARE.- (Parte Física de la Computadora).**- Que esta constituido por las partes mecánicas, electromecánicas y electrónicas, como estructura física de las computadoras y encargadas de la captación, almacenamiento y procesamiento de información, así como de la obtención de resultados, (teclado, mouse, pantalla, periféricos y otros).

**SOFTWARE.- programas, paquetería y otros.-** Constituye la estructura lógica que permite a la computadora la ejecución del trabajo que se ha de realizar (programas).

#### 1.4. CONCEPTO.

Los diseñadores de la página [www.supaginaweb.com](http://www.supaginaweb.com). Conceptúan al internet como: "Un conjunto de ordenadores conectados entre ellos que están situados por todo el mundo (más de 3.000.00 de ordenadores). La información contenida en cada uno de estos ordenadores es accesible desde cualquier otro ordenador conectado a esta red."<sup>2</sup>

Por su parte, la compañía Terra manifiesta que la internet "...es la red más grande de computadoras en el mundo que interconecta las máquinas de millones de usuarios localizados en más de 152 países lo que permite desde una computadora y al costo de una llamada telefónica: comunicarnos (mediante voz y/o escritura), compartir información en forma de archivos electrónicos, adquirir conocimientos sobre temas diversos, hacer negocios alrededor de todo el mundo por medio de los servidores comerciales de este medio de comunicación, entre otras cosas más".<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> [www.supaginaweb.com](http://www.supaginaweb.com)

<sup>3</sup> "Manual de Navegación", Compañía Terra-Lycos, S.A., México, 2002, p 4

Por otra parte, conviene señalar que no existe ninguna compañía que se llame Internet, así como tampoco existe alguna organización que imponga reglas sobre los contenidos que se pueden incluir. Aquellas organizaciones que quieren conectar sus ordenadores a Internet no tienen más que engancharse a otro ordenador que, a su vez, esté en Internet. Cada organización es responsable de sus propios ordenadores y de sus conexiones. Su mandato acaba donde terminan sus propios cables.

### **1.5. HISTORIA DEL INTERNET EN EL MUNDO.**

Internet fue creada a partir de un proyecto del departamento de defensa de los Estados Unidos llamado DARPA/NET (Defensa Advanced Research Project Network) iniciado en 1969 y cuyo propósito principal era la investigación y desarrollo de protocolos de comunicación para redes de área amplia para ligar redes transmisión de paquetes, de diferentes tipos capaces de resistir las condiciones de operación más difíciles y continuar funcionando aún con la pérdida de una parte de la red (por ejemplo en caso de guerra).

Estas investigaciones dieron como resultado el protocolo TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) un sistema de comunicaciones muy sólido y robusto bajo el cual se integran todas las redes que conforman lo que se conoce actualmente como Internet. Durante el desarrollo de este protocolo se incrementó notablemente el número de redes locales de agencias gubernamentales y de universidades que participaban en el proyecto, dando origen

así a la red de redes más grande del mundo, las funciones militares se separaron y se permitió el acceso a la red a todo aquel que lo requiriera sin importar de que país provenía la solicitud siempre y cuando fuera para fines académicos o de investigación (y por supuesto que pagara sus propios gastos de conexión), los usuarios pronto encontraron que la información que había en la red era por demás útil y si cada quien aportaba algo se enriquecería aún más el acervo de información existente.

Por extraño que parezca no existe una autoridad central que controle el funcionamiento de la red, aunque existen grupos y organizaciones que se dedican a coordinar de alguna forma el tráfico en ella. Después de que las funciones militares de la red se separaron en una sub-red de Internet, la tarea de coordinar el desarrollo de la red recayó en varios grupos, uno de ellos, la Nacional Science Foundation, quien promovió bastante el uso de la red y el que se encargó de conectar cinco centros de supercómputo que podían ser accedidos desde cualquier nodo de la red.

Eso funcionó bien al principio, pero pronto fueron superadas las cargas de tráfico previstas, fue entonces que se dio la concesión a Merit Network Inc., para que administrara y actualizara la red, se mejoraron las líneas de comunicación dando un servicio mucho más rápido, pero este proceso de mejora nunca termina, debido a la creciente demanda de los servicios que se encuentran en la red.

El enorme crecimiento de Internet se debe en parte a que es una red basada en fondos gubernamentales de cada país que forma parte de Internet lo que proporciona un servicio prácticamente gratuito. A principios de 1994 comenzó a darse un crecimiento explosivo de las compañías con propósitos comerciales en internet, dando así origen a una nueva etapa en el desarrollo de la red.

De lo anterior, resulta necesario mencionar el desarrollo que ha tenido el internet en algunas naciones:

### **1. España.**

En España algunos científicos empiezan a utilizar las conexiones a la red cuando aún no había conexión a internet, se trabaja con los protocolos "OSI" y otros "i" se intercambiaba con esta red el correo electrónico mediante pasarelas.

En 1988 el Plan Nacional de Investigación y Desarrollo pone en funcionamiento el programa IRIS (Interconexión de Recursos Informáticos) para crear una red de soporte a la investigación en España que ha llegado hasta nuestros días bajo el nombre de IRIS. Las Universidades se conectaban a la red IRIS en un entorno que permitía utilizar diferentes protocolos. La Red IRIS fue el motor de conexión de ordenadores y formación de personas, y de ella surgieron muchas de las primeras iniciativas de redes que se produjeron en nuestro país. Desde enero de 1994 está gestionada por el Consejo Superior de Investigaciones

Científicas. La asignación de los nombres dentro del dominio es exclusivamente suya.

En 1993, se conecta a Internet el primer servidor Web en español. Se trataba de la <http://uji.es> correspondiente a la Universidad Jaime de Castellón. Concretamente era una máquina HP 822 denominada Perel III que entró en funcionamiento en otoño del año en cita, cuando en todo el mundo apenas había 100 direcciones web. Los responsables de ponerla en marcha fueron el equipo formado por Jordi Adell, los hermanos Carles y Toni Bellver, Enric Navarro y Enric Silvestre que llevaban realizando trabajos con la web desde hacia diez años atrás.

En 1994, el desarrollo de la Web o Malla Mundial en español empezó, paradójicamente, en un espacio prestado por la Universidad de Carleton (Canadá), con un sitio, llamado SISpain, que creó a fines de 1994 el entonces embajador de España en Canadá, José Luis Pardos. El día 9 de marzo de 1995, el gobierno canadiense apresó al pesquero español Estai, que se hallaba pescando cerca de sus aguas, por tal circunstancia estalló una crisis entre ambas naciones, lo que produjo que las experimentaciones quedaran suspendidas temporalmente.

En junio de 1994 el periodista Vicent Partal y la directora de la revista El Temps, Assumpició Maresma, apuestan por establecer el primer servicio online de todo el Estado español, con motivo del décimo aniversario de la revista. Así, en junio de 1994 a través de Servicom se crea El Temps on-line.

En 1995 Servicom se conecta a Internet; y en mayo Vicent Partal y Asunción Maresma crean la empresa Partal&Maresma i Associatas para dedicarse por completo al periodismo electrónico. El 1º de mayo del año en cita, empezó a funcionar la infopista que en noviembre ya disponía de 500 enlaces.

La infopista es uno de los primeros productos periodísticos en aparecer en la red. Se trataba de un directorio que nació primero como The Catalan Freeway, pero que cambió enseguida su nombre a la Infopista. Su intención era recopilar en un directorio los primeros recursos que empezaban a aparecer en la red en esos momentos.

Su instalación desde los inicios en un servidor londinense fue uno de los secretos de su consolidación y al mismo tiempo permitió reducir los costos. Cuando se crea la web de la infopista el número de empresas de servicios on-line existentes en España no superaba la docena y sus tarifas eran muy altas. La empresa catalana Servicom les pedía 100.000 pesetas al mes mientras que Demon de Londres les alquiló espacio en su servidor por sólo 1.00 peseta al mes.

El objetivo de la Infopista, era crear un espacio donde acceder a información relacionada con Cataluña y los denominados países catalanes de una manera ordenada. Pretendía ser un directorio de los recursos construidos en Internet por esta comunidad catalanoparlante, así como de todos los recursos adicionales de interés para los catalanes.

"El 15 de mayo de 1996 la Infopista se convierte en Vila web, uno de los web más consultados por la comunidad de usuarios catalana, según un estudio de Ogilvy Interactive de 1999. Con la creación de Infovía en diciembre de 1995, España se convierte en el primer país europeo en tener un sistema de acceso a Internet, mediante el cual cualquier persona podía conectar con la Red a precio de llamada local desde cualquier punto del país."<sup>4</sup>

En 1999 es el año de los portales y la explosión comercial de Internet en este país, año de ventas sonadas, fusiones y alianzas de todo tipo.

## **2. MÉXICO.**

La historia del Internet en México empieza en el año de 1989 con la conexión del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en el Campus Monterrey, ITESM hacia la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA), específicamente a la Escuela de Medicina. Una línea privada analógica de cuatro hilos a 9600 bits por segundo fue el enlace, sin embargo, antes de que esa institución académica se conectará a Internet, casi a final de los ochentas, recibía el tráfico de BITNET por la misma línea privada. El ITESM era partícipe del BITNET desde 1986.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Nuria Almiron [www.nuria.es.org](http://www.nuria.es.org), pp. 1-2

<sup>5</sup> Una historia que Contar, MEXNET A.C., Revista NET Vol. 1, num. 19, p. 17

Las conexiones se hacían a través de líneas conmutadas. La conexión permanente de esta institución se logró hasta el 15 de junio de 1987 (a BITNET y posteriormente a INTERNET).

En noviembre de 1988 se cambia la conexión permanente que interconectaba equipo IBM con RSCS, a equipos DEC utilizando DECNET. Al cambiar el protocolo se tenía la posibilidad de encapsular tráfico de TCP/IP en DECNET y por lo tanto los primeros equipos conectados a INTERNET.

El ITESM, Campus Monterrey, promovió y logró que la Universidad de las Américas (UDLA), en Cholula, Puebla y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) en Guadalajara, Jalisco, se enlazaran a INTERNET a través del mismo sistema que tenía el ITESM.

Aunque sus enlaces eran de baja velocidad, es decir de 9600 bps, fue suficiente, en ese momento, para proveer de correo electrónico, transferencia de archivos y acceso remoto.

Debido al crecimiento registrado en Internet, la National Science Foundation, en los Estados Unidos, requería de una respaldada red de telecomunicaciones para todos aquellos países que se integraban a internet, por lo tanto, se tomaron algunas decisiones en México, como la de formalizar el uso de IGRP entre los ruteadores y revisar detalladamente la asignación ASN (Autonomous

Systems). La Universidad de Guadalajara, obtiene una conexión al Inter con la Universidad de California en Los Ángeles. Esta era una línea privada de 4 hilos a 9600 bps. Estaban bajo el dominio de UCLA y con direcciones de IP también de la misma Institución universitaria.

Las demás instituciones, en ese tiempo, accedían a Internet por medios conmutados. Tal es el caso del Colegio de Posgraduados de la Universidad de Chapingo, en el Estado de México. El Centro de Investigación en Química Aplicada, con sede en Saltillo, Coahuila. El Laboratorio Nacional de Informática Avanzada de Xalapa, Veracruz. Todos ellos se conectaban al ITESM, Campus Monterrey para acceder al internet.

Durante 1994 y 1995, se consolidaron redes como RTN creando un Backbone nacional y agrupando a un gran número de instituciones educativas y comerciales en toda la República, desde Baja California hasta Quintana Roo. Se mantuvieron esfuerzos de la Red UNAM y surgieron los ISP's comerciales con más fuerza, los cuales no sólo brindaban conexión a Internet sino servicios de valor agregado, tales como acceso a Bases de Datos públicas y privadas.

La consolidación de los servicios de Internet en México, se dieron paulatinamente de la siguiente manera:

En diciembre de 1995 se hace el anuncio oficial del Centro de Información de Redes de México (CIR-México) el cual se encarga de la coordinación y administración de los recursos de Internet asignados a México, tales

como la administración y delegación de los nombres de dominio y ubicados bajo "mx".

En 1996, ciudades como Monterrey, Nuevo León., registran cerca de diecisiete enlaces E1 contratados con la compañía Teléfonos de México para uso privado. Se consolidan los principales ISP's en el país, de los 100 casos ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional.

En los primeros meses, tan sólo el 2% de los hosts totales (16, 000) ubicados bajo el dominio mx tienen en su nombre las letras WWW.

No fue sino hasta 1995 cuando nace la Sociedad Internet, Capítulo México, una asociación internacional no gubernamental no lucrativa, para la coordinación global y cooperación en Internet. Se crea el Computer Emergency Response Team de México.

En 1997 existen más de 150 proveedores de acceso a Internet (ISP') que brindan sus servicios en el territorio mexicano, ubicados en los principales centros urbanos: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca, por mencionar sólo algunas.

### c) ARGENTINA.

\*La Internet en Argentina, es una red que tiene casi veinte años de formación, que se ha venido transformando en una inmensa telaraña que llega

actualmente a cincuenta millones de personas conectadas, tal y como ocurrió hace sólo 2 años".<sup>6</sup>

"Primeramente su desarrollo comenzó a partir de 1981 cuando diversas universidades argentinas transformaron el correo electrónico en un medio de comunicación que permite a la comunidad científica mantenerse en contacto.

En ese mismo año, por iniciativa de un grupo del Departamento de Computación de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires, surge la red uupc para correo electrónico."<sup>7</sup>

En 1987, la National Science Fundation construye lo que sería la espina dorsal del Internet, es decir un gran canal de comunicación de 56 kbytes que recorre los Estados Unidos y en donde se llegaron a conectar múltiples instituciones académicas y centros de investigación de Argentina.

En 1988, en nuestro país, a través de la Cancillería, se realizan las primeras conexiones argentinas con Internet. En esa época no existían las interfaces gráficas como el Navigator de Netscape o el Explorer de Microsoft. El uso excluyente de Internet era el correo electrónico.

---

<sup>6</sup> Clarin X, [www.Clarin.Com.ar](http://www.Clarin.Com.ar).

<sup>7</sup> Internet en Argentina, [www.uba.ar](http://www.uba.ar)

La Secretaría de Ciencia y Técnica firma con ENT el un convenio por el cual la empresa de teléfonos cede el uso de un canal de datos para que la Universidad tuviera correo electrónico.

En 1992 La Nacional Science Fundation amplía la red central de Internet y la lleva de 56 kbytes a 45 megabytes. Desde ese momento, la capacidad de transmisión de datos comienza a aproximarse a lo necesario para que Internet sea algo más que correo electrónico, traduce en imágenes, texto, sonido y vídeo, ese año, la Universidad de Buenos Aires, la de Córdoba y la de La Plata agregan enlaces propios con Internet, que se suman al que ya tenía la Secretaría de Ciencia y Técnica.

En 1994 Netscape comienza a distribuir en forma gratuita millones de copias del programa Navigator, un browser que permitiría transformar las aburridas páginas de texto de Internet en coloridas páginas multimedia parecidas a las actuales. En 1995 en mayo, se venden las primeras conexiones comerciales de internet en Argentina.

En pocos meses, miles de usuarios particulares y empresas argentinas navegan por una red que reunía a 30 millones de personas.

En diciembre de ese mismo año, la Nacional Science Fundation se desentiende del control de la espina dorsal de Internet (el canal de datos que recorre Estados Unidos y adonde se enganchan las demás redes).

Internet ya es una red en donde el mayor impulso viene dado por las empresas que quieren generar usos comerciales.

Para garantizar que los paquetes de información puedan circular libremente, la NSF obliga a los proveedores crear enlaces directos con Internet a estar conectados al menos con otros tres proveedores.

En 1996 Internet cambió en poco más de un año la estrategia de miles de empresas en el mundo.

La red se ha transformado en un medio de comunicación por el que transitan miles de millones de bytes de información a la que acceden más de 50 millones de personal en el planeta.

En Argentina, más de 45.000 personas y 500 compañías navegan por Internet. Actualmente, la red argentina abarca otros ámbitos, como los comerciales, en que participan cada vez más empresas. Sin embargo, queda un largo camino por recorrer por el país, para alcanzar un sistema de comunicación electrónica suficiente y adecuada.

Cierto es que, con las facilidades existentes, hay una tendencia a utilizar los recursos para acceder a la información reunida en el exterior. Es de suma importancia que la Argentina esté conectada con el resto del mundo. Pero es

también de fundamental importancia que contemos con conexiones internas nacionales, para constituir la denominada Red Troncal Nacional.

Es a través de estas redes que circularán las contribuciones que la ciencia argentina vaya produciendo, para enriquecimiento de la red mundial.

Posteriormente, en 1993 nace la World Wide Web, un área dentro de Internet donde la información va creando conciencia de que la Argentina produce información científica de importancia, cuya circulación general es imperativa. De ahí que todos aquellos que generen información académica deben introducirla en la red.

## CAPÍTULO SEGUNDO COMERCIO ELECTRÓNICO

### 2.1. CONCEPTO DE ACTO DE COMERCIO.

Previo al estudio del acto de comercio, es necesario conocer el concepto, para lo cual, nos permitiremos recurrir a los aportados por los siguientes estudiosos de la materia:

A su vez, Joaquín Garrigues señala que los actos de comercio en sentido legal son: "los negocios jurídicos y las declaraciones de voluntad que no son negocios jurídicos."<sup>8</sup>

Por su parte, el maestro Raúl Cervantes Ahumada aduce que el concepto de actu de comercio debe referirse a "todo acto de organización de una sociedad comercial, todo acto de explotación, organización o traspaso de una empresa mercantil, y en un principio los actos que recaigan directamente sobre otras cosas del comercio."<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Garrigues, Joaquín. "Curso de Derecho Mercantil", Tomo I, Edit. Porrúa, S.A., México, 9ª. ed., 1998, p. 327.

<sup>9</sup> Cervantes Ahumada, Raúl. "Derecho Mercantil", Edit. Porrúa, S.A., México, 2000, p. 507.

En mi opinión, un acto de comercio se puede conceptuar como las actividades que realizan las organizaciones comerciales y las personas físicas comerciantes, con fines de organización, explotación, traspaso, suministro, compra, venta de bienes, así como prestación de servicios, con el propósito de especulación comercial y a título oneroso, es decir con un fin u objeto principal, donde se obtiene un lucro o ganancia según el artículo 75 del Código de Comercio.

Por otra parte, en razón de que resulta muy amplia y variada la clasificación de los actos de comercio, de acuerdo a las aportadas por los mercantilistas, a continuación se distinguirán las siguientes:

a) **Clasificación aportada por Jorge Barrera Graf:** Este autor establece que los actos mercantiles se determinan bajo los siguientes aspectos:

1. Actos en serie o en masa, más propiamente actividad comercial del empresario.- Estos son los actos conectados con la organización y explotación de las empresas, que se suceden iguales, en continuidad, y que constituyen la conducta, el quehacer dentro de la negociación o empresa de su titular (empresario) y de su personal; y que corresponden a las fracciones V a XI, XIV a XVIII, XX in fine y XIII del artículo 75 del ordenamiento comercial en mención.

2. Actos aislados o individuales, son esporádicos y adquieren naturaleza mercantil por alguna nota que le sea propia y que los distingue de los

actos civiles: el ser especulativos, tenga como objeto una cosa de comercio, el que asuman una forma o un tipo que se reserve a la materia de comercio en estas y que se comprenden en las fracciones XVIII y XIX en lo relativo a compras de consumo, emisión, endoso, aval de títulos cambiarios, fracción XI lo que corresponde a prestación de servicios, y por último las fracciones XII y XIII los que son accesorios de negocios comerciales.

3. Actos de comercio principales, mismos que subdivide en cuatro grupos, a saber:

- Por el sujeto o sujetos que intervienen en su celebración (comerciantes profesionales o accidentales, empresarios).
- Por su objeto, es decir, porque el bien sobre el que recaiga el acto o el negocio, sea una cosa mercantil (los buques o los títulos valor).
- Porque su finalidad sea comercial (intención lucrativa, organización y explotación de una empresa).
- Porque se asuma la forma o el tipo de un acto o de negocio comercial (sociedades mercantiles).

Asimismo, dicho autor añade que también los actos de comercio en mención, también pueden clasificarse de la siguiente manera:

**I. Actos de comercio por el sujeto.**- El comerciante o el empresario que realiza el acto o que interviene en el contrato, puede ser determinante para calificar ciertos actos de comercio, en estos se encuentran los siguientes:

- Las operaciones de bancos previstas en el artículo 75, fracción XXI del ordenamiento invocado, administrativos, laborales, etc.
- Las obligaciones entre comerciantes previstas en la fracción XXI del artículo 75 del Código de Comercio, con la misma salvedad anterior.
- Los depósitos en almacenes generales previstos en la fracción XVII del artículo 75 del Código de Comercio.

**II. Actos de comercio por el objeto** son los siguientes:

- Los que recaigan o se consignen en un título valor o en un título de crédito de los previstos por el artículo 75, fracciones III, IV, VIII, parte segunda, XIX y XX, parte primera del Código de Comercio.
- Los que se relacionan con la explotación de buques previstas en los artículos 75 fracción XV del código comercial en cuestión y 107 del título I, relativo a las cosas del libro tercero de la Ley de Navegación y Comercio Marítimo.

**III. Actos de comercio por su finalidad:** Dentro del tercer grupo, es decir, los actos de comercio por el fin o causa (especulación y organización de una empresa) se comprenden:

- Los relacionados con el tráfico y la intermediación especulativa comercial, en strictu sensu previsto en el artículo 75, fracciones I y II del Código de Comercio.
- Los relativos a la industria, o sea actos de empresa previstos en el artículo 75, fracciones de la V a la XI y XVI. Este grupo también puede influir a los depósitos en almacenes generales previstos en el artículo 75, fracción XVIII del Código de Comercio, en cuanto que estos sean constituidos, como negociaciones o empresas.

**IV. Actos de comercio por su forma o por el tipo social al que adoptan.** Por su forma específica, son los actos de comercio tendientes a constituir una sociedad a que se refiere el artículo 1 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, y recientemente, una sociedad nacional de crédito, así como también ciertos actos tendientes al funcionamiento de los órganos sociales, como los acuerdos de las asambleas o las juntas de consejo de sociedades comerciales, que son actos jurídicos especiales, también se trata de actos de comercio por conexión.

Asimismo, el autor en mención nos dice: "... Las sociedades cooperativas y las mutualistas, que tienen prohibido ejercer actividades lucrativas

tal y como lo señala el artículo 1º, fracción VI de la Ley General de Sociedades Mercantiles y 78, fracción III de la Ley de Instituciones de Seguros, son actos de comercio, no por su finalidad, sino meramente por la forma que adoptan, que a su vez la ley considera que son mercantiles como los previstos en el artículo 6, fracción IV de la Ley General de Sociedades Mercantiles y 78 de la Ley de Instituciones de Seguros."<sup>10</sup>

Por otra parte, el maestro Joaquín Garrigues, clasifica los actos de comercio en la forma siguiente:

**\*1. Principales o accesorios.**- Se entiende, pues, exclusivamente a un criterio económico (función económica del acto) y no al criterio jurídico (en este sentido solo son actos accesorios los que preparan la realización de actos jurídicos contrato de comisión o asegura o garantiza su ejecución como la prenda, fianza). En el sentido económico son actos accesorios todos aquellos que, sin constituir ellos mismos actos de comercio en sentido económico (actos de interposición entre productores y consumidores para la circulación de los bienes), auxilian o facilitan el ejercicio de una industria mercantil.

**2. Actos mixtos o unilaterales.** Cuando los requisitos para la calificación mercantil de un acto será uno solo de los participantes en él, se dice que el acto en cuestión es unilateralmente mercantil, también se llaman mixtos estos porque son al mismo tiempo para un contratante mercantil y para el otro

---

<sup>10</sup> Barrera Graf, Jorge "Instituciones de Derecho Mercantil", Edit. Porrúa, S.A., México, 1999, pp. 74-75.

meramente civil. En la compraventa definida en el artículo 325 del Código de Comercio, el acto sería mercantil para el que compra con propósito de revender, lucrándose en la reventa, más para el que vende sólo será mercantil si la venta es a su vez acto de realización de una compra mercantil, lo propio ocurre la mayoría de veces con el seguro acto mercantil solo para el asegurador con el transporte mercantil solo para el portador."<sup>11</sup>

A manera de que se puedan entender o diferenciar los actos de comercio que regula el artículo 75 del Código de Comercio nos permitiremos aportar una clasificación personal, siguiendo para este fin la clasificación que nos da el profesor Roberto L. Mantilla Molina:

a) **Actos absolutamente mercantiles.** "Conforme al derecho mejicano son siempre comerciales, y, por tanto, quedan incluidos en la categoría de los actos absolutamente mercantiles: el reporto, el descuento de créditos en libros, la apertura de crédito, la cuenta corriente, la carta de crédito, el avío o crédito de rehabilitación, el crédito refaccionario, el fideicomiso, el contrato de seguro, los actos consignados en títulos de crédito, y el acto constitutivo de una sociedad mercantil."<sup>12</sup>

El reporto, "En virtud del reporto, el reportador adquiere por una suma de dinero la propiedad de títulos de crédito y se obliga a transferir al reportador la

---

<sup>11</sup> Garrigues, op. cit., pp. 156-157.

<sup>12</sup> Mantilla Molina, Roberto L. "Derecho Mercantil", Edit. Porrúa, S.A., México, 1993, p. 63

propiedad de otros tantos títulos de la misma especie en el plazo convenido y contra reembolso del mismo precio, más un premio. El premio queda en beneficio del reportador, salvo pacto en contrario." (artículo 259 Co. Co.).

"Es acto de comercio absoluto el descuento de créditos en libros, el cual sin embargo, va acompañado de cierto matiz subjetivo, en cuanto sólo puede ser realizado por instituciones de crédito."<sup>13</sup>

Sobre la apertura de crédito el artículo 291 del Código de Comercio señala lo siguiente: "En virtud de la apertura de crédito, el acreditante se obliga a poner una suma de dinero a disposición del acreditado, o a contraer por cuenta de éste una obligación, para que el mismo haga uso del crédito concedido en la forma y en los términos y condiciones convenidos, quedando obligado el acreditado a restituir al acreditante las suma de que disponga, o cubrirlo oportunamente por el importe de la obligación que contrajo, y en todo caso a pagarle los intereses, prestaciones, gastos y comisiones que se estipulan."

Estos por mencionar algunos casos, ya que dentro de la legislación mercantil se contemplan varios casos.

<sup>13</sup> Mantilla Molina, Roberto L., op cit., p. 63

b) **Actos de mercantilidad condicionada o relativamente mercantiles.** Que a su vez se clasifican en:

**I. Actos principales de comercio atendiendo:**

1. **Al sujeto:** Se considera que son todos aquellos actos encaminados a la creación, realización, desarrollo y liquidación de una empresa, como las de abastecimiento y suministro, las empresas de construcción y de servicios públicos y privados, las fábricas y empresas de manufacturas, las de transporte de personas y cosas, las librerías y empresas editoriales, las empresas de comisiones, las agencias y oficinas de negocios comerciales y las empresas de espectáculos públicos reguladas por las fracciones V, VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII del artículo 75 de la normatividad mercantil en comento.

2. **Al fin o motivo:** Ubicándose en el apartado en estudio lo relativo a todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres relacionados con el propósito de especulación comercial de mercaderías o bienes muebles, las compras y ventas de bienes inmuebles con propósito de especulación comercial reguladas por las fracciones I y II del artículo 75 del ordenamiento comercial multicitado.

3. **Al objeto:** Comprendiendo en este apartado los contratos de seguros de toda especie, cuando estos son hechos por empresas, los valores u otros títulos a la orden o al portador, así como las obligaciones de los

comerciantes, las obligaciones realizadas por los comerciantes y banqueros, que no sean de naturaleza esencialmente civil, la enajenación que el propietario o el productor agrícola hagan del producto de su finca o de su cultivo, reguladas por las fracciones XVI, XX, XXI y XXIII del artículo 75 del Código de Comercio.

**II.- Actos accesorios o conexos:** Teniéndose como estos, las operaciones de comisión mercantil, las operaciones de mediación en negocios mercantiles, los depósitos por causa de comercio, los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes, en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio.

De las aportaciones de los elementos que integran el acto de comercio que antecede podemos señalar, que el objeto principal es la especulación ya que si no existiera un lucro nadie se dedicaría al comercio, toda vez que la definición aportada por el autor Felipe de Jesús Tena, indica que el "...acto de comercio es todo contrato por el que se adquiere a título oneroso un bien de cualquiera especie con la intención de lucrar mediante su transmisión, así como el contrato también oneroso, a cuya virtud esa transmisión se verifica."<sup>14</sup> Tal como se observa de la esencia de la especulación, sería desde mi particular punto de vista un elemento constitutivo del acto de comercio.

<sup>14</sup> Tena, Felipe de Jesús. "Derecho Mercantil Mexicano", Edit. Porrúa, S.A., México, 1999, p. 56

## 2.2. COMERCIO ELECTRÓNICO

Podríamos decir que comerciante es toda persona física que realiza habitualmente, con carácter profesional, actos de comercio; de hecho, el artículo 3º del Código de Comercio establece que se reputan en derecho comerciantes.

1º Las personas físicas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;

2º Las sociedades mercantiles mexicanas;

3º Las sociedades mercantiles extranjeras, o sus agencias o sucursales, que ejerzan actos de comercio dentro del territorio nacional.

Como podemos apreciar el Código de Comercio utiliza criterios distintos para determinar la calidad de comerciante.

En efecto, cuando se trata de personas físicas (comerciante individual, requiere que ejerzan el comercio en forma habitual para atribuirles el carácter de comerciantes. Tratándose de sociedades extranjeras exige la realización de actos de comercio dentro del territorio nacional. En cambio, a las sociedades mercantiles mexicanas las califica como comerciantes en todo caso aunque no ejerzan el comercio habitualmente ni realicen actos de comercio.

Así, desde el punto de vista económico, es comerciante la persona que profesionalmente practica aquella actividad de interposición, de mediación, entre productores y consumidores.

El derecho mercantil nace precisamente para regular el comercio, o mejor dicho, los actos y relaciones de los comerciantes propios de la realización de sus actividades mediadoras

A lo largo de la historia, han existido dos figuras importantes en el comercio y es el productor y el consumidor. Este último obtiene las mercancías de manos del productor. Ocurre también, ya en organizaciones económicas más avanzadas, que los productores obtienen la materia prima de las fuentes mismas de abastecimiento. Por ejemplo: un vendedor de frutas obtiene éstas directamente del dueño de la huerta que las produce, un fabricante de telas obtiene la lana directamente de los centros ganaderos y, a su vez, el productor vende sus productos directamente a su clientela. Sin embargo, esto no siempre ocurre así; las dificultades del cambio directo, conforme se acentúa el desarrollo social, son cada vez mayores. Esto ha traído por consecuencia la necesidad de que determinados individuos, cuyo papel es el de intermediarios entre los productores y los consumidores se dediquen a facilitar el tránsito de los productos de manos de los primeros a las de los segundos. Es así como nace y se desarrolla la clase social denominada de los comerciantes.

El comercio no es, en realidad, sino el intermediario que pone las mercancías a disposición de los consumidores en los lugares mismos en que éstos las necesitan. En esta forma, el comerciante agrega, por decirlo así, una utilidad de lugar a los bienes o productos. A cambio de este servicio obtiene una ganancia denominada lucro, que es la compensación que el consumidor da al comerciante a cambio del servicio que éste presta.

### **2.3. CONCEPTO DE COMERCIANTE**

De acuerdo al artículo 3° del Código de Comercio, se reputan comerciantes las personas que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria; las sociedades constituidas conforme a las leyes mercantiles, y las sociedades extranjeras o las agencias o sucursales de éstas que ejerzan actos de comercio dentro del territorio nacional.

Asimismo, el artículo 4° del ordenamiento en cita establece que: "Las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, hagan alguna operación de comercio, aunque no son en derecho comerciantes, quedan, sin embargo, sujetas por ella a las leyes mercantiles. Por tanto, los labradores y fabricantes, y en general todos los que tienen planteados almacén o tienda en alguna población para el expendio de los frutos de su finca, o de los productos ya

elaborados de su industria o trabajo, sin hacerles alteración al expenderlos, serán considerados comerciantes en cuanto concierne a sus almacenes o tiendas."

Primeramente nos ocuparemos de los comerciantes personas físicas y posteriormente de las personas morales, para tener un panorama general de los comerciantes en nuestro país, saber cuales son los requisitos legales para que puedan realizar su actividad.

#### **a).- PERSONAS FÍSICAS.**

Para entrar a nuestro estudio sobre la persona física, como comerciante, tomaremos el concepto que vierte el profesor Rafael de Pina Vara que señala lo siguiente:

"Persona física que realiza habitualmente, con carácter profesional actos de comercio."<sup>15</sup>

Por otra parte el Código de Comercio en su fracción I del artículo 3º, define al comerciante como persona física que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio hace de él su ocupación ordinaria.

<sup>15</sup> De Pina Vara, Rafael. "Elementos de Derecho Mercantil", 25ª ed. Edit. Porrúa, S.A., México, 1996, p.50.

De lo anteriormente mencionado se pueden señalar las siguientes características para ser catalogado como comerciante.

- La capacidad.
- El ejercicio del comercio.
- La ocupación ordinaria.

El primero de estos elementos en estudio se encuentra regulado en el artículo 5° del Código de Comercio que indica:

Artículo 5°.- Toda persona que según las leyes comunes es hábil para contratar y obligarse, y quienes la ley no se lo prohíba expresamente, tendrán capacidad legal para ejercer el comercio.

Para el profesor Rafael de Pina Vara el segundo de los elementos de la definición legal de comerciante individual podrá identificarse de la siguiente forma:

"Por tanto puede afirmarse haciendo una interpretación sistemática del artículo 3° del Código de Comercio, que es comerciante quien tiene una negociación mercantil."<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Ibidem, p.50.

El tercero de los elementos y que comprende a la ocupación ordinaria es interpretada de la siguiente forma:

"Para que alguien pueda ser calificado como comerciante es preciso que ejerza el comercio no en forma esporádica o accidental sino de manera habitual, reiteradamente haciendo de esa actividad el verdadero ejercicio de una profesión."<sup>17</sup>

El maestro Joaquín Rodríguez Rodríguez sobre este tema vierte el siguiente comentario:

"Realizar actos de comercio de un modo habitual reiterado, repetido convirtiendo la actividad comercial en una actividad profesional."<sup>18</sup>

Los tratadistas citados permiten establecer que el comerciante en su calidad de persona física es aquel que teniendo capacidad de ejercicio para actuar ejecutan actos de comercio en forma habitual haciendo de ello su ocupación ordinaria.

<sup>17</sup> Ibidem, p. 50

<sup>18</sup> Rodríguez, Rodríguez, Joaquín. "Derecho Mercantil", tomo 1, ed. Porrúa, S.A., México 1998, p. 50.

En nuestra legislación el concepto de comerciante es genérico, pues comprende a los mercaderes, arrendatarios, constructores, fabricantes, banqueros y demás personas que en forma habitual realizan actos considerados como de comercio de acuerdo al artículo 75 del Código de Comercio.

#### **b).- PERSONAS MORALES.**

Entendemos por sociedad, a la persona jurídico-colectiva, constituida conforme a las leyes mercantiles, y que lo hace con el propósito de especulación comercial, y con ánimo de lucro, diferenciándose del comerciante persona física, porque en este caso intervienen una diversidad de personas tanto físicas como jurídicas, mientras que en el comerciante persona física únicamente interviene una persona, de ahí que se le dé el nombre de comerciante individual, además que el comerciante persona jurídica, requiere para funcionar como tal, el cumplir una serie de requisitos establecidos en las leyes mercantiles.

Ni el Código de Comercio ni la Ley General de Sociedades Mercantiles dan un concepto de comerciante como persona jurídico-colectiva, sin embargo el jurista Juan Palomar de Miguel la define en la forma siguiente:

"Ser o ente de derechos y obligaciones aunque no tenga existencia individual física, como las Asociaciones, corporaciones, sociedades y fundaciones."<sup>19</sup>

Las fracciones II y III del artículo 3° del Código de Comercio señalan respecto al comerciante en estudio lo siguiente:

Artículo 3.- Se reputan en derecho comerciantes:

"I...

II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles.

III.- Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de estas que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio."

El artículo 4 de la Ley General de Sociedades Mercantiles dispone al efecto:

"Artículo 4°.- Se reputarán mercantiles todas las sociedades que se constituyan en alguna de las formas reconocidas en el artículo 1° de esta ley."

<sup>19</sup> Palomar de Miguel, Juan. Diccionario para Juristas, Ediciones Heliasta S.R.L., 1981, p. 1014.

Los anteriores conceptos me llevan a reflexionar que la sociedad mercantil es un ser o ente capaz de derechos y obligaciones, que tiene existencia individual física, cuando éstas se encuentren inscritas en el Registro Público de Comercio y las sociedades no inscritas tendrán personalidad jurídica ante terceros cuando éstas se hayan exteriorizado con tal carácter, permitiéndome entrar al análisis, del tema en mención.

La personalidad de las sociedades mercantiles, al igual que el comerciante cuentan con una personalidad, la cual el legislador la califica diversa a las de los socios que las integran, cuando es regular y con el propósito de que se entienda el apartado en estudio me permito verter la opinión de los siguientes juristas:

Joaquín Rodríguez Rodríguez, señala que: "la sociedad tiene personalidad jurídica, quiere decir que en el derecho mexicano es sujeto de derechos y obligaciones."<sup>20</sup>

Por su parte, Rafael de Pina Vara expresa respecto a la personalidad de las sociedades mercantiles lo siguiente:

<sup>20</sup> Rodríguez Rodríguez, op. cit. p. 553

"La atribución de personalidad jurídica a las sociedades mercantiles confiere el carácter de sujetos de derecho, las dota de capacidad jurídica de goce y de ejercicio, esto es, en tanto que personas morales, las sociedades mercantiles son sujetos de derecho y asumir todas las obligaciones que sean necesarios para la realización de la finalidad de su institución."<sup>21</sup>

De los anteriores criterios se puede reflexionar que la personalidad de las sociedades mercantiles va encaminada a distinguir el derecho, las obligaciones, el nombre, el domicilio, la nacionalidad y hasta el patrimonio de la sociedad frente a los socios que la constituyen y hacia terceros, debido a que los socios responden únicamente con el monto de sus aportaciones, y por otra parte se puede decir, que el legislador le atribuye tal personalidad debido a que esta cuenta con un nombre con un domicilio, con una nacionalidad y hasta con un patrimonio al igual que toda persona física.

En el derecho positivo mexicano la legislación que otorga la personalidad a las sociedades mercantiles es el artículo 2 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

"Artículo 2.- Las sociedades mercantiles inscritas en el Registro Público de Comercio, tienen personalidad jurídica distinta de los socios"

<sup>21</sup> De Pina Vara, Rafael. op. cit. p. 61

Cabe hacer mención que también a las sociedades irregulares el legislador le concedió personalidad jurídica, se dice al efecto que cuando éstas se exteriorizan como tales frente a terceros, aún que no se encuentren inscritas en el Registro Público de Comercio, y los que realicen actos jurídicos como representantes o mandatarios de este tipo de sociedades responderán del cumplimiento de los mismos frente a terceros, de manera subsidiaria, solidaria e ilimitadamente y se regirán por el contrato social respectivo y en su defecto por las disposiciones generales y por las especiales de la ley General de Sociedades Mercantiles, así lo dispone el artículo los párrafos tres, cuatro y cinco de la citada ley que a letra establecen lo siguiente:

**"Artículo 2.- ...**

Las sociedades no inscritas en el Registro Público de Comercio que se hayan exteriorizado como tales frente a terceros, consten o no en escritura pública, tendrán personalidad jurídica.

Las relaciones internas de las sociedades irregulares se regirán por el contrato social respectivo y en su defecto, por las disposiciones generales y por las especiales de esta ley, según la clase de sociedades de que se trate.

Los que realicen actos jurídicos como representantes o mandatarios de una sociedad irregular, responderán del cumplimiento de los mismos frente a terceros, subsidiaria, solidaria e ilimitadamente, sin perjuicio de responsabilidad penal en que hubieren incurrido, cuando los terceros resultaren perjudicados."

Una vez analizada la personalidad de las sociedades mercantiles se puede concluir que dicha personalidad se la otorga la Ley General de Sociedades

Mercantiles, teniendo el carácter de regular cuando estas cumplan con la inscripción en el Registro Público de Comercio o en su defecto cuando las sociedades irregulares se exterioricen frente a terceros como tales.

## 2.4. CONCEPTO DE CONTRATO

No es fácil dar una definición concisa a los llamados "Contratos Civiles", en virtud de lo mucho que se podría decir de ellos, pues algunos dirían de una forma sencilla "el Contrato es el consentimiento de dos más personas sobre la misma cosa" sin embargo, tomando en cuenta las palabras de Miguel Ángel Zamora, en el prólogo de su obra *Contratos Civiles*<sup>22</sup>, se podría decir que "Los contratos civiles son la actualización y la puesta en práctica vigorizante y efectiva de los principios de la libertad individual y de la propiedad privada". El ejercicio efectivo de esos dos principios que la Constitución Política consagra en sus primeros veintinueve artículos como garantías individuales o derechos públicos subjetivos, se hace cotidianamente a través de la utilización de los contratos civiles. El contrato es el medio más ágil y efectivo para constatar la existencia de esos valores de libertad y propiedad, y además, es el medio más seguro, serio y usual para lograr la satisfacción de la mayor parte de las necesidades domésticas y cotidianas.

<sup>22</sup> Zamora y Valencia, Miguel Ángel. "Contratos Civiles". Edit. Porrúa, México, 2000, pp. 9, 10.

Como las ideologías, las posturas y las instituciones nacionales cambian y se amoldan a las actuales necesidades, los contratos también lo hacen no porque los juristas y maestros les proporcionen ese impulso de cambio, sino porque la vida y las circunstancias así lo requieren y porque, podría válidamente decirse, que es el cambio de la actividad contractual cotidiana, uno de los estímulos para el desarrollo de las ideas. Así, no se sabe que es primero o cual es la causa y cual el efecto, si las circunstancias que repercuten en la actividad contractual, o la actividad contractual que repercute sobre las circunstancias que originan el cambio y el progreso de los pueblos.

Los contratos civiles son factor de cambio social, son parte de ese cambio, están integrados a él y juntos marcan el rumbo de las colectividades. El hombre y la colectividad, se desarrolla dentro de una maraña contractual; las relaciones sociales están entrelazadas en el universo con la actividad contractual. Se nace con la ayuda de profesionales que prestan sus servicios como una consecuencia de actividad contractual; se vive aprovechándose cotidianamente del contrato y se muere con frecuencia con un contrato al lado. La figura del contrato permite satisfacer toda clase de necesidades, tanto meramente materiales, como espirituales y culturales. Es un medio para lograr la movilidad social tanto vertical como horizontal y la doctrina contractual permite una mejor comprensión de los problemas políticos y económicos.

Los contratos civiles no sólo no están en decadencia, sino que por el contrario, su doctrina, y su utilización se fortalecen día a día y acordes con las

nuevas necesidades sociales, se ponen al servicio de la población moldeándose y ajustándose según lo requieren las circunstancias actuales.

No es posible comprender ni imaginar una sociedad moderna que no viva dentro de un gran marco contractual. Si en un momento dado nadie celebrara un contrato civil, se haría un caos más impactante que el que produjo la multiplicación de las lenguas; y si un día, no se cumpliera ninguna obligación emanada de los contratos civiles, el daño social sería peor que la explosión de una bomba de neutrones. Los alimentos, la vivienda, los medicamentos y la mayor parte de los servicios calificados, se proporcionan a los consumidores a través de los contratos civiles.

Por otra parte, el Derecho Civil provee de los conceptos y los mecanismos fundamentales a las demás ramas del derecho. En el derecho civil se encuentra reglamentado el derecho de propiedad que regulan y manejan muchos ordenamientos como la Ley de inversión Extranjera, la Ley de Expropiación, la Ley de Asentamientos Humanos, etc. El derecho civil estudia y reglamenta los atributos de las personas físicas y morales y estructura a la familia, conceptos que se utilizan en todos los demás ordenamientos jurídicos. Y precisamente, en el campo contractual, es en donde cobran vida y vigor todos estos conceptos. La mayor parte de las obligaciones se generan a través del contrato.

Asimismo, el Código Civil para el Distrito Federal no hace una precisión exacta respecto a que debemos entender por contrato, más bien en su

artículo 1793, menciona a los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos, toman el nombre de contratos. En base a esto podríamos decir que los contratos son una segunda fuente de obligaciones, es un acuerdo de dos o más personas para crear y transmitir derechos y obligaciones.

### **CONTRATO MERCANTIL.**

Una vez que una parte de la definición de contratos es posible entender que son los contratos mercantiles, así pues definimos a los contratos como una fuente importante de obligaciones que crea, transfiere y modifica las obligaciones, propiamente dicho según explica Efraín Moto Salazar "los contratos son una especie dentro del género de los convenios."<sup>23</sup> Hay que señalar que los contratos como fuente de obligaciones hacen eso precisamente, obligar a las partes contrayentes a contratar sin embargo, según advierte Oscar Vázquez del Mercado, "No hay un concepto de obligación mercantil distinto del de obligación civil"<sup>24</sup> no obstante también señala que las obligaciones civiles tienen un carácter estático, de tranquilidad, mientras que las obligaciones mercantiles son de un perfecto movimiento. Aquí es cuando podemos hablar de los contratos del tipo mercantil, pues en cierta forma estos contratos tienen todas las características de los demás contratos, con la sutil diferencia de que estos son celebrados por

<sup>23</sup> Moto Salazar, Efraín. "Elementos de Derecho", 45ª ed., Edit. Porrúa, S.A., México, 2000. p. 25.

<sup>24</sup> Vázquez del Mercado, Oscar. "Contratos Mercantiles", Edit. Porrúa, S.A., México, 2000. pp. 149,150,151.

personas que se reputan en derecho el nombre de "Comerciantes" según se estipula en el artículo tercero del código de comercio y por consiguiente llevan a cabo "actos mercantiles"

Las normas del derecho mercantil cambian en parte a las de derecho común, para adaptarse a las exigencias de la actividad mercantil, sin embargo, no existe un sistema de derecho de las obligaciones mercantiles distinto del de las obligaciones civiles.

Existen solamente normas relativas a las obligaciones mercantiles, o normas relativas a algunas de ellas, las cuales modifican o completan las normas de carácter civil sobre obligaciones. Estas últimas también se aplican al carácter mercantil, si la materia no esta reglamentada de manera especial por las leyes comerciales o por los usos mercantiles.

Como las normas que disciplinan las obligaciones mercantiles no se diferencian de las normas relativas a los contratos, en nuestro Código de comercio no hay separación entre disposiciones sobre las obligaciones y sobre el contrato o convenio.

Como se había mencionado anteriormente, en los contratos mercantiles se aplican las mismas normas generales de la materia civil, al grado de señalarse en el artículo 81 que a la letra establece:

“Con las modificaciones y restricciones de este código, serán aplicables a los actos mercantiles las disposiciones de derecho civil la capacidad de los contrayentes y de las excepciones y causas que rescinden o invalidan los contratos.”

Es necesario señalar que dispone el Código de Comercio respecto a los Contratos Mercantiles, pues en su capítulo segundo nos habla de los elementos que revistan a este tipo de contrato como es la licitud en los contratos, cosa que no difiere de los contratos civiles, y se señala que no obstante recaigan sobre operaciones de comercio. Por otra parte en el art. 78 del Código de Comercio, se señala que “en las convenciones mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca quiso obligarse, sin que la validez del acto comercial dependa de la observancia de formalidades o requisitos”, también cabe señalar que en el artículo que le precede menciona las excepciones a esta regla y esto es el caso de los contratos que requieren cierta solemnidad o formas necesarias para su eficacia, al igual que los contratos celebrados en el extranjero.

Es importante señalar que el propio Código de Comercio en su artículo 81, habla respecto a la aplicabilidad de las disposiciones del derecho civil respecto a la capacidad de los contrayentes y de las excepciones y causas que rescinden o invalidan los contratos.

También nos habla de los términos y se señala que las obligaciones y respecto a esto se dispone que las obligaciones cuando no tuvieran un término prefijado por las partes o por las disposiciones del Código, serán exigibles a los diez días después de contraídas, si solo produjeren acción ordinaria o al día inmediato si llevaran aparejada ejecución.

También son señaladas las reglas para que surtan efectos las obligaciones a causa de la morosidad, de igual forma se señala el lugar del cumplimiento del contrato, al igual que la cláusula penal en caso de que la obligación se lleve a cabo.

En virtud de lo anterior se puede decir que como tales, los contratos mercantiles no figuran dentro de nuestro derecho como un tipo diferente, es más, podría decirse de ellos que son "una fuente de obligaciones de carácter mercantil con apego a la ley mercantil y complementado por la civil".

## **2.5. CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

"En términos generales comercio electrónico es la posibilidad de realizar transacciones comerciales empleando medios electrónicos (actualmente traducidos como Internet)"<sup>25</sup> La venta en el comercio electrónico se realiza de la

<sup>25</sup> [www.info@sopde.es](http://www.info@sopde.es)

misma forma en que se ha desarrollado la venta a través de los tiempos: hay un cliente que necesita un producto ó servicio y un proveedor que lo proporciona; este último informa sobre todas las condiciones de su oferta y el cliente decide si la misma cubre sus necesidades.

El comercio electrónico tiene múltiples variantes, desde la simple presencia de un catálogo de productos hasta la entrega de la mercancía al consumidor final, puede o no tener interacción con inventarios y sistemas contables administrativos o bien, contar con la posibilidad de que el propio comprador personalice la información que recibe o el producto mismo, de esta manera aparecen en número creciente de formas de realizar las transacciones comerciales, y se caracterizan por su evolución a una mayor complejidad de los modelos y a una mayor integración de tareas.

Los modelos más conocidos son las tiendas virtuales (el comerciante lleva el control total de todas las operaciones y catálogos) la plaza comercial (varias tiendas aparecen en un dominio común compartiendo infraestructuras y gastos).

Sin embargo, existen también modelos de mayor complejidad, como los dedicados a licitaciones, subastas y plataformas de colaboración, o bien, los que tienen contemplado un programa de atención al cliente y actualización automática de inventarios.

Comercio electrónico también sería entonces cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio contacto físico directo. Sin embargo esta definición difícilmente capta el espíritu del comercio electrónico, que en la práctica puede verse más bien como uno de esos casos en los que las necesidades de cambio y las nuevas tecnologías se unen para revolucionar la forma en que se llevan a cabo los negocios.

## **2.6. PROCESO.**

El comercio electrónico implica la conjunción del mundo físico con el virtual, se puede hablar de varios tipos de comercio electrónico. El primero de ellos hace referencia a que todo el proceso (selección del producto, pago y entrega) se realiza en línea, esto únicamente es posible con mercancías que por su naturaleza pueden ser transmitidas por Internet (como información, un curso de datos estadísticos). El segundo tipo se establece con productos que necesariamente deben hacerse llegar físicamente al consumidor (como la ropa, un aparato electrónico o alimentos).

## 2.7. VENTAJAS.

Cualquier forma de comercio electrónico pone a disposición del usuario (sea comprador o vendedor) lo más vanguardista de la tecnología para garantizarle ventajas competitivas.

La comercialización en México tradicionalmente se efectúa mediante una gran cadena de intermediarios en los que, la comunicación entre productor y consumidor se pierde. El comercio electrónico, al permitir una comunicación directa entre ambos genera las siguientes ventajas:

Consumidor	Ambos	Vendedor
No hay intermediarios, por lo que los productos llegarán directamente del productor al comprador.	Rapidez	No hay intermediarios, los productos llegan directamente al cliente.
Puede elegir los productos (sean bienes o servicios) independientemente del lugar que estos provengan; de esta manera contará con mayores alternativas para tomar una	Cobertura global	Puede colocar sus productos en cualquier región geográfica, con la garantía que siempre estarán a disposición de los clientes los modelos más

sabia decisión.		recientes.
Al tener comunicación directa con el proveedor garantiza que los productos son lo que usted espera de ellos, abriendo la posibilidad de adecuación de productos y asegurando que las dudas que le surjan puedan ser resueltas de manera clara y pronta.	Personalización	Al tener trato directo con el mercado (intercambio de información en tiempo real) podrá determinar fácilmente la aceptación que su producto tiene, permitiéndole realizar ajustes que garanticen su venta. Asimismo, la posibilidad de detectar nichos e incrementar las ventas.
Los catálogos y especificaciones de productos serán los más actuales, garantizando información precisa y existencias de productos.	Actualidad	Podrá ofrecer información actualizada y ampliada, mantener catálogo de existencia al día y controlar la información que se difunde de sus productos.
Pagará el precio justo por los productos, no la publicidad de los mismos no las ganancias de múltiples intermediarios.	Mejor precio	Al reducir sus costos de operación (necesidad de catálogos impresos, distribución de ellos y demás

		gastos inherentes a la publicidad y colocación de productos) sus gastos disminuirán drásticamente, lo cual le permitirán ofrecer mejores precios y aumentar sus ganancias.
Posibilidad de reunir todos los elementos para tomar una buena decisión (información del producto, y posibilidad de clasificarlo); viabilidad de realizar una compra directa.	Facilidad	Al contar con una solución de comercio electrónico articulada el control de inventarios, facturación y demás tareas administrativas se realizarán de forma automática.

## 2.8. SEGURIDAD.

La seguridad es un punto medular para el comercio electrónico. Por un lado ambas partes (consumidor y proveedor) deben estar seguros de que el otro es quien dice ser, pues de lo contrario, en el momento de un desacuerdo no sabrán con quién deban solucionarlo

El cliente requiere que se le garantice que su información personal no será difundida ni empleada por terceros, esto queda más claro si pensamos en el caso de pago con tarjeta de crédito: ni el NIP, nombre, dirección, límite de crédito o número de tarjeta deberá ser compartido o interceptado.

Además, necesita garantía de que el producto que se le ofrece es igual al que se le entrega, y que de lo contrario, contará con los instrumentos o instancias jurídicas para hacer valer sus derechos.

El vendedor necesita tener la certeza de que independientemente de la forma de pago se le entregará la cantidad acordada por la mercancía, y que si no sucediera, también tendrá los instrumentos y mecanismos para hacer valer sus derechos.

Puesto que los datos que se transmiten por internet son susceptibles de ser "capturados" por terceras personas que podrían hacer mal uso de ellos, Netscape Communications Corporation desarrolló un mecanismo, ssl (secure sockets layer), mediante el cuál la información es sometida a operaciones matemáticas especializadas que la hacen ilegible a simple vista (cifrado).

Para cada transacción se genera un "paquete de fórmulas matemáticas" que únicamente son manejadas por el emisor y el receptor; por esto, ssl es ampliamente recomendado para operaciones en las que únicamente intervienen dos partes.

## **CAPÍTULO TERCERO LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

### **3.1. LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Resulta importante distinguir que dentro del sistema normativo mexicano, no existe propiamente un solo ordenamiento que regule la materia del Derecho Informático, toda vez que las actividades inherentes a esta disciplina se encuentran contenidos en una diversidad de ordenamientos, los cuales requieren ser interpretados para que se adecuen y apliquen a los hechos y actividades que se generan en esta materia.

Así entonces, no es de extrañarnos que el comercio electrónico que se realiza diariamente por millones de personas en el mundo a través del uso del internet, se regule por una pluralidad de preceptos y leyes diferentes, cuando en nuestra opinión, deberían consagrarse en una reglamentación única, en razón del enorme crecimiento e importancia que ha adquirido este medio de comunicación.

De lo anteriormente expuesto, resulta válido manifestar que las normatividades que consideramos hacen alguna alusión al comercio electrónico, ya sea en forma expresa o de manera presuntiva son las siguientes a saber:

En primer término, el artículo 28 de la **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos** establece que la ley castigará toda concentración o

acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; asimismo, se sancionará todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados; de igual manera, establece que las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

Por su parte, la **Ley Federal de Protección al Consumidor** establece como principios básicos de las relaciones de consumo, la protección a la vida, a la salud y a la seguridad del consumidor; la educación y divulgación sobre el consumo que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones; la información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios; la prevención efectiva y reparación de los daños patrimoniales y morales, individuales y colectivos, garantizando la protección jurídica, administrativa y técnica a los consumidores; otorgamiento de facilidades a los consumidores para la defensa de sus derechos y la protección contra la publicidad engañosa y abusiva.

Asimismo, en su artículo 20 señala que la Procuraduría Federal del Consumidor, es un organismo público descentralizado de servicio social con personalidad y patrimonio propio, encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y promover la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Por otra parte, la **Ley Federal sobre Metrología y Normalización** tiene por objeto entre otros fomentar la transparencia y eficiencia en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas; establecer un procedimiento uniforme para la elaboración de normas oficiales mexicanas por las dependencias de la administración pública federal; promover la concurrencia de los sectores público, privado, científico y de consumidores en la elaboración y observancia de normas oficiales mexicanas y normas mexicanas; coordinar las actividades de normalización, certificación, verificación y laboratorios de prueba de las dependencias de administración pública federal; establecer el sistema nacional de acreditamiento de organismos de normalización y de certificación, unidades de verificación y de laboratorios de prueba y de calibración; y en general, divulgar las acciones de normalización y demás actividades relacionadas con la materia.

A su vez, el numeral 253 del **Código Penal Federal** establece como actos u omisiones que afectan gravemente al consumo nacional y se sancionarán con prisión de tres a diez años y con doscientos a mil días multa,

los siguientes:

"I.- Los relacionados con artículos de consumo necesario o generalizado o con las materias primas necesarias para elaborarlos, así como con las materias primas esenciales para la actividad de la industria nacional, que consistan en el acaparamiento, ocultación o injustificada negativa para su venta, con el objeto de obtener un alza en los precios o afectar el abasto a los consumidores; todo acto que evite la libre concurrencia en la producción o en el comercio, la limitación de la producción o el manejo que se haga de la misma, con el propósito de mantener las mercancías en injusto precio; todo acuerdo que se haga de productores, industriales, comerciantes o transportistas, para evitar la competencia entre sí y traiga como consecuencia que los consumidores paguen precios exagerados; la suspensión de la producción, procesamiento, distribución, oferta o venta de mercancías o de la prestación de servicios, que efectúen los industriales, comerciantes, productores, empresarios o prestadores de servicios, con el objeto de obtener un alza en los precios o se afecte el abasto de los consumidores; la venta con inmoderado lucro, por los productores, distribuidores o comerciantes en general; impedir la generación, conducción, transformación, distribución o venta de energía eléctrica de servicio público; interrumpir o interferir intencionalmente la producción, o el servicio de almacenamiento o distribución de gas natural, artificial o licuado de petróleo.

II.- Envasar o empaclar las mercancías destinadas para la venta, en cantidad inferior a la indicada como contenido neto y fuera de la respectiva tolerancia o sin indicar en los envases o empaques el precio máximo oficial de venta al público, cuando se tenga la obligación de hacerlo.

III.- Entregar dolosa y repetidamente, cuando la medición se haga en el momento de la transacción, mercancías en cantidades menores a las convenidas.

IV- Alterar o reducir por cualquier medio las propiedades que las mercancías o productos debieran tener.

V. ..."

**El Código Federal de Procedimientos Civiles**, ordenamiento que se aplica de manera supletoria de conformidad con el artículo 138 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, establece que si se ofrecen pruebas que ameriten desahogo en el recurso de revisión, se concederá al interesado un plazo no menor de ocho ni mayor de treinta días para tal efecto. La autoridad podrá allegarse de los elementos de convicción que considere necesarios.

También la **Ley Federal de Procedimiento Administrativo**, resulta ser una norma de aplicación supletoria a la Ley Federal de Protección al Consumidor, y establece que en cuanto a los procedimientos seguidos ante ella, con excepción de los de conciliación y arbitraje, y en lo que hace al recurso de revisión su aplicación es total.

Por su parte, el **Código de Comercio** se aplicará supletoriamente a falta de disposición en dicha norma, el ordenamiento procesal civil local aplicable, lo anterior de conformidad con el artículo 120 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el que se manifiesta que en el juicio arbitral por estricto derecho, las partes formularán compromiso en el que se fijen las reglas del procedimiento que convencionalmente establezcan.

En tanto el **Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal** en sus artículos 444, 500 y 504 en los cuales se establecen que los convenios celebrados ante la Procuraduría Federal del Consumidor, los laudos que emita la propia Procuraduría motivarán ejecución, si el interesado no intentare la vía de apremio; procede la vía de apremio a instancia de parte, siempre que se trate de la ejecución de una sentencia o de un convenio celebrado en el juicio, ya sea por las partes o por terceros que hayan venido al juicio por cualquier motivo que sea, siendo esta disposición aplicable en la ejecución de convenios celebrados ante la Procuraduría y de laudos emitidos por ésta, así como que la ejecución de las sentencias arbitrales, de los convenios celebrados ante la Procuraduría y de los laudos dictados por ésta, se hará por el juez competente designado por las partes o, en su defecto, por el juez del lugar del juicio.

A su vez, el **Reglamento del artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor** tiene por objeto regular la inscripción y actuación de los árbitros independientes previstos por el artículo 122 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, correspondiéndole esta obligación a la Secretaría de Economía así como su aplicación y vigilancia.

De lo anteriormente expuesto, podemos considerar que resulta necesaria una legislación expresa sobre la materia que analizamos, toda vez que el fenómeno de crecimiento que ésta ha tenido en las últimas dos décadas, consideramos ha rebasado totalmente el régimen legal aplicable.

Por consiguiente, debido a la inexistencia de un ordenamiento referente sobre la temática en estudio, tenemos que su regulación en una sola norma no resulta una tarea sencilla, ya que su naturaleza jurídica y sus alcances, no solo abarcan el ámbito nacional, sino también el internacional, por tanto, los lineamientos jurídicos que se vinieran a implantar, tendrían que adecuarse a otras normatividades internacionales.

### **3.2. HISTORIA DE LA LEGISLACIÓN EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Tal y como lo mencionamos en el capítulo primero de este trabajo de investigación, el uso del internet es reciente, "... ya que fue creado a partir de un proyecto del departamento de defensa de los Estados Unidos llamado DARPANET (Defense Advanced Research Project Network) iniciado en 1969 y cuyo propósito principal era la investigación y desarrollo de protocolos de comunicación para redes de área amplia para ligar redes de transmisión de paquetes de diferentes tipos, capaces de resistir las condiciones de operación mas

difíciles y continuar funcionando aún con la pérdida de una parte de la red (por ejemplo en caso de guerra)<sup>26</sup>

Asimismo, tenemos que el conocimiento que durante el desarrollo de este protocolo incrementó notablemente el número de redes locales de agencias gubernamentales y de universidades que participaban en el proyecto, dando origen así a la red de redes más grande del mundo; las funciones militares se separaron y se permitió el acceso a la red a todo aquel que lo requiriera sin importar de que país provenía la solicitud siempre y cuando fuera para fines académicos o de investigación (y por supuesto que pagara sus propios gastos de conexión). Los usuarios pronto encontraron que la información que había en la red era por demás útil y si cada quien aportaba algo se enriquecería aún más el acervo de información existente. Después de que las funciones militares de la red se separaron en una subred de Internet, la tarea de coordinar el desarrollo de la red recayó en varios grupos, uno de ellos la National Science Foundation fue el que promovió el uso de la red, ya que se encargó de conectar cinco centros de supercómputo en todo Estados Unidos que podían ser accesados desde cualquier nodo de la red.

La comercialización de Internet llevaba acarreada no sólo el desarrollo de servicios de red privados y competitivos sino también el de productos

<sup>26</sup> Información recopilada del internet, dirección [www.ati.es/DOCS/internet/histint.com](http://www.ati.es/DOCS/internet/histint.com), pp 1-2

comerciales que implementen la tecnología Internet. A principios de los años 80 docenas de fabricantes incorporaron TCP/IP a sus productos debido a la aproximación de sus clientes a esta tecnología de redes. Desafortunadamente, carecían de información fiable sobre cómo funcionaba esta tecnología y cómo pensaban utilizarla sus clientes. Muchos lo enfocaron como la incorporación de funcionalidades que se añadían a sus propios sistemas de red: SNA, DECNet, Netware, NetBios. El Departamento de Defensa norteamericano hizo obligatorio el uso de TCP/IP en buena parte de sus adquisiciones de software pero dio pocas indicaciones a los suministradores sobre cómo desarrollar productos TCP/IP realmente útiles.

En 1985, reconociendo la falta de información y formación adecuadas, Dan Lynch, en cooperación con el IAB, organizó una reunión de tres días para todos los fabricantes que quisieran saber cómo trabajaba TCP/IP y qué es lo que aún no era capaz de hacer. Los ponentes pertenecían fundamentalmente a la comunidad investigadora de DARPA que había desarrollado los protocolos y los utilizaba en su trabajo diario. Alrededor de 250 fabricantes acudieron a escuchar a unos 50 inventores y experimentadores. Los resultados fueron una sorpresa para ambas partes: los fabricantes descubrieron con asombro que los inventores estaban abiertos a sugerencias sobre cómo funcionaban los sistemas (y sobre qué era lo que aún no eran capaces de hacer) y los inventores recibieron con agrado información sobre nuevos problemas que no conocían, pero que habían encontrado los fabricantes en el desarrollo y operación de nuevos productos. Así, quedó establecido un diálogo que ha durado más de una década.

Después de dos años de conferencias, cursos, reuniones de diseño y congresos, se organizó un acontecimiento especial para que los fabricantes cuyos productos funcionaran correctamente bajo TCP/IP pudieran mostrarlos conjuntamente durante tres días y demostraran lo bien que podían trabajar y correr en Internet.

En los últimos años hemos vivido una nueva fase en la comercialización. Originalmente, los esfuerzos invertidos en esta tarea consistían fundamentalmente en fabricantes que ofrecían productos básicos para trabajar en la red y proveedores de servicio que ofrecían conectividad y servicios básicos. Internet ha acabado por convertirse en una "commodity", un servicio de disponibilidad generalizada para usuarios finales, y buena parte de la atención se ha centrado en el uso de la GII (*Global Information Infrastructure*) para el soporte de servicios comerciales. Este hecho se ha acelerado tremendamente por la rápida y amplia adopción de visualizadores y de la tecnología del World Wide Web, permitiendo a los usuarios acceder fácilmente a información distribuida a través del mundo. Están disponibles productos que facilitan el acceso a esta información y buena parte de los últimos desarrollos tecnológicos están dirigidos a obtener servicios de información cada vez más sofisticados sobre comunicaciones de datos básicas de Internet.

Sin embargo, el uso masivo del internet y el conocimiento de los servicios que se prestaban a través de esta vía, no se conocieron en nuestro país

hasta inicios de la década de los años noventa, por tal razón el ámbito histórico de su legislación es prácticamente nulo.

La incipiente historia de la legislación mexicana en lo referente al comercio electrónico comienza con algunos proyectos de investigación, que estuvieron a cargo de varios organismos nacionales sobre la materia, tales como:

a) Grupo GILCE Interinstitucional.- Dedicado a promover la Legislación sobre el Comercio Electrónico.

b) Sector Privado Annm, Amece, Amitit, Cecoban, IBM.

c) Sector Público: SECOFI, SER Asesor Jurídico del Comité Mexicano del Comercio Electrónico.<sup>27</sup>

No obstante, podemos resumir los aspectos históricos de la legislación mexicana relativos al uso del internet, circunscribiéndolos prácticamente en los siguientes aspectos:

a) **Acuerdo ministerial del 8 de octubre de 1984 (Secretaría de Educación Pública).**- Este ordenamiento hace alusión a la obligación de inscribir

<sup>27</sup> Legislación Mexicana en Materia Comercio Electrónico, [www.amanece.com.mx](http://www.amanece.com.mx).

los programas de computación en el Registro Público del Derecho de Autor, para evitar la violación de los derechos en mención por parte de terceros.

Asimismo, agregaba que los solicitantes para inscribir sus programas debían cumplir con una serie de requisitos, tales como: la presentación de las primeras y últimas diez hojas que correspondan al programa fuente, acompañar una breve explicación del contenido del programa y presentar los ejemplares del programa en mención conteniéndolos en cualquier tipo de soporte material.

b) **Ley Federal de Derechos de Autor.**- Esta normatividad fue promulgada el 29 de diciembre de 1956, y su última reforma se dio el 17 de julio de 1991, en el cual se incluyeron entre otros aspectos: "... el desarrollo de la informática y de los programas de computación, como expresión de ésta, ya que constituye un factor de primera magnitud para la modernización del país, por lo cual es indispensable otorgar a los autores la adecuada protección de sus derechos como creadores, además de incorporar en la Ley, para el mejor cumplimiento de las obligaciones derivadas de los tratados y convenios internacionales, las recomendaciones que respecto a esta rama intelectual se han formulado en el seno de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual".<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Téllez Valdés, Julio "Derecho Informático", Edit Mc Graw Hill, México, 2ª ed , 1996, p 275

De las anteriores anotaciones, podemos nuevamente advertir que la conformación de un verdadero Derecho Informático nacional es sumamente complicado, toda vez que observamos un desconocimiento por parte de nuestros legisladores, así como de la población en general sobre este tipo de asuntos. Por tanto, de una minuciosa revisión que realizamos sobre el cuerpo normativo vigente en nuestro país, no encontramos ley alguna que manifieste expresamente lineamientos inherentes a todo el universo teórico y práctico de la computación, y es por ello, que para cuestiones tales como el comercio que se realiza a través del internet, tengamos que realizar complicadas interpretaciones sobre diversas leyes. Así entonces, nuevamente volvemos a insistir sobre la imperiosa necesidad de legislar en este ámbito, lo anterior se debe a que el medio de comunicación en comento ha adquirido una dimensión de considerable importancia, que hace ver plenamente rebasado y obsoleto a nuestro derecho positivo.

### **3.3. ASPECTOS BÁSICOS QUE GARANTIZA LA LEGISLACIÓN APLICABLE EN LAS OPERACIONES COMERCIALES QUE SE REALIZAN A TRAVÉS DEL INTERNET.**

En el contenido del inciso 3.1. relativo a la legislación nacional aplicable al comercio electrónico, mencionamos que esta se encuentra estructurada de manera muy disgregada, en razón de la existencia de una pluralidad de ordenamientos aplicables al caso, por tanto, tenemos que no es un

ordenamiento legal el que establece los aspectos básicos que deben observar las compañías proveedoras, así como los particulares, que realicen actividades de comercio electrónico. sino que es la Procuraduría Federal del Consumidor quien establece los siguientes parámetros de conducta a seguir:

En principio de cuentas, "el comprador debe contar con una comunicación pronta, fácil y efectiva con la empresa. La cual debe ser apropiada y efectiva en la solución de controversias. Además, debe contar con un servicio de proceso legal, tener especificado su domicilio y el nombre particular de sus directivos o representantes legales que hubieran sido designados por sus estatutos o por disposición de la ley. Cuando una empresa publicite su pertenencia a algún esquema relevante de autorregulación, asociación de empresarios, organismo de solución de controversias o algún órgano de certificación; la empresa deberá suministrar al consumidor detalles adecuados para hacer contacto con ellos, así como un procedimiento sencillo para verificar dicha membresía y tener acceso a los principales estatutos y prácticas del órgano de certificación o afiliación correspondiente.

Las empresas dedicadas al comercio electrónico, deberán proporcionar información exacta y de fácil acceso que describa los bienes o servicios que ofrecen; suficiente para que el consumidor sea capaz de tomar una decisión informada, en caso de celebrar una transacción y, en términos que le resulte posible mantener un registro adecuado de dicha información.

La información suministrada deberá ser clara, precisa y accesible de tal forma que le dé a los consumidores la oportunidad de su revisión, antes de celebrar la transacción. Cuando se involucre más de un idioma para llevar a cabo una transacción, las empresas deberán poner a disposición del consumidor la información necesaria en dichos idiomas, a fin de que éstos tomen una decisión adecuada acerca de la transacción".<sup>29</sup>

De lo anteriormente transcrito, consideramos que los aspectos primordiales que se enuncian en la Ley Federal de Protección al Consumidor, relativas al comercio electrónico, pretenden sobre todo dar una certidumbre sobre éstas operaciones que se realizan a través del internet, y que podemos resumir sucintamente de la siguiente manera:

**a) La atribución de la persona**, que se refiere a que se debe tener la certeza de los sujetos quienes dicen ser, tanto los compradores como los vendedores.

**b) La integridad**.-Que se refiere a la no alterabilidad del acuerdo de voluntades entre los sujetos contratantes; ante lo cual, lo más importante es

<sup>29</sup> Información recopilada del internet, dirección: [www.profeco.com.gob](http://www.profeco.com.gob), p. 1-2.

salvaguardar los derechos de los consumidores y respecto a esto, se considera que toda la información que por vía internet se proporcione al proveedor no podrá ser compartida con alguien ajeno a la transacción, al menos que así lo autorice el proveedor, por lo tanto, se deben instrumentar los mecanismos legales conducentes que garanticen la seguridad y confidencialidad de la información e informarlo antes de la celebración de la operación comercial.

**c) La acreditación fehaciente de la empresa oferente.-** Lo cual debe ser un requisito primordial que debe hacer el proveedor, antes de celebrar la operación comercial, debiéndose incluir el domicilio físico, los números telefónicos y demás medios que permitan al cliente acudir en caso de una reclamación o aclaración.

**d) Disminuir las prácticas engañosas.-** Es decir que la información que se presente en cuanto a las características y capacidades del producto ofertado deben ser fidedignas; además de la transacción comercial se deben dar a conocer los términos, condiciones, costos, cargos adicionales y formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor. La decisión en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que se desean recibir, así como la de recibir avisos comerciales es del consumidor, y por tanto todo proveedor requiere del consentimiento para hacer llegar sus productos al destino que los haya requerido.

**e) Autenticación y seguridad.**- Éstos aspectos son fundamentales para asegurar al público que sus transacciones en el comercio electrónico se hacen en un ambiente libre de ataques ilegales o infracciones. Las tecnologías eficaces de codificación impulsadas por el mercado son indispensables, así como el mínimo de estructuras jurídicas, pero las necesarias para certificar la autenticidad de las firmas digitales. Además, se debe establecer una estructura legal para castigar a los que cometen faltas de honradez. Ya que el sector privado es el líder en el terreno de criptografía, es necesario que el sector privado y los gobiernos se asocien para crear las estructuras necesarias que aseguren la confianza y autenticidad necesarias para evitar las actividades delictivas. Ya que los usuarios tienden a desconfiar de los controles de gobierno sobre la criptografía, por tanto las autoridades deberán dedicarse a levantar todos los controles sobre tecnologías y aplicaciones criptográficas, y deberán cooperar con empresas para facilitar el intercambio seguro de información a nivel internacional.

Por otra parte, debemos incluir que los proveedores también tienen derechos para recibir las ganancias respectivas por sus servicios o productos en dinero u otro medio de pago al igual que recibirlos con los plazos y modalidades pactadas.

Y así como ambas partes tienen derechos, también tendrán obligaciones, que nacerán de la actividad contractual. A este respecto, tenemos que los contratos que contengan lineamientos informáticos, tienen la misma validez

jurídica que cualquier otro contrato, y en los cuales el consumidor siempre recibirá la información clara, veraz y suficiente para realizar su compra.

Por tanto, no hay que olvidar que en el universo del internet, en el cual se realizan un sinnúmero de contratos, que a pesar de que se manifiesten en el denominado mundo virtual, también tienen sus efectos en el mundo físico, y por lo tanto poseen elementos especiales de validez, que se advierten en todos los contratos civiles y mercantiles.

#### **3.4. ORGANISMOS ENCARGADOS DE PROMOVER LA LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN NUESTRO PAÍS.**

En los años recientes, la utilización de alta tecnología de información (telecomunicaciones, redes de computadoras, Internet, etc.) se incorpora en la esfera económica y comercial que ha venido generando un incremento "espontáneo" y exponencial de su dimensión, que lleva aparejada la necesidad de regularle a fin de proporcionar certeza jurídica a la sociedad.

La evolución previsible del fenómeno del comercio electrónico, indica que su dinámica actual tiende a incrementarse, como ejemplo, se espera que para el año 2003 haya aproximadamente siete millones de usuarios cotidianos de internet en nuestro país, en proporción a los 2 millones que existen actualmente.

Ante este escenario, un grupo de organizaciones representativas de sectores, tanto del privado como del público, unieron esfuerzos para impulsar la creación de un marco jurídico sobre el comercio electrónico, debido al auge que este ha tenido en los últimos diez años.

Para lograr tal fin, la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE), promueve activamente el uso de normas y sus beneficios para el desarrollo del comercio electrónico. Esta organización se encuentra respaldada, a su vez, por diversas organizaciones internacionales tales como la Uniform Code Council (UCC) de los Estados Unidos de Norteamérica y la International Article Numbering Association (EAN) de Inglaterra.

Asimismo, esta asociación civil promueve principalmente estándares como el código de barras o código de producto, los números de localización EAN e Intercambio electrónico de datos, denominado EDI. Esto gracias al trabajo que conjuntamente desarrolla mediante comités específicos, entre los que destacan el Comité de Identificación, integrado por grupos de trabajo comercial y el Catálogo Electrónico de Productos, encabezado por el señor Ramón Vélez de industrias vinícolas Pedro Domecq. El Comité EDI México tiene como objetivo establecer la administración de los estándares para el intercambio electrónico de datos, sobre la base de las necesidades de distintos sectores comerciales, industriales y de servicios.

Actualmente, la AMECE agrupa a poco más de 15 mil empresas en contraparte con las 27 que la fundaron hace ya casi catorce años, y según su filosofía "el papel principal que tiene es esencial para dar o recibir conocimientos especializados, práctica administrativa y promoción permanente de estándares para el comercio electrónico reconocidos y válidos universalmente a través de la coordinación y gestión de esta asociación como foro abierto de servicio multisectorial".<sup>30</sup>

Ante el acelerado desarrollo del comercio electrónico, en México como en muchas partes del mundo, se hace cada vez más necesario contar con un marco jurídico a nivel federal, para poder desarrollar la actividad comercial electrónica de forma segura y confiable y debido a ello, se integró el Grupo Impulsor de la Legislación del Comercio Electrónico (GILCE), con la participación de la Asociación de Banqueros de México (ABM), la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de la Información (AMITI), la Asociación Nacional del Notario Mexicano y la Cámara Nacional de la Industria Electrónica e Informática (CANIETI). Asimismo, se contó con la presidencia del Banco de México, la COFETEL, la Secretaría de Relaciones Exteriores y principalmente la SECOFI.

De manera conjunta, los integrantes del GILCE y miembros del cuerpo legislativo de diversos partidos políticos, trabajaron con la intención de que

<sup>30</sup> Lagarde Moguel, Humberto, Razón y palabra, [www.aece.com.mx](http://www.aece.com.mx).

se materializara una legislación sobre la materia en cuestión, esfuerzos que hasta el momento no han dado resultados materiales.

Sin embargo, el grupo GILCE sigue promoviendo la configuración de regulaciones relativas a la factura y firma electrónica, que permitirían el mejor uso de los recursos en una empresa (tiempo, capital, espacio físico, recurso humano, etc.) elevando la productividad, junto con ello, es necesario contar con una regulación específica para la protección de bases de datos, y así garantizar el buen uso de la información y la privacidad de las personas. La tecnología disponible, ya ofrece el marco de seguridad necesario en estas materias, tan sólo falta una ley que regule tal actividad.

Como todos los desarrollos que en materia de alta tecnología de información se hacen hoy día, las necesidad legal que tiene México en tal área, hace que se requiera contemplar los usos y prácticas internacionales, promovidos por la ONU y por la OCDE.

Por tanto, a manera de resumen los organismos que se han encargado por promover la aparición de una ley única que regule todo lo relativo a la informática, en especial el Comercio Electrónico en México, son:

GILCE: Grupo Interinstitucional para promover la Legislación sobre el Comercio

Electrónico.

Sector Privado: Annm, Amece, Amiti, Cecoban, IBM.

Sector Público: La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el Banco de México y la Secretaría de Relaciones Exteriores

## **CAPÍTULO CUARTO LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS.**

### **4.1. CONCEPTO DE CONTRATO ELECTRÓNICO.**

El surgimiento de nuevas necesidades económicas, producto de la globalización del uso de las nuevas tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, hace indispensable la creación de nuevas figuras contractuales y su adaptación a los derechos nacionales.

El derecho contractual mexicano es, esencialmente, consensual. Esto significa que no se requieren formalidades específicas para contratar, salvo que la ley así lo requiera. El artículo 1832 del Código Civil establece que "en los contratos civiles cada uno se obliga en la manera y términos que parezca que quiso obligarse, sin que para la validez del contrato se requieran formalidades determinadas, fuera de los casos expresamente designados por la ley". Esta disposición se apoya en el artículo 1796 del mismo ordenamiento legal, que dice: "Los contratos se perfeccionan, por el mero consentimiento, excepto aquellos que deban revestir una forma establecida por la ley. Desde que se perfeccionan obligan a los contratantes no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado sino, también, a las consecuencias que, según su naturaleza, son conforme a la buena fe, al uso o a la ley".

Es necesario precisar que se requiere una legislación que señale entre otras cosas, el consentimiento aplicado a contratos celebrados vía Internet, contemplado por el Código Civil para el Distrito Federal, también se habla del valor probatorio del mensaje de datos en base a ciertas reglas, pero, escuetamente los legisladores del Código de Comercio en su artículo 642 le dieron a los contratos celebrados vía Internet el calificativo de "contratos mercantiles" de igual forma la Ley Federal de Protección al Consumidor habla de la protección a los consumidores en su artículo 8º, y enuncia los derechos de éstos en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados.

No obstante a todo lo anterior, nuestra incipiente legislación respecto al comercio electrónico, omite dar una idea de un contrato electrónico, mucho menos nos da un concepto, por lo que partiendo de la idea que nos da el Código Civil para el Distrito Federal, podríamos decir que el contrato electrónico es aquel que produce y transfiere obligaciones llevadas a cabo en medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

#### **4.2. CARACTERÍSTICAS DE ESTOS CONTRATOS.**

Es necesario señalar que los contratos electrónicos no difieren mucho de los demás contratos contenidos en la legislación civil conducente, ya que también en éstos deben existir un objeto que sea posible, debe ser lícito el acuerdo de voluntades entre las partes, ya sea que se exprese a través de correo

electrónico o del World Wide Web mediante un consentimiento expreso o tácito. Como se había mencionado, en el sistema civil mexicano, el contrato, como fuente de las obligaciones, debe reunir dos elementos esenciales: consentimiento de las partes y objeto que pueda ser materia del contrato. Este último concepto se considera como la transmisión de derechos y obligaciones, es decir, es en un dar, en un hacer o en un no hacer. Se requiere que la cosa objeto de la obligación exista en la naturaleza, esté en el comercio y que sea determinada, pudiendo las cosas futuras ser objeto de la obligación, con excepción de la herencia de una persona viva. El objeto del acto jurídico del contrato es la creación y transferencia de derechos u obligaciones.

Asimismo, un contrato será válido si además de satisfacer lo anterior, cumple con estos otros elementos: capacidad de contratar de las partes, aceptación de contratar sin que haya existido vicio de voluntad entre ellas, el objeto del contrato deberá ser lícito y, por último, deberá tener la forma que las leyes establezcan para algunos contratos específicos (como la compra-venta de inmuebles, el matrimonio o el testamento).

La doctrina jurídica contempla dos conceptos que apoyan la postura de validez de los contratos informáticos la libertad de contratar y la libertad contractual. El primero se refiere a la facultad de poder celebrar o no un contrato y de elegir a la persona con la cual se va a contratar. El segundo se refiere a que las partes son libres de obligarse en cuanto a la forma y el contenido del contrato,

voluntad que debe declararse expresamente. Pues bien, a través de Internet se puede manifestar tanto la libertad de contratar como la libertad contractual.

Quien proponga un contrato a otra persona queda obligado a mantener su propuesta durante el plazo que fije el segundo para la aceptación. Entre presentes o a distancia, el contrato se perfecciona en el momento de la aceptación de la propuesta y se crea en el momento en que el proponente recibe la respuesta de aceptación. Cabe la posibilidad de que exista una aceptación modificando la respuesta, la cual perfeccionará el contrato si tal modificación es aceptada por la contraparte, a través de Internet o por vía telefónica.

En, los contratos por Internet, el uso de "firmas electrónicas", que no son sino una clave de identificación conocida sólo por los contratantes, se lleva a cabo cada vez con más frecuencia entre las diversas instituciones financieras, especialmente entre los bancos y sus clientes.

En cuanto a los pagos por la prestación de un servicio de información, por el envío e mercancías, etcétera, pueden hacerse a través de Internet mediante tarjetas de crédito, intermediarios electrónicos y dinero electrónico o transferencia bancaria. El uso de las tarjetas de crédito o débito es el procedimiento más común y probablemente una de las formas de pago más usadas, lo cual da lugar a problemas específicos relacionados con tiempos de acreditación de pago, o la insatisfacción del cliente el producto o servicio contratado, originando una necesidad de protección al consumidor.

Asimismo, resulta necesario establecer que los siguientes tipos de contratos tienen las siguientes características:

**A) Contratos por correo electrónico.**- "La mayor parte del comercio electrónico por Internet se realiza a través del correo electrónico, mediante una transmisión, puede emitirse una oferta haciéndole saber su aceptación. Es aquí cuando se perfecciona el contrato ya que las partes "en línea" pueden hacerse todo tipo de ofertas y las contrapartes aceptar, perfeccionándose desde ese momento el contrato".<sup>31</sup>

**B) Contratos a través del World Wide Web.**- Estos se constituyen como contratos de adhesión, lo cuales prescinden de cualquier discusión precontractual entre las partes y se reducen a la aceptación total por una de ellas de las condiciones propuestas unilateralmente por la otra.

En este sentido, y con fundamento en la Ley Federal de Protección al Consumidor, compete a la Procuraduría Federal del Consumidor y sus delegaciones en las capitales de los estados y en las ciudades más importantes, la

<sup>31</sup> Barrios Garrido Gabriela, "Internet y derecho en México", Mc Graw Hill Hill, México, 1998, pp. 62-67.

aplicación de la ley, actuar a manera de árbitro. Sin embargo, su ejecución debe competir a los tribunales judiciales.

Algunos servidores de Internet ofrecen productos y servicios al público en general a través de las páginas Web en los "centros o plazas comerciales virtuales", las "universidades virtuales" o los "bancos virtuales", invitando a los usuarios a contratar con ellos, siguiendo un procedimiento comercial allí determinado. Dichos proveedores de productos o prestadores de servicios saben el nombre de sus clientes, su situación financiera o su número de usuarios, lo que da lugar a grandes riesgos si no se especifica en la página Web que las propuestas comerciales no son ofertas en sentido jurídico y que no tendrán efectos jurídicos si no se cumplen determinadas condiciones por parte del cliente. Podría incluirse alguna leyenda como "sujeto a confirmación", de manera que se interprete que es sólo una invitación a negociar y no una oferta, la cual sí tiene consecuencias jurídicas. En este caso, el usuario está en la libertad de llenar una forma electrónica indicando su voluntad de contratar, constituyéndose a sí mismo como el oferente. El vendedor es quien manifestaría su consentimiento, enviando un correo electrónico de aceptación o a través de una llamada telefónica, perfeccionándose entonces el contrato.

Los pagos y firmas electrónicas.- El pago electrónico en sistema virtual y el pago por dinero virtual (e-money) es un esquema simple de pago por parte del cuentahabiente de un banco o institución financiera que compra e integra en una tarjeta moneda virtual con moneda real. De esta manera, puede hacer

compras en centros comerciales virtuales. Este sistema es el que se ofrece como digital cash (DigiCash, CyberCash, Mondex, NetCash y E-cash). En general, la base de este sistema son tarjetas de microprocesador o de memoria que constituyen, a la vez, firmas electrónicas con un alto grado de seguridad y autenticación. Las tarjetas son ficheros de datos personales, actualizables y portátiles que pueden utilizarse de distintas formas. Como tarjetas bancarias, de estudiante, destinadas a los operadores de terminales de servicios financieros, de cuentas de compañías, de registros sanitarios, etcétera. Se trata de dispositivos de alta tecnología, dotados de un microprocesador y muy seguros en su funcionamiento, debido a que el acceso directo a la memoria es imposible. Sólo el microprocesador puede tener acceso a ella; la duplicación es imposible; los datos codificados en las tarjetas no pueden modificarse o borrarse; el mecanismo de autobloqueo causa la invalidación automática; los algoritmos garantizan el carácter confidencial, la integridad y la autenticidad de las transacciones; así como que la identificación tiene lugar en el punto de uso, de modo que la seguridad procede enteramente de la tarjeta, sin intervención del sistema de transmisión.

#### **4.3. DERECHO COMPARADO.**

A diferencia de la nula legislación y atención prestada por las autoridades de nuestro país, en materia de comercio electrónico, existen naciones

como España, Estados Unidos y Argentina, principalmente, en las cuales se han determinado los siguientes parámetros sobre la temática en cuestión:

**a) España.**

En esta nación existe el reconocimiento de la validez de los contratos electrónicos, toda vez que la Ley 30/1992 del 21 de noviembre de 1992, establece entre otros aspectos, que el proceso de informatización de las Administraciones Públicas no debe limitarse al ámbito de las relaciones internas, sino que deben trascender al plano de las relaciones con los ciudadanos, con efectos de vinculación jurídica.

Asimismo, establece que "... los documentos emitidos cualquiera que sea su soporte, por medios electrónicos, informáticos o telemáticos por las Administraciones Públicas o los que éstas emitan como copias de originales almacenados por éstos mismos medios gozarán de la validez y eficacia de documento original siempre que quede garantizada su autenticidad, integridad y conservación y, en su caso, la recepción por el interesado, así como el cumplimiento de las garantías y requisitos exigidos por ésta u otras Leyes".<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Información recopilada del internet, dirección: <http://www.es.news.yahoo.com/010627/10/14nsg.html>, p. 1-

En cuanto a los contratos entre particulares o contratación privada y, en especial, entre consumidores y empresarios, es necesario destacar la innovación que representa la Ley 7/1998 del 13 de abril de 1998, sobre condiciones generales de la contratación que establece como requisito de incorporación de las cláusulas que contengan condiciones generales en los supuestos de contratación telefónica o electrónica, el que conste en los términos que reglamentariamente se establezcan la aceptación de todas y cada una de las cláusulas del contrato, sin necesidad de firma convencional. En este supuesto, se enviará inmediatamente al consumidor justificación escrita de la contratación efectuada, donde constarán todos los términos de la misma.

Sobre lo anteriormente señalado, también resulta necesario indicar que se debe entender que el requisito de la justificación escrita posterior que exige el artículo 5.3 de la Ley española de condiciones generales de la contratación no constituye una exigencia incompatible con la Propuesta de Directiva, ya que la justificación escrita posterior está pensada como una garantía adicional para el consumidor, siendo así que la ley de condiciones constituye la norma de transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva sobre protección al consumidor en materia de cláusulas abusivas de 1994, que tiene el carácter de Directiva de Mínimos.

Por tanto, debe considerarse que el artículo 9º de la Propuesta de Directiva sobre comercio electrónico, no excluye las posibles exigencias de constancia escrita establecidas por los contratos electrónicos cuando tales

contratos se celebren con consumidores y tal exigencia se establezca en beneficio de los mismos.

En junio del 2001, se celebraron conferencias entre la mayor compañía de internet española denominada @ECE y la Secretaría de estado de Telecomunicaciones en donde se trataron, entre otros temas, la regulación del "spam" o correo basura, que a consideración de la empresa debe de estar prohibido, ya que se trata de una práctica inaceptable para el Comercio Electrónico, en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI) y Comercio Electrónico y la calidad de acceso a internet.

De igual manera, la @ECE considera que debe regularse el envío de información comercial y así se le ha indicado al Gobierno, para que dicha regulación se incluya en la LSSI. Esta legislación regulará todas las actividades comerciales en la red y está previsto que el Gobierno la envíe al Parlamento en 2001. Algunos de sus artículos han suscitado polémica entre grupos de internautas por su posible impacto en derechos fundamentales, ya que a su consideración regula cualquier tipo de actividad en internet, más allá de lo comercial.

Sobre la calidad de acceso a internet, la @ECE que en la oferta de los accesos a este medio de comunicación por parte de los operadores, se incluyan cinco datos: la velocidad garantizada de descarga, acceso a los servidores del servidor de correo electrónico, la velocidad garantizada de

descarga, acceso a internet y el porcentaje garantizado del tiempo de disponibilidad del acceso.

#### **b) Estados Unidos de América.**

En esta nación han surgido grupos de legisladores que pugnan por el principio de la no censura en el internet, no obstante los ordenamientos normativos vigentes en la materia analizada, establecen sucintamente las siguientes medidas adoptadas:

- La regulación estadounidense es firme en considerar que se debe combatir frontalmente el fraude en el internet, para ello, la Oficina de Protección del Consumidor (órgano dependiente de la Comisión Federal de Comercio) está facultada para detectar e impartir justicia sobre los engaños que se sucedan.
- Así también, la legislación en comento establece las bases para que surja una nueva reglamentación mundial para el comercio electrónico, para ello considera imprescindible disponer de una estructura mundial que provea privacidad, solución de controversias de las fronteras y un código universal de comercio.
- Existe además el marco sancionatorio que impone severas penas a aquellas personas que se conviertan en atacantes cibernéticos,

que se aprovechen de la confianza injustificada de los usuarios en las redes.

- De igual manera, los Estados Unidos de América se ha comprometido a ayudar a los países en desarrollo a tomar las medidas necesarias para que entre ambos compartan plenamente los beneficios de la economía de información mundial, y procura, al hacerlo, formar sociedades con otros gobiernos y el sector privado.

En el año de 1997, durante la administración presidencial de Bill Clinton, se hizo pública una estructura para el comercio electrónico mundial, la cual fue recibida en forma reacia por las empresas y los consumidores, en razón de la falta de un ambiente jurídico confiable que regulase las transacciones. Asimismo, el Ejecutivo "... ordenó al Secretario de Comercio trabajar con el sector privado, gobiernos estatales y locales y gobiernos extranjeros en apoyo del establecimiento en los planos nacional e internacional de una estructura jurídica comercial uniforme que reconozca, facilite y haga cumplir las leyes para las transacciones electrónicas en todo el mundo".<sup>33</sup>

Dicha estructura identificó varios principios fundamentales que se deben seguir para elaborar normas jurídicas aplicables en este sector:

<sup>33</sup> Información recopilada del internet, dirección: [www.mecon.gob.ar](http://www.mecon.gob.ar), p. 1.

1. Las partes deben gozar de libertad plena para establecer entre ellas la relación contractual que estimen oportuna.

2. Las normas deben ser tecnológicamente neutrales, es decir, no exigir ni dar por sentado el uso de una tecnología determinada, y deben estar orientadas hacia el futuro, es decir que no deben ser obstáculo al uso y creación de nuevas tecnologías en el futuro.

3. La modificación de normas vigentes o adopción de nuevas normas sólo se debe hacer cuando sea necesario o muy conveniente para apoyar el uso de tecnologías electrónicas.

Desde que este proceso fue aprobado, comenzaron a participar activamente tanto el sector comercial de alta tecnología, así como las empresas que todavía no se han incorporado al mercado electrónico.

### **c) Argentina.**

En este país sudamericano, el Código Civil es quien establece los lineamientos que deben regular el comercio vía internet, mediante la observancia del contenido de los siguientes artículos:

**“Artículo 4.-** Se deben incluir en los documentos de venta, la información que establezca el requisito de que el consumidor tiene cinco días para deshacer la operación”.

**“Artículo 32.-** En la venta domiciliaria se incluyen tanto los que se efectúen por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar. El derecho para ejercer el desechamiento de una operación por parte del consumidor, es con la condicionante que no haya usado el producto”.

Asimismo, en el Código de Defensa de la Competencia y del Consumidor se establecen los tipos de contratos que deben regir el comercio electrónico, que se basan en la presentación de un texto que incluye las condiciones en las que se va a prestar el servicio o se va a suministrar el producto, con un botón en el que aparece el texto “aceptar”, “OK” o “estoy de acuerdo”. Son los llamado *“clic-wrap agreement”* o *“point and click agreements”* ya que basan su validez en el acto de pulsar un botón de aceptación por parte del usuario y tiene gran similitud con las licencias *“shrink-wrap”* utilizadas en la comercialización del software empaquetado, que se aceptan mediante la apertura del sobre o envoltorio que contiene los soportes físicos donde va el programa.

Sin embargo, “...la dificultad de este tipo de acuerdos estriba en que no existe una firma o una muestra de consentimiento que se conserve como prueba de la aceptación del usuario”.<sup>34</sup> No obstante, la mayoría de las transacciones electrónicas que se realizan en la actualidad se basan en acuerdos

<sup>34</sup> Información recopilada via internet, en la dirección <http://www.mecon.gob.ar/comercio/1.htm>, p. 2.

que se aceptan pulsando un botón en una página web, por lo que, con el tiempo, se tenderá a aceptar esta forma de aceptación, cuando se cumplan los requisitos necesarios para ello.

Respecto a las compras realizadas vía internet, sucede que "...cuando se compra en comercios argentinos por medio de la web se tienen los mismos derechos que aquellos que utilizan los negocios tradicionales. Comprar en portales del exterior implica costos adicionales (flete, seguro, etc.). Además, la legislación argentina no puede aplicarse a empresas radicadas en el extranjero. Otro aspecto importante considerado por los argentinos es la compra, utilizando como medio de pago una tarjeta bancaria y se señala que una vez que se haya dado el consentimiento para hacer un pago con tarjeta de crédito no se puede deshacer la operación de compra pidiéndole al banco que cancele la operación. El banco o la administradora son ajenos a los problemas que pudieran surgir por no haber recibido los bienes que ordenamos, si éstos son de mala calidad o cualquier otro problema".<sup>35</sup>

Considerando que la imagen del producto que se percibe en el monitor puede ser muy diferente a la realidad. En la legislación civil argentina se

<sup>35</sup> Ibidem, p. 3.

cuenta con un plazo de cinco días corridos, para deshacer la operación una vez que se entregue el producto, siempre y cuando la operación haya sido realizada en una empresa radicada en Argentina.

Del conocimiento de las anteriores legislaciones, podemos advertir que el explosivo crecimiento del internet y su difusión en todo el mundo ha desatado un debate sobre sus implicaciones sociales, económicas, políticas y culturales. La parte de sus implicaciones jurídicas debe ubicarse en los contextos mencionados, que señalan el rumbo de México en la globalización. Las tendencias mundiales en el uso de las redes, propuestas por varios países, son ocho y dibujan un panorama muy alentador para ser tomada en consideración por nuestros legisladores:

- Promover la libre competencia.
- Estimular la inversión privada.
- Definir un marco regulador adaptable.
- Proveer acceso abierto de redes.
- Asegurar la provisión y acceso universal a sus servicios.
- Promover igualdad de oportunidades para el ciudadano.
- Promover la diversidad de contenidos, incluyendo la diversidad cultural y lingüística y

- Reconocer la necesidad de la cooperación global para el cumplimiento de estos principios, con atención especial a las necesidades de los países menos desarrollados.

Como se ha observado, en diferentes países existen organismos nacionales encargados de promover el comercio electrónico, tal es el caso de la Asociación Mexicana de Comercio Electrónico y la Asociación Española de Comercio Electrónico, entre otros. Cada uno de ellos ha llegado a formular ideas que se pueden aplicar a manera de legislación, y parece coincidencia, pero muchos de ellos comparten puntos de vista que desembocan en los mismos objetivos según se ha analizado, sin embargo, la actual situación jurídica mundial sobre las redes, a pesar de que han existido intentos para regular de igual forma por diversos organismos internacionales, como la Organización Mundial de Comercio, es confusa, toda vez que el intercambio internacional de datos es una noción de origen relativamente reciente y los proveedores de redes de nuestro país no tienen responsabilidad jurídica para con los consumidores, característica heredada de la situación de monopolio en el campo de las telecomunicaciones.

Lo anterior ha retardado el estudio de los complejos problemas jurídicos de las comunicaciones internacionales de datos, por ello, algunos expertos opinan que debe existir una legislación única y expresa sobre la temática en cuestión, ya que sería más práctico para los consumidores, ya que éstos conocerían el alcance de sus derechos en caso de que haya abusos por parte de las compañías vendedoras.

#### **4.4. CONSECUENCIAS JURÍDICAS DE LOS CONTRATOS ELECTRÓNICOS EN MATERIA PENAL Y MERCANTIL.**

En nuestro país no existe un apartado especial, que especifique referencia alguna sobre los contratos celebrados por vía internet, ya que como lo observamos en el capítulo anterior, las normatividades vigentes tan sólo se limitan a hablar sobre algunos derechos de los consumidores y obligaciones de los vendedores, sin embargo, no se habla de algún contrato ni mucho menos de la forma y hasta la solemnidad y formalidades que debe poseer un contrato de este tipo.

No obstante, en la actualidad muchos proveedores de servicios de internet, a manera de contrato fijan sus propias políticas de uso, determinando con ello, la creación de un contrato unilateral, que es aprobado por el comprador con solo presionar las teclas respectivas de su equipo de cómputo.

Asimismo, existen compañías que pueden establecer cual será el uso de su propia red, intranet, por poner un caso, el cual tendrá fines relacionados con la misma compañía pero no con otras diversas; o también podemos citar el caso, de las redes académicas o educativas quienes puede restringir su uso para propósitos educativos y de investigación y excluir los lucrativos.

Por lo tanto, en el uso de la red se determinan situaciones que no son aceptadas universalmente; no tanto por lineamientos jurídicos expresos, sino por la costumbre que se aplica, entre otros tenemos los siguientes:

- Acceso no autorizado a sistemas de cómputos o redes.
- Violación del derecho de privacidad de terceros.
- Violación de derechos de propiedad intelectual de terceros.
- Transmisión de amenazas, hostigamiento o material obsceno.
- Transmisión de publicidad no solicitada a través del correo electrónico.
- Alteración o destrucción de información, así como acciones que impidan el acceso libre a información de la red, incluyendo la carga de virus informáticos o software, que pueda dañar los sistemas de cómputo conectados con la red.
- Interrupción del uso legítimo de la red o de un sistema de cómputo.
- Desperdicio de los recursos de la red.
- Cualquier uso condenado por las políticas de uso de la red conectada.
- Cualquier conducta violatoria de la legislación en materia de contratos, de cualquier país al que pueda tener acceso por la red.
- Uso de la red para actividades recreativas y apuestas.

Por lo tanto, la violación de los usos o costumbres aceptados en el internet se sancionan por medio de acciones disciplinarias o en caso de que las actividades transgredan el contenido de un contrato, normalmente el proveedor

establecerá las sanciones al infractor en la cláusula penal. Hecha esta anotación básica, pasemos ahora ver algunos contratos relacionados con el uso de este medio de comunicación:

a) **Contrato de acceso a internet.**- Sobre este tipo de contrato tenemos que las personas que requieren conectarse a internet, deben contratar los servicios de un proveedor, el cual proporcionará el acceso a la red y dirigirá las comunicaciones de los usuarios al servidor apropiado. Asimismo, asignará cierta cantidad de "espacio disco" para cada usuario, con el fin de almacenar sus archivos, mensajes electrónicos o páginas, ya sea de forma temporal o permanente. Algunos proveedores de acceso dan a sus clientes otro tipo de servicios, como periódicos, revistas, información especializada o la posibilidad de participar en foros de discusión electrónicos exclusivos del proveedor.

Los contratos de acceso en el mercado mexicano de internet se realizan generalmente mediante contratos de adhesión, con condiciones que favorecen al proveedor de acceso, quien a su vez tiene celebrado un contrato con el concesionario de la red pública de datos.

A su vez el usuario debe tener en claro el concepto de amplitud del servicio, soporte y mantenimiento que va a contratar, las características técnicas del equipo requerido, el nivel de confidencialidad que puede esperar, así como los límites a la responsabilidad del proveedor de acceso. El mejor proveedor de acceso a contratar, será el que brinde el mejor servicio tomando en cuenta las

necesidades específicas del usuario y los costos que implique. Es necesario manifestar que más adelante, enunciaremos las formalidades que debería contener este tipo de contratos.

**b) Contrato de operador de sistema en internet.**- El proveedor de acceso, ya sea una persona física o una compañía que establezcan un servidor en internet, normalmente contratará un operador de la red, el cual estará a cargo de todas o de parte de las operaciones cotidianas. El contrato laboral como empleado o como prestador de servicios profesionales independientes entre el proveedor de acceso y el operador, versará sobre la administración de un número específico de grupos de mensajes, donde podrá actuar como moderador o como editora. Este operador del sistema está comúnmente autorizado para tomar acciones disciplinarias contra usuarios que no observen las reglas básicas o que violen las leyes, así como los usos aceptables.

La redacción del contrato es relativamente neutral, aunque el operador del sistema probablemente quiera limitar el derecho del administrador del sistema para terminar el contrato. En caso de que el operador del sistema sea conocido y desee explotar el nombre del operador con fines de mercadotecnia, entonces se debe dar sentido al contrato. El administrador del servicio debe, entonces, obtener el derecho de usar el nombre del operador y el material promocional. El operador del sistema, por su parte, podrá obtener una mejor contraprestación económica y compartir el derecho del autor en sus mensajes.

Es importante indicar que de conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Derechos de Autor, todas las transmisiones de derechos de esta naturaleza deberán ser onerosas, temporales y por escrito. Si no existe un contrato escrito, los derechos patrimoniales se dividirán entre el empleador y el empleado, aunque si la obra es por encargo, como lo es en la mayoría de los casos del operador de sistemas en internet, será quien comisione la realización de una obra y quien se convierta en titular propietario del derecho de autor de la misma. De aquí la importancia de que los derechos de las partes sean remunerados y por escrito, requisito que se encuentra establecido en la Ley Federal de Derechos de Autor, mencionada.

**c) Contrato de suministro de información.-** Las compañías que compilan y sistematizan información o que producen publicaciones impresas se están convirtiendo en los mejores clientes de los proveedores de acceso a internet, dado que prefieren evitar los costos relacionados con la creación y mantenimiento de bases de datos en línea. Es por eso que conceden los derechos de explotación en internet a compañías ya establecidas que dan servicio outsourcing. Comúnmente la compañía proveedora de acceso no edita la información. Cualquier edición que puede hacer se limita normalmente al cambio de formato de los archivos de información, por razones técnicas.

La parte más importante de este contrato está relacionada con la responsabilidad en que incurre el editor, por proporcionar información inexacta o no actualizada. Si el riesgo de responsabilidad permanece con la información del

proveedor o inclusive si éste comparte riesgos, se deben examinar los términos y condiciones estándar en contratos entre proveedores de acceso y usuarios.

**d) Contrato de publicidad virtual.-** Existen compañías de publicidad especializadas en comunicarse con usuarios de internet con el fin de promover productos y crear formas nuevas y eficientes para atracción de compradores a través de la red, desarrollando estrategias de publicidad a través de este medio. Debe considerarse que internet permite a los anunciantes de productos, comunicarse a través de un mensaje que puede dirigirse a todos los países y dar la vuelta al mundo. En este sentido, existe el problema de que puede haber tantas legislaciones aplicables como países en donde sean vistos los anuncios.

**e) Contrato sobre el comercio electrónico.-** Como ya lo mencionamos en incisos capitulares anteriores, en México no existen normas que propiamente regulen este tipo de relaciones contractuales, sin embargo de la costumbre ha establecido lineamientos que deben ser observados por los proveedores principalmente, entre los que destacaré sucintamente los siguientes aspectos:

- Las empresas dedicadas al comercio electrónico, deberán prestar particular atención a los intereses del consumidor y actuar de acuerdo a prácticas equitativas de comercio,

publicidad y mercadotecnia.

- Las empresas no deberán hacer ninguna declaración, incurrir en alguna omisión o comprometerse en alguna práctica que resulte falsa, engañosa, fraudulenta e inequitativa.
- Las empresas dedicadas a la venta, promoción y mercadotecnia de bienes o servicios no deberán llevar a cabo prácticas comerciales que puedan significar un riesgo a los consumidores.
- Las empresas que difundan información acerca de ellas mismas o de los bienes o servicios que proveen, deberán presentar información de manera clara, precisa y accesible.
- Las empresas deberán cumplir con cualquier declaración que expresen con respecto a sus políticas o prácticas relacionadas con sus transacciones con los consumidores.
- Las empresas deberán tomar en cuenta la naturaleza global del comercio electrónico y, en lo posible, considerarán las diferentes características regulatorias del mercado en que participen.

- Las empresas no deberán aprovecharse de las características específicas del comercio electrónico para ocultar su verdadera identidad o ubicación, o para evadir el cumplimiento de las normas y/o procedimientos de ejecución en la protección de los consumidores.
- Las empresas no deberán usar términos inequitativos en los contratos.
- La publicidad y mercadotecnia se deberán identificar claramente como tales.
- La publicidad y la mercadotecnia deberán identificar la empresa a favor de la cual éstas se llevan a cabo, sobre todo en casos donde esta omisión sería engañosa.
- Las empresas deben ser capaces de comprobar el cumplimiento de cualquier declaración implícita o explícita durante el tiempo que ésta dure y mantener esta capacidad por un período razonable de tiempo después de concluido el período de la declaración.
- Las empresas deberán desarrollar e implantar procedimientos fáciles y efectivos que permitan al consumidor escoger entre recibir o no mensajes comerciales por e-mail, no solicitados.

- Cuando los consumidores hayan indicado que no quieren recibir mensajes comerciales por e-mail no solicitados, tal decisión deberá ser respetada.
- En muchos países los mensajes comerciales por e-mail no solicitados son objeto de leyes específicas o requisitos de autorregulación.
- Las empresas deberán adoptar especial cuidado en la publicidad o mercadotecnia dirigida a los niños, ancianos, enfermos de gravedad y otras personas que no estén en capacidad de entender plenamente la información que se les esté presentando.

De las anteriores consideraciones, podemos advertir que a falta de una disposición expresa que regule expresamente el comercio en esta vía de comunicación, el comprador queda en una total desventaja en caso de inconformidad o quejas sobre lo que le hayan vendido. Por tanto, como lo mencionaremos con mayores detalles en el inciso subsecuente, resulta necesario que las autoridades competentes tomen cartas en el asunto, ya que por una parte hace falta una norma especial para este tipo de situaciones, y en consecuencia de lo que disponga tal ordenamiento, aplicar las sanciones correspondientes a quienes incumplan lo que se oferta por esta vía.

Sin embargo, a pesar de tener realmente está laguna consideramos que en la práctica sí existen consecuencias penales y mercantiles en los contratos efectuados en el internet, las cuales en nuestra opinión son:

a) **Consecuencias penales.-** En éste ámbito las inconformidades que puedan surgir a través del comercio por vía electrónica, pueden ser susceptibles de configurar el delito de fraude que se consagra en el Título Vigésimosegundo, Capítulo III, concretamente artículos 386 y 387 fracción X del Código Penal Federal, que para su mayor comprensión establecen lo siguiente:

**\*Artículo 386.-** Comete el delito de fraude el que engañando a uno o aprovechándose del error en que éste se halla se hace ilícitamente de alguna cosa o alcanza un lucro indebido.

I.- Con prisión de tres días a seis meses o de treinta a ciento ochenta días multa, cuando el valor de lo defraudado no exceda de diez veces el salario;

II.- Con prisión de seis meses a tres años y multa de diez a cien veces el salario, cuando el valor de lo defraudado excediera de diez, pero no de quinientas veces el salario; y

III.- Con prisión de tres a doce años y multa hasta de ciento veces el salario, si el valor de lo defraudado fuere mayor de quinientas veces el salario”.

**\*Artículo 387.-** Las mismas penas señaladas en el artículo anterior, se impondrán:

I. a IX. ...

X. Al que simulare un contrato, un acto, o escrito judicial, con perjuicio de otro o para obtener cualquier beneficio indebido;

XI a XXI. ...”

Para explicar el por qué el comercio electrónico puede en algún momento de incumplimiento por parte del proveedor, configurar el ilícito en cuestión, creemos necesario determinar en principio nociones generales sobre el mismo, comenzando primeramente con su definición.

Gramaticalmente, el vocablo fraude alude al "engaño mediante el cual alguien perjudica a otro y se beneficia a sí mismo".<sup>36</sup>

Por su parte, el Diccionario Jurídico mexicano establece que el fraude "...es el engaño de que se vale el agente, para hacerse en perjuicio de otro de un objeto de ajena procedencia".<sup>37</sup>

Por su parte, el jurista Eduardo López Betancourt menciona que el delito de fraude "consiste en la apropiación ilícita de una cosa o en la obtención de un lucro indebido, utilizando para ello el engaño o el error".<sup>38</sup>

De los anteriores conceptos, se desprenden los siguientes elementos:

<sup>36</sup> "Diccionario Enciclopédico Ilustrado Uno", Edit. Océano S.A., Bogotá de Santa Fe, Colombia, 1991, p. 875.

<sup>37</sup> "Diccionario Jurídico Mexicano", Tomo D-H, Edit. Porrúa, S.A., México, 11ª ed., 1998, p. 1469.

<sup>38</sup> López Betancourt, Eduardo. "Delitos en particular", Tomo I, Edit. Porrúa, S.A., México, 7ª ed., 2001, p. 308.

- Cualquier conducta engañosa,
- Que produzca al engañado un estado subjetivo de error,
- O bien, alternativamente cualquier conducta de aprovechamiento del error en el que el paciente del delito se halla.
- Provocando así un acto de disposición patrimonial,
- Que permite al activo hacerse ilícitamente de alguna cosa o alcanzar un lucro indebido,
- Una relación causal entre los elementos anteriores, y por último, un elemento subjetivo consistente en,
- El ánimo de lucro, o sea la intención de obtener, para sí o para un tercero una ventaja patrimonial.

De lo anteriormente expuesto, podemos indicar que en la práctica del comercio electrónico, resulta muy posible que se constituyan conductas fraudulentas por parte de los proveedores, toda vez que al examinar varias páginas de internet dedicadas a este tipo de actividades lucrativas, nos pudimos percatar que en todas ellas, se ofertan los productos de manera similar, es decir, mencionan el precio, la marca comercial, la fecha de envío, el costo de envío y la calidad del producto, sin embargo, este último aspecto nos parece sumamente genérico y ambiguo, ya que únicamente ensalzan las características agradables del producto, más nunca hacen referencia a la garantía que debieran éstos tener.

Por tanto, si en la vida real, al comprar un producto que nosotros valoramos tangiblemente, es factible que haya inconformidades por problemas que se pudieran suscitar con posterioridad en su uso, consideramos que al comprar por vía internet, se corren mayores riesgos, ya que se puede engañar con mayor facilidad, por la impersonalidad con la que se verifica la operación.

Así entonces, creemos que en sentido estricto los proveedores de productos por internet, no realizan sus operaciones comerciales, cumpliendo con los requisitos legales propios para los contratos de compraventa, por lo que se actualiza el contenido de la fracción X del artículo 387 del Código Penal Federal, ya que en nuestra opinión, los contratos que manejan las empresas a través de la vía de comunicación en comento, parecen más una simulación de contrato que un instrumento jurídico formalmente válido, por lo que resulta más sencillo por su ambigüedad causar perjuicio al comprador o desentender fácilmente sus reclamaciones en caso de que las haya.

**b) Consecuencias mercantiles.-** A lo largo del contenido del presente trabajo de investigación, hemos señalado que las operaciones de comercio realizadas a través de la vía internet, no se formalizan propiamente bajo los lineamientos legales que al efecto establece el Código Civil para el Distrito Federal, ya que este ordenamiento esencialmente señala en sus numerales 1792 y 1793, lo siguiente:

**\*Artículo 1792.-** Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones\*.

**\*Artículo 1793.-** Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos, toman el nombre de contratos\*.

De las anteriores transcripciones se desprende que los contratos son actos jurídicos bilaterales que se constituyen por el acuerdo de voluntades de dos o más personas y que producen ciertas consecuencias jurídicas, tales como crear, transferir, modificar y extinguir derechos y obligaciones, debido al reconocimiento de una norma de derecho.

Sin embargo, aún cuando las operaciones comerciales que se realizan a través de este medio de comunicación, reúnen ciertas características legales que tienen los contratos (tales como el objeto, el precio, el consentimiento, entre otras, éstas relaciones no están determinadas expresamente como contratos de compraventa, ni en el Código Civil para el Distrito Federal, ni tampoco en el Código de Comercio, ordenamientos en los cuales consideramos debería estar contemplada su regulación.

Ahora bien, en estricto sentido el comercio electrónico debería estar plenamente regulado por el Código de Comercio, toda vez que en este ordenamiento se encuentran regulados los contratos mercantiles, los cuales "...constituyen el vínculo jurídico por el cual un sujeto debe cumplir frente a otro una prestación que tiene carácter mercantil, porque el acto que la origina es de

naturaleza mercantil<sup>39</sup> Así entonces, debido a que la naturaleza del comercio que analizamos es de carácter mercantil, es que deberían estar regulados en el Código de Comercio, más específicamente en el apartado relativo a los contratos mercantiles.

Sin embargo, el sistema jurídico mexicano tiene contemplado la realización del comercio electrónico dentro de los contratos de adhesión, los cuales son regulados por la Ley Federal de Protección al Consumidor, ordenamiento legal que establece en su artículo 85 lo siguiente:

**\*Artículo 85.-** Para los efectos de esta ley, se entiende por contrato de adhesión el documento elaborado unilateralmente por el proveedor, para establecer en formatos uniformes los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio, aún cuando dicho documento no contenga todas las cláusulas ordinarias de un contrato. Todo contrato de adhesión celebrado en territorio nacional para su validez, deberá estar escrito en idioma español y sus caracteres tendrán que ser legibles a simple vista\*.

De la anterior transcripción, se desprende que la reglamentación de este tipo de contratos está mal colocada en la ley de referencia, primeramente porque están en el capítulo que organiza a la Procuraduría Federal del Consumidor, no dentro de los preceptos que regulan relaciones entre particulares. Se comprende no sólo a los contratos de adhesión (que una parte prepara en su

<sup>39</sup> Vázquez del Mercado, Óscar. op. cit. p. 150.

totalidad y la contraparte se adhiere), sino también a los que no contienen todas las cláusulas esenciales sino sólo a las accesorias, y que la doctrina conoce como condiciones generales. Así entonces, resulta criticable el que no se incluya una norma de interpretación para que en caso de duda o reclamo se interprete a favor de la parte que se adhiere.

Asimismo, se establece la facultad de la Procuraduría Federal del Consumidor de dictaminarlos para determinar que no contengan cláusulas que establezcan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores; así como un registro de contratos.

Sin embargo, tenemos que el registro no es público, sino solo un medio de control y complemento de la actividad dictaminadora. El objeto práctico es que un contrato aprobado no puede ser alegado por el consumidor con el argumento de prestaciones desproporcionadas. Así también, resulta necesario señalar que la Procuraduría en cuestión, no puede anular o modificar un contrato de adhesión, ya que la nulidad debe dictarla un juez; y la falta de registro no afecta a los efectos y validez del contrato.

De lo anteriormente expuesto, podemos concluir este inciso capitular arguyendo que existe una mala y laxa regulación legal, con respecto a los contratos que se manejan en el vasto mundo del comercio electrónico, ya que en nuestra opinión deberían estar regulados en el Código de Comercio, bajo los lineamientos relativos a los contratos mercantiles, y no bajo los parámetros

contenidos en la Ley Federal de Protección al Consumidor, toda vez que bajo la regulación de esta norma se deja al libre albedrío de las compañías que ofertan sus productos por internet, el manejo total y absoluto de las operaciones comerciales que se realicen, y por tanto, resultarán más proclives los abusos y fraudes que puedan cometer en perjuicio del consumidor, quien tendrá que realizar una odisea de trámites para poderles hacer cualquier reclamo conducente.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA.-** Actualmente, el sistema vía internet significa un apoyo de considerable importancia para cualquier sociedad del mundo, toda vez que les simplifica enormemente sus actividades cotidianas, ya que en ella se pueden encontrar una infinidad de informaciones relativas casi cualquier tema. Por lo que el hombre moderno, únicamente le bastará apretar un botón para enterarse con suma facilidad, sobre lo que pasa en cualquier latitud del orbe.

**SEGUNDA.-** No resulta aventurado aseverar que en pocos años el uso del internet, vendrá a suplir la importancia que tienen otros medios de comunicación, tales como los periódicos y las revistas, esto se debe a que la información que la primera contiene es mayor y más fácil de consultar que los segundos, por lo tanto, considero pasará lo mismo que le sucedió a la radio, que a pesar de su permanencia, con la aparición de la televisión tuvo que relegarse a un plano secundario.

**TERCERA.-** El uso del internet en nuestro país es reciente, toda vez que se introdujo a partir de 1989, sin embargo, su utilización masiva se determinó ya muy entrada la década pasada, sin embargo, considero que el universo de actividades que se pueden encontrar en este medio, ha rebasado por completo al sistema normativo mexicano, toda vez que prácticamente no existe una referencia sustentable en cuanto a un estructura formal de Derecho Informático, tal y como lo

pudimos constatar que existe en otras naciones como Estados Unidos, España y Argentina.

**CUARTA.-** Las empresas que se dedican al comercio electrónico, fundan legalmente sus actos a través de los denominados contratos de adhesión, que como sabemos no están regulados en el Código Civil para el Distrito Federal, ni tampoco en el Código de Comercio, sino en la Ley Federal de Protección al consumidor, lo cual en nuestro criterio es un error, toda vez que la esencia de este tipo de actos son de naturaleza mercantil, por tanto deberían regirse por el código de la materia.

**QUINTA.-** Asimismo, los contratos de adhesión que exhiben las compañías proveedoras, no pueden llamarse propiamente un contrato, ya que en múltiples ocasiones parecen ser una simulación de éstos instrumentos jurídicos, en los cuales proyectan situaciones leoninas a su favor, dejando con ello, en plena y absoluta desventaja al consumidor, ya que en caso de que este tenga que hacer o reclamaciones sobre el producto que adquirió, deberá realizar un verdadero vía crucis, ya que aparte de que tendrá que recurrir a los trámites burocráticos que exige la Procuraduría Federal del Consumidor.

Como ya se mencionó con anterioridad, este tipo de contratos no están regulados en el Código de Comercio, por lo tanto, considero que deberían de estar regulados por dicho ordenamiento legal, para que el comercio electrónico

fuera un acto de comercio, esto beneficiaría y facilitaría cualquier trámite, toda vez que al tener una regulación expresa en la multicitada legislación mercantil, se podría llevar directamente ante un juzgado, sin necesidad de agotar la instancia de la Procuraduría Federal del Consumidor.

**SEXTA.-** Sobre este último particular, tenemos que en nuestro país no existe una regulación formal o expresa en el Código de Comercio, sobre las actividades del comercio vía internet y después de una minuciosa investigación de una multiplicidad de leyes consultadas, pudimos comprobar que la única referencia normativa sobre esta temática, son algunos acuerdos expedidos en la Ley Federal de Derechos de Autor, más en lo que toca al comercio en comento, no existe un capítulo especial que lo regule.

Ahora bien, es necesario que específicamente se regulen estos actos de comercio, toda vez que las compra-ventas se hacen a nivel nacional y es necesario que se especifique en que jurisdicción estarían sujetas las personas que hagan este tipo de negocios, porque como ya se mencionó con anterioridad en estos contratos de adhesión se encuentra todo a favor del vendedor.

**SÉPTIMA.-** Diversas compañías de la iniciativa privada han mostrado interés por que se legislen algunas actividades propias del ámbito del internet, sin embargo, resulta increíble que nuestros legisladores muestren una actitud pasiva

ante tal situación, aún sabiendo sobre la importancia y el crecimiento inusitado que este medio ha adquirido en los últimos años.

**OCTAVA.-** Por lo tanto, a pesar de que el comercio electrónico se puede verificar en cualquier parte del mundo, nuestro derecho se encuentra en desventaja, ya que al no haberle prestado la debida importancia a la computación y los derivados que de ella se originan, tenemos que si el consumidor se encuentra desprotegido legalmente aquí, el asunto se complicaría si una compraventa se verifica en páginas de otros países.

**NOVENA.-** Debido a la poca legislación que existe en nuestra nación sobre esta temática, resulta muy posible que se configuren delitos, tales como el fraude, toda vez que resulta imposible ver con plenitud, los detalles de los objetos o cosas que se compran vía internet, ya que las compañías proveedoras tan solo se limitan a hacer una breve referencia de sus productos, acompañándolas ocasionalmente de una fotografía, por tanto, en caso de que los bienes adquiridos tuvieran defectos, tal y como lo hemos mencionado en conclusiones anteriores, el consumidor se hallaría en un estado de indefensión legal, en caso de que quisiera hacer reclamación alguna.

**DÉCIMA.-** Por todas las consideraciones que hasta aquí se han señalado, se puede proponer específicamente que en lo que respecta al comercio que se realiza vía Internet, debería existir un contrato que establecería los

derechos y obligaciones a las que se sujetarían las partes que intervinieran en estos actos, los cuales al ser de naturaleza mercantil, nos dan pauta a señalar que el instrumento jurídico que lo regule debe estar contenido en su forma y en el fondo en el Código de Comercio.

**DÉCIMA PRIMERA.-** Por lo que respecta a las mercancías también se puede señalar que muchas veces las compañías lo hacen dolosamente, en ofertar productos de mala calidad o en su caso, una vez que han cobrado el importe del producto, ni siquiera lo envían, sabiendo que no existe una legislación que sancione este tipo de fraudes, ya que este dolo puede acontecer que el vendedor sea el que realice las maquinaciones tendientes a provocar el error y determinar la voluntad de uno de los contratantes.

**DÉCIMA SEGUNDA.-** Por lo que se refiere a las pruebas que deberán ofrecer las partes en caso de controversia son las periciales, en virtud de que son necesarios conocimientos especiales en medios electrónicos, a efecto de que el Juez tenga los elementos suficientes para conocer la verdad de los puntos controvertidos, por lo que cabe señalar lo que establecen los artículos 293 y 346 del Código de Procedimientos Civiles del D.F., que a la letra dicen:

\*Artículo 293.- La prueba pericial procede cuando sean necesarios conocimientos especiales en alguna ciencia, arte o industria o lo mande la ley, y se ofrecerá

expresando los puntos sobre los que versará, sin la cual no será admitido, y si se quiere las cuestiones que deban resolver los peritos.

**Artículo 346.-**La prueba pericial solo será admisible cuando se requieran conocimientos especiales de la ciencia, arte, técnica, oficio o industria de que se trate, más no en lo relativo a conocimientos generales que la ley presupone como necesarios en los jueces, por lo que se desecharán de oficio aquellas periciales que se ofrezcan por las partes para ese tipo de conocimientos, o que se encuentren acreditadas en autos con otras pruebas o tan solo se refieren a simple operaciones aritméticas o similares”.

## BIBLIOGRAFIA

1. Barrera Graf, Jorge. "Instituciones de Derecho Mercantil", Edit. Porrúa, S.A. 3ª Reimpresión, México 1999.
2. Barrios Garrido Gabriela. "Internet y derecho en México", Mc Graw Hill Hill, México, 1998.
3. Bauche García, Mario. "La Empresa", 2ª de. Edit. Porrúa, S.A. México, 1988.
4. Cervantes Ahumada, Raúl. "Derecho Mercantil", Edit. Porrúa, S.A., México, 2000.
5. Dávalos Mejía, Carlos Felipe. "Títulos y Contratos de Crédito, Quiebras", Edit. Harla, México, 1993.
6. De Pina Vara, Rafael. "Elementos de Derecho Mercantil", 25ª ed. Edit. Porrúa, S.A., México, 1996.
7. Ferrara, Francisco. "Empresarios y Sociedades", Edit. Bosch Editor, Madrid, España, 1978.
8. Fix Zamudio, Héctor. "Exposición sobre la informática" Jurídica, Instituto de investigaciones de la UNAM, México, 1999.
9. Galindo Garfias, Ignacio. "Derecho Civil", 8ª ed. Edit. Porrúa, S.A. México, 1987.
10. Galindo Garfias, Ignacio. "Teoría General de los Contratos", 1ª ed. Edit. Porrúa, S.A., México, 1996.
11. García Rendón, Manuel. "Sociedades Mercantiles", Edit. Harla, México, 1999
12. Garrigues, Joaquín. "Curso de Derecho Mercantil", Tomo I, Edit. Porrúa, S.A., 9a. ed. México, 1999.
13. Gómez Gordo, José. "Títulos de Crédito", Edit. Porrúa, S.A., 5ª ed, México, 1998.
14. López Betancourt, Eduardo. "Delitos en particular", Tomo I, Edit. Porrúa, S.A., México, 7ª ed., 2001.

15. Mantilla Molina, Roberto. "Derecho Mercantil", 5ª ed., Edit. Porrúa, S.A., 29a. reimpression México, 1998.
16. Martínez Alfaro, Joaquín, "Obligaciones", Edit. Porrúa, S.A., México, 1999.
17. Moto Salazar, Efraín. "Elementos de Derecho", 45ª ed., Edit. Porrúa, S.A., México, 2000.
18. Petit, Eugene. "Derecho Romano", 13ª ed., Edit. Porrúa, S.A. México, 1999.
19. Ramírez Valenzuela, Alejandro. "Derecho Mercantil", Edit. Limusa, México, 1990.
20. Rodríguez Rodríguez, Joaquín. "Derecho Mercantil", Tomo I, Edit. Porrúa, S.A. 14ª ed. México, 1991.
21. Tena, Felipe de Jesús. "Derecho Mercantil Mexicano", Edit. Porrúa, S.A., México, 1999.
22. Téllez Valdés, Julio. "Derecho Informático", Edit. Mc Graw Hill, México, 2ª ed., 1996.
23. Vazquez Arminio, Fernando. "Derecho Mercantil" fundamentos e Historia, Edit. Porrúa, S.A. México, 1987.
24. Vázquez del Mercado, Oscar, "Contratos Mercantiles", Porrúa, México, 2000.
25. Vivante, R. "Tratado de Derecho Mercantil", Edit. Heliasta, S.A. Madrid, España, 1986.
26. Zamora y Valencia, Miguel Ángel. "Contratos Civiles". Porrúa, México, 2000.

### **LEGISLACIÓN CONSULTADA**

**CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, 2002.**

**CODIGO DE COMERCIO, 2002.**

**CODIGO CIVIL FEDERAL, 2002**

**LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2002.**

**CÓDIGO PENAL FEDERAL, 2002.**

## LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR

### OTRAS FUENTES

Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, MÉXICO, Edit. Porrúa, S.A., México, 1998.

"Diccionario Enciclopédico Ilustrado Uno", Edit. Océano S.A., Bogotá de Santa Fe, Colombia, 1991.

Enciclopedia Jurídica Omera, Edit. driskil, Buenos Aires Argentina, 1988.

Cabanelas de Torres, Guillermo. "Diccionario Jurídico Elemental," Edit. Heliasta, S.R. L., Buenos Aires, Argentina, 11ª ed., 1993.

Palomar de Miguel, Juan. "Diccionario para Juristas", Edit Porrúa, S.A., México, 2000.

"Manual de Navegación", Compañía Terra-Lycos, S.A., México, 2002, p. 4

### INFORMACIÓN DEL INTERNET

[www.supaginaweb.com](http://www.supaginaweb.com)

Nuria Almiron [www.nuria.es.org](http://www.nuria.es.org), pp. 1-2

Una historia que Contar, MEXNET A.C., Revista NET Vol. 1, num. 19, p. 17

Clarín X, [www.Clarin.Com.ar](http://www.Clarin.Com.ar).

Internet en Argentina, [www.uba.ar](http://www.uba.ar)

[www.Info@sopde.es](mailto:www.Info@sopde.es)

Información recopilada del internet, dirección

[www.ati.es/DOCS/internet/histint.com](http://www.ati.es/DOCS/internet/histint.com), pp. 1-2.

Legislación Mexicana en Materia Comercio Electrónico, [www.amanece.com.mx](http://www.amanece.com.mx).

Información recopilada del internet, dirección: [www.profeco.com.gob](http://www.profeco.com.gob), p. 1-2.

Lagarde Moguel, Humberto, Razón y palabra: [www.aece.com.mx](http://www.aece.com.mx).

Información recopilada del internet, dirección:

<http://www.es.news.yahoo.com/010627/10/14ncg.html>, p. 1-2.

Información recopilada en el internet, bajo la dirección [www.mecon.gob.ar](http://www.mecon.gob.ar), p. 1.

Información recopilada vía internet, en la dirección

<http://www.mecon.gov.ar/comercioe/1.htm>, p. 2.