

Q

00721  
777



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

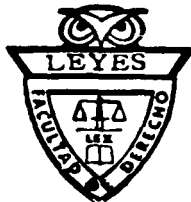
---

FACULTAD DE DERECHO  
SEMINARIO DE DERECHO INTERNACIONAL

"EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL  
EN EL COMERCIO ELECTRONICO"

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
**LICENCIADO EN DERECHO**  
**P R E S E N T A :**  
**ANGELES THALIA RODRIGUEZ SORIA**

ASESORA DE TESIS: LIC. MIRNA ROUCO GARCIA



MEXICO, D. F., CIUDAD UNIVERSITARIA

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.

---

# **PAGINACIÓN DISCONTINUA**



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVIENA DE  
MEXICO

b

**FACULTAD DE DERECHO  
SEMINARIO DE DERECHO INTERNACIONAL**

**ING. LEOPOLDO SILVA GUTIERREZ  
DIRECTOR GENERAL DE LA  
ADMINISTRACIÓN ESCOLAR  
P R E S E N T E.**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

La alumna **ANGELES THALÍA RODRÍGUEZ SORIA** inscrita en el Seminario de Derecho Internacional bajo mi dirección, elaboró su tesis profesional titulada **"EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO"** dirigida por la **LIC. MYRNA ROUCO GARCÍA** trabajo que después de su revisión por quien suscribe, fue aprobado por cumplir con los requisitos reglamentarios, en la inteligencia de que el contenido y las ideas expuestas, en la investigación, así como su defensa en el examen oral, son de la absoluta responsabilidad de su autor, esto con fundamento en el artículo 21 del Reglamento General de Exámenes y la fracción II del artículo 2º de la Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de México.

De acuerdo con lo anterior y con fundamento en los artículos 18,19, 20 y 28 del vigente Reglamento General de Exámenes Profesionales, solicito de usted ordene la realización de los tramites tendientes a la celebración del examen profesional de la alumna mencionada.

El interesado deberá iniciar el trámite para su titulación dentro de los seis meses siguientes (contados de día a día) de aquel en que le sea entregado el presente oficio, en el entendido de que transcurrido dicho lapso sin haberlo hecho, caduca la autorización que ahora se le concede para someter su tesis a examen profesional, misma autorización que no podrá otorgarse nuevamente, sino en el caso de que el trabajo recepcional conserve su actualidad y siempre que la oportuna iniciación del trámite para la celebración del examen, haya sido impedida por causa grave, todo lo cual calificará la Secretaría General de la Facultad.

**A T E N T A M E N T E**  
**"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"**  
Cd. Universitaria, a 26 de septiembre de 2003

  
**DRA. MARÍA ELENA MANSILLA Y MEJÍA.**  
**DIRECTORA DEL SEMINARIO**



**FACULTAD DE DERECHO  
SEMINARIO  
DE  
DERECHO INTERNACIONAL**

MEMYM/plr.

C



VIRREYDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

**DRA. MARIA ELENA MAÑSILLA Y MEJIA  
DIRECTORA DEL SEMINARIO DE DERECHO  
INTERNACIONAL  
P R E S E N T E**

**Distinguida Directora:**

**Tengo el agrado de presentarle a usted la tesis de la C. Pasante en Derecho Angeles Thalia Rodríguez Soria, intitulada "EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO", que realizó bajo mi dirección, ya que dicho trabajo monográfico es serio y exhaustivo sobre el tema en cuestión, y al cumplir con lo establecido en el Reglamento General sobre Exámenes Profesionales y de no existir inconveniente alguno de su parte, solicito la aprobación correspondiente a men de que prosiga con los trámites para su titulación.**

**A T E N T A M E N T E  
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"  
Cd. Universitaria, a 11 de agosto de 2003.**

**LIC. MYRNA ROUCO GARCÍA**

3

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por que desde el primer día que supe que era miembro de ésta comunidad, mi vida tuvo un rumbo fijo.

A mi familia, por todo el apoyo, cariño y comprensión que siempre he tenido de ustedes. Gracias por todo...

e

**A todos los maestros que  
estuvieron a mi lado en alguna  
parte del camino de mi vida,  
siempre impulsándome a subir  
al siguiente escalón para llegar  
a mi meta...**

**A la Lic. Myrna Rouco, por  
compartir conmigo su tiempo y  
experiencia, en la cimentación  
de mi vida profesional.**

f

## DEDICATORIAS

### Mamá y Papá...

Gran parte de esta tesis, así como mi corazón, es de ustedes, porque gracias a todo su apoyo, confianza, amor y enseñanzas logré llegar hasta aquí.

Me siento feliz de ser su hija, pues son y serán mi ejemplo a seguir, porque siempre están a nuestro lado impulsándonos incansablemente a ser los mejores, además de buscar siempre la manera de librar todos los obstáculos sin importar su tamaño para darnos lo mejor. Espero poder corresponder todo su amor, haciendo que se sientan orgullosos de mí.... Los quiero muchísimo

### Johann y Jonathan...

Son las estrellas que le dan sentido a mi vida, realmente agradezco el que sean mis hermanitos.



9

**A mi querida Facultad de Derecho....**

**Nunca olvidaré todo lo que viví y aprendí en tus salones, pasillos, etc.**

**A mis Amigos...**

**De quienes no necesito mencionar sus nombres, porque todos y cada uno de ustedes saben quienes son.**

## Contrato de Compra Venta en el Comercio Electrónico Internacional.

INTRODUCCIÓN .....	1
▪ <b>CAPÍTULO 1. Antecedentes</b> .....	4
1.1. El Comercio a través de la Historia. ....	4
1.2. El surgimiento de Internet. ....	10
1.2.1. Naturaleza del Internet .....	12
▪ <b>CAPÍTULO 2. Marco Conceptual.</b> .....	15
2.1. Acto de Comercio. ....	15
2.2. Concepto de Comercio Electrónico .....	17
2.2.1 Tipos de Comercio Electrónico. ....	22
2.2.2. En México. ....	25
2.2.3. ¿Qué compran los mexicanos? .....	28
2.2.4. Sistema E- México. ....	29
2.3 En el ámbito Internacional. ....	35
2.4 Definición EDI ( <i>Electronic Data Interchange</i> ) .....	36
2.5 Transacciones en Internet. ....	42
2.5.1 Las subastas en línea. ....	43
2.5.2 Transacciones Bancarias. ....	47
2.5.3 Venta de servicios en Internet. ....	48

• **CAPÍTULO 3. Legislación Vigente Internacional en materia de**

	<b>Comercio Electrónico.</b>	<b>50</b>
3.1.	CNUDMI	56
3.1.1.	Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico	58
3.1.2.	Guía para la Incorporación de la Ley Modelo de Comercio Electrónico de CNUDMI.	60
3.1.3.	Análisis de la Ley Modelo de Comercio Electrónico de CNUDMI.	63
3.2	OCDE	74
3.2.1	Trabajos de la OCDE en materia de Comercio Electrónico.	76
3.2.2	Lineamientos de la OCDE sobre Comercio Electrónico para la Protección del Consumidor.	80
3.2.3	Análisis de los lineamientos de la OCDE sobre Comercio Electrónico para la Protección del Consumidor.	85
3.3	OMPI.	91
3.3.1	Programa Digital y Comercio Electrónico.	94
3.4	Influencia de la Legislación Internacional para la Regulación del Comercio Electrónico en México.	97
3.4.1	Análisis de la reforma legal.	102
3.4.1.1	Código Civil Federal.	102
3.4.1.2	Código Federal de Procedimientos Civiles	105
3.4.1.3	Código de Comercio.	106
3.4.1.4	Ley Federal de Protección al Consumidor.	111
3.4.1.5	Norma Oficial Mexicana sobre los requisitos que deben observarse para la conservación de Mensajes de Datos.	114

•	<b>CAPÍTULO 4. Contrato de Compraventa.</b>	<b>120</b>
4.1	Contrato de Compraventa en el Código Civil y en el Código de Comercio.	120
4.1.1	Elementos Personales del Contrato de Compraventa civil y mercantil.	124
4.1.1.1	Capacidad.	126
4.1.1.2	Consentimiento.	129
4.1.2	Elementos reales del Contrato de Compraventa civil y mercantil.	130
4.1.2.1	Objeto.	130
4.1.2.2	Precio.	131
4.2	Diferencia entre el contrato de Compraventa mercantil y civil.	133
4.3	Compraventa internacional.	135
4.4	Contratos de Compraventa en Internet.	139
4.4.1	Naturaleza Jurídica del Contrato Electrónico.	142
4.4.2	Contrato de Adhesión.	144
4.4.2.1	Naturaleza Jurídica del Contrato de Adhesión.	146
4.4.3	Contratación entre Ausentes.	151
4.4.4	Requisitos de las contrataciones por Internet.	156
4.4.4.1	Firma Digital.	157
4.4.4.1.1	Ley Modelo de la CNUDMI para las Firmas Electrónicas.	162
4.5	Formas de Pago y medidas de seguridad.	168
4.5.1	Pagos en Línea.	169
4.5.2	Sistemas de Seguridad en Línea.	178

**• CAPÍTULO 5. Controversias en materia de Comercio Electrónico****en el Ámbito Internacional con relación al Contrato de****Compra Venta.----- 185**

5.1 Método Tradicional de los Conflictos de leyes. ----- 187

5.1.1 Sistema Conflictual Tradicional. ----- 197

5.1.1.1 Calificación. ----- 198

5.1.1.2 Reenvío. ----- 200

5.1.1.3 Cuestión Previa. ----- 201

5.1.1.4 Orden público. ----- 202

5.1.1.5 Fraude a la Ley. ----- 202

5.1.2 Solución de Conflictos con el Derecho Interno. ----- 202

5.2 El Derecho Uniforme. ----- 205

5.2.1 Convención de las Naciones Unidas Sobre los Contratos  
de Compraventa Internacional de Mercaderías. ----- 207

5.2.2 El arbitraje comercial. ----- 207

**• CONCLUSIONES. ----- 210****• ANEXO 1. ----- 214****• ANEXO 2 ----- 221****• ANEXO 3 ----- 227****• ANEXO 4 ----- 232****• BIBLIOGRAFÍA. ----- 247**

## INTRODUCCIÓN.

El comercio, desde sus orígenes, es una actividad muy importante, pues gracias a él, los seres humanos somos capaces de intercambiar bienes y servicios y así poder satisfacer nuestras necesidades; razón por la cual, es el mismo hombre el responsable de establecer las reglas de este intercambio, mediante los diferentes usos y costumbres, que posteriormente se convertirán en ley.

El desarrollo de los medios de comunicación y de los sistemas informáticos, otorga los medios para llevar a cabo la actividad comercial de un modo más rápido; lo que trae como consecuencia que la legislación comercial y la *lex mercatoria* sean rebasadas, al crear barreras u obstáculos que se transforman en lagunas legales para el comercio, como por ejemplo las consignaciones en papel, es por ello, que para poder establecer este tipo de transacciones, tanto a nivel nacional como internacional, fue necesario modernizar las leyes comerciales, con la finalidad de otorgar los medios jurídicamente válidos para poder realizar el Comercio Electrónico, pero esta modernización o actualización legislativa, aún no se ha concluido,

pues la tecnología avanza diariamente y con ello surgen diferentes aspectos que deben ser necesariamente regulados por el Derecho, así mismo, buscar la existencia de una compatibilidad entre el Derecho Internacional y el Nacional de cada Estado, pues no hay que olvidar que en la Red de Redes, no existe frontera alguna. Es importante resaltar, que las modificaciones que se realicen, deben ser flexibles para adaptarse a la evolución de los mercados electrónicos, de tal manera que otorguen a las personas la seguridad de considerar a los medios electrónicos, como una vía segura de contratación.

Aunque en el Comercio Electrónico, es posible encontrar diferentes ramas en las que el Derecho tiene amplia intervención, en la presente investigación, desarrollaré un estudio sobre los contratos de compraventa internacional realizados por Internet, al considerar que conforme aumenta el uso de Internet para celebrar este tipo de contrataciones, en ocasiones surgen controversias y conflictos, mismos que al igual que el comercio tradicional, requieren de una intervención judicial para que las partes puedan llegar a un acuerdo, pero en este caso aplicándolo a situaciones donde la comunicación se realiza por medio de mensajes electrónicos.

Además de realizar un estudio sobre la actitud que toma la Comunidad Internacional para estar jurídicamente, a la vanguardia en materia de Comercio Electrónico, es importante también, ver qué acciones sigue nuestro país frente a este avance tecnológico y actualizar su Derecho Positivo.



## **CONTRATO DE COMPRA VENTA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL.**

### **CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES.**

#### **1.1. El Comercio a través de la Historia.**

Tan pronto como la economía cerrada o natural, en la cual cada grupo satisface íntegramente sus necesidades por sí mismo, resulta inadecuada a la compleja organización de una sociedad, surge un fenómeno, el trueque, el cual por sí mismo no se puede calificar de mercantil, pero trae como consecuencia lo que ahora llamamos comercio.

Si el trueque supone que cada unidad económica produce en exceso determinados satisfactores, y carece de otros que son producidos por distintas células económicas, es porque se ha manifestado ya, aun cuando sea sólo de modo embrionario, la división del trabajo; y consecuencia necesaria de ésta es que la tarea de realizar cambios entre las distintas unidades económicas la asuma, de

manera especializada, una persona, o un grupo determinado de personas, cuya actividad económica consista, justamente en efectuar trueques, no con el propósito de consumir los objetos adquiridos, sino con el de destinarlos a nuevos trueques, que llevarían el satisfactor de quien lo produce a quien lo ha menester para su consumo. Surge así 'el comercio', el cambio para el cambio; y junto a la figura del labrador, del herrero, del carpintero, etc., aparece la del comerciante, es decir, el hombre que se dedica a interponerse para facilitar el intercambio de satisfactores.

Aunque desde épocas muy primitivas existió la tendencia a intercambiar objetos fue sobre todo a partir del neolítico cuando, a causa del desarrollo y la especificación de las actividades humanas, se hicieron necesarias las relaciones comerciales. Las piedras (sílex, obsidiana), el ámbar y la sal fueron los principales objetos de comercio. Aparecieron entonces las primeras rutas comerciales, que en el Continente europeo unieron los países bálticos, productores de ambas piedras, con los mediterráneos productores de sal. El empleo de los metales originó nuevas corrientes comerciales. Fue famosa la

ruta del estaño, que unía las misteriosas Casitérides<sup>1</sup>, con las civilizaciones mediterráneas. Esta ruta se prolongó con algunas interrupciones y modificaciones hasta la época romana. Las rutas comerciales seguían las vías de comunicación naturales: valles, cursos fluviales, mares. Las primeras embarcaciones que surcaron el Mediterráneo se remontan al VII milenio, y los carros de ruedas tirados por bueyes, a las primeras culturas mesopotámicas.

Las relaciones comerciales facilitaron el contacto entre las diversas culturas, especialmente cuando necesidades de orden administrativo y militar impulsaron a los grandes imperios a mejorar sus vías de comunicación. Roma llevó a cabo el máximo esfuerzo de la antigüedad en este sentido: convirtió el Mediterráneo en un mar seguro, libre de piratas, y construyó unos 300,000 kilómetros de calzadas, 10,000 de ellos en Hispania. Durante los cinco primeros siglos medievales las vías romanas siguieron con un extraordinario valor en toda Europa Occidental y en el ámbito del Mediterráneo. En esta época Constantinopla centralizó el comercio con Oriente a través

---

<sup>1</sup> Islas productoras del Estaño, situadas en las costas gallegas o en la Bretaña Francesa.

de Persia; los principales productos de este comercio eran, al igual que en época romana, la seda y las especias. La ruta de la seda pasaba por Bagdad, Merv, Bujara y Samarcanda, y llegaba hasta Kashgar, centro de intercambio de mercancías entre occidentales, chinos e indios. La ruta de las especias enlazaba la India con el Mediterráneo, a través de Ceilán; esta ruta fue abandonada por los bizantinos a favor de los árabes en el siglo VII. Durante la baja Edad Media los principales focos comerciales europeos fueron las ciudades italianas y la Hansa; ésta alcanzó a agrupar más de 90 ciudades del norte de Europa y a monopolizar el comercio del Báltico y del Mar del Norte. Su decadencia se produjo a fines del siglo XV, al no poder adaptarse al cambio de orientación comercial derivado del cese del comercio realizado con Rusia y a la competencia con Holanda. La decadencia del Mediterráneo, visible a los comienzos del siglo XVI, obedeció tanto a razones propias (decadencia de los países del área mediterránea), como los descubrimientos geográficos. Estos ampliaron el área de las relaciones comerciales, haciéndola extensiva a casi toda la Tierra; así junto a las rutas tradicionales que enlazaban Europa con el extremo Oriente, surgieron otras nuevas: la ruta portuguesa de circunnavegación a Africa para el comercio de las especias; la de

Manila a Acapulco, que transportaba la seda china a cambio de la plata mexicana. El comercio entre las colonias españolas de América y la metrópoli, centralizado por el Estado a través de la Casa de Contratación, se realizó mediante un sistema de flotas, estructurado a mediados del siglo XVI.

El sistema de monopolio estatal se reveló ineficaz para competir con las fórmulas más flexibles de las compañías de comercio que surgieron en Holanda e Inglaterra. Holanda en el siglo XVII y Gran Bretaña en el siglo XVIII dominaron el comercio internacional, especialmente el que se efectuaba con África e Indias Occidentales, zonas en las que fundaron factorías que serían la base de sus imperios coloniales. Las técnicas financieras, que habían experimentado un primer desarrollo en la Baja Edad Media, se perfeccionaron en esta época con la generalización de las letras de cambio y la introducción de las bolsas de valores y de los bancos. Respondían a las necesidades creadas por el aumento del volumen y ritmo de las operaciones comerciales. La revolución industrial, fenómeno ligado al aumento de la producción y del consumo de los países occidentales, produjo un nuevo crecimiento del comercio,

favorecido desde mediados del siglo XIX por la mejora de los transportes: construcción de ferrocarriles, apertura del canal de Suez y del canal de Panamá, mejora y ampliación de las carreteras, aparición de los vehículos de motor.

Con la era del imperialismo, las potencias coloniales europeas intensificaron la explotación de los territorios de ultramar, para generar un nuevo y significativo comercio que llevó aparejadas nuevas rutas marítimas. La más importante era la que partía de los puertos británicos y a través de los enclaves ingleses del Mediterráneo y Mar Rojo llegaba al África Oriental Británica, por una parte, y la India, Ceilán, Birmania, Malasia y Singapur, por otra, y finalizaba en Australia o en los Puertos de China y Japón. A través de ésta u otras rutas (como las que unía a Europa con otros puertos del África Occidental y Sudáfrica) los países económicamente desarrollados de Europa Occidental y los Estados Unidos recibían de Asia, África y Latinoamérica las materias primas necesarias para su industria y consumo crecientes. En sentido contrario, exportaban productos manufacturados, en un tipo de intercambio que básicamente prosigue hoy con similares características: precios de las materias primas

dictados por los *trusts* monopolistas europeos o estadounidenses; precios de los productos manufacturados en constante aumento. El resultado de este intercambio a lo largo de más de un siglo ha sido el constante empobrecimiento del denominado Tercer Mundo, que apenas comienza a cambiar de signo en los últimos años.

## **1.2. El surgimiento de Internet.**

Internet dio sus primeros pasos en Estados Unidos, a finales de los años 60 (durante la Guerra Fría), como producto de un proyecto del Ministerio de la Defensa Estadounidense conocido como A.R.P.A.N.E.T; la cual, fue desarrollada como una red de investigación militar que sustituía a otra red anterior que obedecía a un modelo centralizado y que era, a ojos de los dirigentes del Pentágono, altamente insegura: en caso de guerra, una sola bomba podría destruir toda su infraestructura de comunicaciones. Una de las características de la red A.R.P.A.N.E.T es la posibilidad de compartir diferentes tipos de recursos, además, de que todas las computadoras integrantes son independientes, es decir, uno puede desaparecer, otro nuevo puede

entrar, pero todo ello no afecta en modo alguno al funcionamiento de la red. Otro hecho a destacar es el de que la comunicación se produzca en todas direcciones, con lo que cualquier usuario se puede conectar con cualquier otro en cualquier parte de la red. Gracias a ésto se interconectaron las principales universidades de E.E.U.U y algunos centros de investigación científica. En la evolución de A.R.P.A.N.E.T se construyeron más centros servidores de información que, a su vez, requerirían de más interconexiones entre ellos. A medida que pasaba el tiempo, la demanda era mayor por lo que cada vez había más computadoras conectadas y, a comienzos de los 80 aparecen numerosas redes. Aquello era un gigantesco banco de datos en el que resultaba muy difícil encontrar lo que se necesitaba y había demasiados formatos incompatibles. Así nació Internet, que unificó lo que antes era un "rosario" de pequeñas redes y, lo que es más importante, introdujo las herramientas necesarias para su manejo, creándose diferentes programas de acceso, lo que permitió un crecimiento de usuarios y servidores que es y ha sido expotencial.

En poco más de diez años el Reino Unido se conectó a la ya gran red que cubría casi todas las universidades y centros científicos



de Estados Unidos; luego se conectarían los demás países de Europa y algunos del Continente asiático. Ya a finales de los ochenta se hablaba de una red internacional. Fue con la creación del servicio *Web* al principio de los noventa lo que logró que se conectaran millones de personas desde sus casas y oficinas. A mediados de los noventa comenzó el gran auge, donde se puso de manifiesto el comercio, los negocios financieros, y sobre todo el entretenimiento. Actualmente se calcula que deben existir alrededor de 200 millones de internautas en la gran autopista de la información.

El Internet ha influido en el nuevo concepto de comercio, pues éste no parte de cero, esto es, en los mercados tradicionales, el comercio se desarrolla paralelamente con la sociedad de la sociedad (aunque en ocasiones era el comercio y la actividad industrial la que servía de motor en el desarrollo de ésta).

### **1.2.1. Naturaleza del Internet.**

Es variada, pues en ese espacio o dimensión el hombre se comunica, se educa, consume, efectúa transacciones, plantea

conflictos y hasta se producen delitos. Es un espacio en el que el hombre genera nuevas relaciones, crea nuevas redes. La facilidad que hay para que el hombre pueda entrar y salir del mundo real al virtual y viceversa, es lo que lo hace realmente asombroso y es lo que produce un impacto en el Derecho y en las relaciones jurídicas. Esta facilidad, junto con la expansión de las computadoras, es lo que origina la principal característica del Internet: su masividad y su explosivo y constante crecimiento que no solo será en los próximos años, sino que se incrementará más.

Horacio Lynch, señala que el Internet genera un nuevo Derecho, el Derecho de Internet, pues cambia la vida del hombre y por ende, impacta en el Derecho<sup>2</sup>.

Ejemplo de lo anterior son las modificaciones a las que se tuvo que adaptar nuestro Derecho vigente en el año 2000<sup>3</sup>. El espacio en Internet, no está sujeto a jurisdicción alguna, lo que crea enormes

---

<sup>2</sup> Cfr. LINCH, Horacio. "La incierta naturaleza de Internet". Ponencia presentada en ocasión del 1er. Congreso Virtual sobre aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico (ECOMDER 2000)

<sup>3</sup> D.O.F. 29 de Mayo del 2000.

desafíos para el Derecho, pues dicho de otra forma, la red de redes no tiene dueño y ningún país del mundo tiene potestad en ella.

Con relación al tiempo y la distancia, en el Internet las cosas suceden a velocidad luz, contrariamente al mundo físico y al Derecho que lo regula; en el mundo virtual el tiempo no tiene tanta importancia, prácticamente se produce su eliminación, además de que al estar conectado es posible decir que hay una desaparición de la distancia, pues en la actualidad, con el avance tecnológico se puede interactuar con otras personas o “sites” de otras partes del mundo.

Otra característica del Internet es que facilita a extremos increíbles el acceso a la información, lo cual supone entre otras cosas:

- Eliminar a los proveedores de información, para generar una gran transparencia entre la oferta y la demanda, y así acercarnos al ideal del mercado perfecto, lo cual es un aliciente para el Comercio Electrónico; la inconveniencia es que también facilita el acceso a los datos personales, con el consiguiente peligro para la privacidad, lo que trae como consecuencia un desaliento para el *E-Commerce*.

## **CAPÍTULO 2. MARCO CONCEPTUAL.**

### **2.1. Acto de Comercio.**

En la determinación de este concepto, esencial para la regulación legal del tráfico mercantil, se han intentado dos vías: la objetiva y la subjetiva.

Por acto objetivo de comercio se ha entendido, el que efectúa la circulación de los bienes entre los productores y consumidores; el referido a la especulación lucrativa realizada sobre dichos bienes; el resultado de la combinación de la circulación y la especulación sobre los productos; el relacionado, en suma, con toda la actividad con que opera una empresa.

Acto Subjetivo de comercio, en cambio, sería el realizado por todo individuo con estatuto jurídico de comerciante, es decir, dedicado a la actividad mercantil.

Las legislaciones de los diferentes países han reflejado distintas posiciones, por ejemplo, el Código de Comercio francés, sigue el sistema mixto, al distinguir entre actos de comercio objetivos y subjetivos. Son éstos últimos los que tienen una relación de dependencia en la empresa mercantil. La ley alemana, acoge el sistema subjetivo: será acto de comercio el realizado por un comerciante, siempre que pertenezca a la explotación de su industria mercantil. El Código de Comercio español no da ni una definición doctrinal de acto de comercio ni una enumeración de lo que por tal, hay que considerar. El Código de Comercio italiano es el que con más exactitud refleja las necesidades del actual nivel de desarrollo de la actividad mercantil, al superar la vieja directriz subjetivista y no recurrir a la noción objetivista es decir, la pertenencia del acto a una organización en forma mercantil bastará para calificarlo automáticamente como acto de comercio<sup>1</sup>.

De acuerdo con Roberto Mantilla Molina, nuestro vigente Código de Comercio comienza con la declaración de que sus disposiciones

---

<sup>1</sup> Cfr. Enciclopedia Salvat Universal,. Salvat Editores. México 1981, Tomo I p.120.

sólo se aplican a los Actos de Comercio<sup>2</sup>; sin embargo, más adelante se contradice, pues inicia con una serie de preceptos sobre el comerciante y sus obligaciones. Por lo anterior, es posible deducir que el Código de Comercio mexicano, no sólo se aplica a los actos de comercio, y que por lo tanto es mixto.

## **2.2. Concepto de Comercio Electrónico.**

El Comercio Electrónico es una herramienta que ha impactado las actividades económicas en su conjunto, en particular las relaciones y transacciones más frecuentes, donde se vinculan los distintos sectores de la industria y los servicios con agilidad, precisión y a costos que lo convocan como un recurso adicional del mercado.

El Comercio Electrónico consiste en efectuar todas las operaciones inherentes al comercio convencional como comprar, vender, solicitar productos o servicios, etc., a través de un medio electrónico. Esto se realiza en dos niveles: empresa a empresa y

---

<sup>2</sup> Cfr. MANTILLA Molina, Roberto L.- Derecho Mercantil, vigésima novena edición, cuarta reimpresión.- Editorial Porrúa. - México 1998.- P.p. 57, 58.

**empresa a consumidor. Cabe aclarar que el Comercio Electrónico no compite con las formas habituales de compra, las complementa.**

**La Comisión Europea define al Comercio Electrónico como todo lo relativo a los negocios electrónicos, basado en el procesamiento y transmisión de datos, incluidos texto, sonido y video y considera actividades muy diversas, como el comercio electrónico de bienes y servicios; la distribución en línea de contenidos digitales; la transferencia electrónica de fondos; las guías de embarque electrónicas; las subastas comerciales; las compras del sector público; la comercialización directa al consumidor final y los servicios de posventa.**

**Por su parte la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) refiere que el Comercio Electrónico, son todas las transacciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos.**

**La participación en el Comercio Electrónico requiere, inicialmente, de la presencia en los medios de comunicación**

electrónica, como es Internet. La red de redes implica un cambio radical en los patrones de consumo y, si bien es un proceso que puede tardar en consolidarse un lustro más, quienes deseen tener éxito en la economía del mañana deben tomar decisiones ahora.

Una verdad innegable de esta última década del siglo es que Internet a significado una revolución, no sólo en términos de tecnología, sino en cuanto a la manera de abordar y concretar las relaciones humanas y comerciales.

El significado estratégico de comercio electrónico es que no sólo simplificará los negocios existentes, sino que creará nuevos negocios. Las limitaciones tradicionales en términos de periferia y escala son hoy, menos importantes, pero las compañías necesitan involucrarse ahora para rastrear y adaptarse a este medio cambiante y explotar completamente la oportunidad de la imparable transformación a comercio electrónico.



Aquel viejo refrán según el cual "la distancia mata la relación", quedó desfasado gracias a Internet, así mismo, la experiencia de compra presencial está en vías de ser desplazada al menos, en algunos mercados por las facilidades que le brinda la red para las transacciones comerciales.

Internet, poco a poco, cambia los parámetros en distintos ámbitos de la vida cotidiana y en los negocios, el mercadeo y construcción de marcas no son la excepción. En este sentido, es importante tener en cuenta que en la red no hay transferencia de éxito. Es decir, una empresa tradicional no necesariamente tiene buenos resultados al estrenarse en el formato en línea.

El comercio de Internet crece más rápido entre los negocios. Se usa para la coordinación entre los funcionamientos adquisitivos de una compañía y sus proveedores; para los proyectistas de la logística en una compañía y las compañías de transporte que almacenan y mueven sus productos; para las organizaciones de las ventas y los

comerciantes al por mayor o minoristas que venden sus productos; y para el cliente que quiere satisfacer sus necesidades.

Para la mayoría de los usuarios de Internet y especialmente para aquellos que hacen compras "*online*", pasa desapercibido el hecho de que se confía información de importancia y de tipo confidencial, por ejemplo el número de tarjeta de crédito. La primera vez que se compra en línea, se duda de la seguridad de los sistemas, y esta duda permanece en el subconsciente cada vez que se "*acepta*" una nueva compra. Esta situación ha sido estudiada por los grandes proveedores de servicios en línea y empresas relacionadas, y sólo a partir del año 1996, aproximadamente, Internet se convirtió de un simple medio de publicidad, en el cual los usuarios accedían a los *sites* y navegaban por los catálogos de productos, a un medio efectivo de comercio, en el cual el dinero, en sus distintas modalidades, cambia de manos en una forma segura, rápida y confiable. Este intercambio, sólo fue posible a partir del nacimiento de protocolos que permiten alcanzar un nivel de conexión segura. Con el desarrollo o soporte del protocolo por los navegadores de Internet, se hicieron viables las transacciones

financieras, y la información intercambiada entre las partes si bien puede perderse o deteriorarse total o parcialmente, llega a su destino en forma privada e incorruptible. El logro más importante del protocolo es proporcionar privacidad y confianza entre las partes que se comunican.

El Comercio Electrónico ha evolucionado extraordinariamente, y su ritmo de crecimiento es insostenible, pero se mantiene de lado su reglamentación y normas de conducción, las cuales están desarrolladas paralelamente, tanto a escala nacional por algunos países, como en el ámbito internacional por grupos y organismos multinacionales.

### **2.2.1 Tipos de Comercio Electrónico.**

El Comercio Electrónico, puede ser subdividido en cuatro categorías:

- Empresa – Empresa.
- Empresa – Consumidor.

- Empresa – Gobierno.
- Consumidor - Gobierno.

Un ejemplo de la categoría Empresa – Empresa, sería una compañía que usa una red para ordenar a sus proveedores, donde se reciben beneficios y hacen pagos. Esta categoría de Comercio Electrónico ha sido bien establecida por muchos años, particularmente al utilizar el Intercambio Electrónico de Datos por encima de redes privadas o sobrevaluadas por el volumen de negocios. Se transmite información estructurada de computadora a computadora con el fin de que el emisor y el receptor cuenten con información uniforme y la puedan procesar sin necesidad de papel ni capturas reiterativas

La categoría Empresa – Consumidor, se iguala en gran medida a la venta al por menor. Esta categoría se ha expandido mundialmente con la aparición de internet (*world wide web*). Su acción se refiere más al comercio desarrollado hacia el consumidor final que hacia otros sectores, cuyo peso en la cadena distributiva es de gran magnitud. La

empresa ofrece la gama de productos con intención de venta, y es así como existen centros comerciales por todo Internet al ofrecer todo tipo de bienes al consumidor, desde pasteles y vino, hasta computadoras y autos, lo cual se responde por las intenciones de compra, pero el trámite de pago se realiza de forma electrónica, aunque la entrega de la mayoría de los productos necesariamente es física. Aquí se integran también los servicios, por lo que destaca el sector financiero, que sostiene una red electrónica propia.

La categoría Empresa – Gobierno, utiliza como medio de comunicación Internet y cubre todas las transacciones entre compañías y organizaciones del gobierno, por los particulares requerimientos de las licitaciones y registro de participantes.

La categoría Consumidor – Gobierno, aun no emerge, sin embargo en el despertar del crecimiento de las categorías Empresa – Consumidor y Empresa – Administración, los gobiernos pueden extender interacción electrónica como a pagos y a bonificación del pago de impuestos. En esta categoría entra el pago de bienes y

servicios que proporciona el gobierno, el pago y trámite de asuntos relacionados con los impuestos.

### **2.2.2 En México.**

Hay que tomar en consideración que en nuestro país coexisten formas de comercio ancestrales frente a novedosos formatos, y que aún carecemos de una costumbre para hacer transacciones comerciales electrónicas, lo que indudablemente representa una forma de vida diferente.

Recordemos que inicialmente existió desconfianza en los cajeros electrónicos del sistema financiero y que poco a poco se convirtieron en la alternativa confiable y ágil para realizar muchas transacciones bancarias. La aplicación de una fórmula tecnológica distinta desconcierta inicialmente, hasta que se convierte en parte de nuestra vida cotidiana.

Debemos comprender que un servicio de Comercio Electrónico no es solamente un acto de audacia, sino que mantener la eficiencia en los procesos, permite obtener ahorros sustanciales que representarán una tasa interna de retorno breve y garantizada. Cambiar los paradigmas de comercialización y anteponer el mejor servicio son los parámetros actuales de la competencia, y quien no esté actualizado y participe de estos procesos perderá su oportunidad en el mercado.

Según estimaciones de diversas fuentes, en México hay alrededor de 1.5 millones de usuarios de Internet, con un crecimiento de más del 100% anual, y se espera que esta cifra llegue a los 10 millones para el año 2003. Por otra parte, se calcula que hay alrededor de 1 millón de usuarios mexicanos en los Estados Unidos, que compran más de \$50 millones de dólares, lo cual representa una cifra muy importante de clientes potenciales para el comercio electrónico en México. Actualmente, hay un gran número de tiendas virtuales en nuestro país.

En cuanto a las empresas mexicanas que practican los 'Negocios Electrónicos', podemos decir que son de todo tipo con respecto a su tamaño y presencia en los sectores industrial y comercial. Las aplicaciones más frecuentes que hacen este tipo de empresas son las orientadas a la habilitación de sus procesos de relación con los clientes, como son los pedidos y órdenes de compra, y la recepción de pago. Esto se traduce en un amplio campo de desarrollo y de oportunidades de negocio en aplicaciones a procesos de negocio que permiten las mejoras en la productividad, como la integración a redes electrónicas de empresas e instituciones. Respecto del impacto que los 'Negocios Electrónicos' causan en las formas de relacionarse con los clientes, mercado y proveedores, estudios realizados por AMECE (Asociación Mexicana para el Comercio Electrónico) demuestran que no es estándar, pues hay diferencias regionales. Así las empresas localizadas en el área metropolitana de la Ciudad de México, las áreas que participan más intensamente en los Negocios Electrónicos son fianzas, sistemas, compras, logística e inventario, mientras que en Monterrey las áreas



funcionales más dinámicas en estas prácticas son mercadotecnia e inventarios.<sup>3</sup>

### **2.2.3 ¿Qué compran los mexicanos?**

El perfil del consumidor de comercio electrónico en México revela que la mayor parte de los bienes y servicios consumidos en México a través de Internet, son: libros 10.9, equipos y programas de cómputo 7.3, productos electrónicos 5.6, agencias de viaje 5.1, música 4.4, otros 2.3<sup>4</sup>.

En cuanto al gasto, el 48% realiza compras en promedio de entre \$501.00 a \$2000.00 pesos, casi el 20 % tiene un gasto promedio superior a los \$2000.00 pesos en las tiendas virtuales. La forma de pago generalmente se hace a través de tarjeta de crédito de emisión nacional.

---

<sup>3</sup> Cfr. "Productividad Digital". Boletín Informativo de la Asociación Mexicana para el Comercio Electrónico . No. 4 Agosto del 2001. P.p. 8-14.

<sup>4</sup> Revista Comercio Exterior, Vol. 49 No. 10, México. Octubre 1999. - " El comercio electrónico como mecanismo de apoyo a las exportaciones mexicanas" LAJUD, Desentis César.-. P. 889

### **2.2.4 Sistema E- México.**

Es importante señalar que en nuestro país surge un sistema en el que se desarrollan dos de las cuatro categorías de Comercio Electrónico, mencionadas con anterioridad, las cuales son: Empresa – Consumidor y Empresa – Administración, mismo que se denomina E-México. Este sistema es un proyecto integrador que busca agrupar los intereses de los distintos niveles de gobierno, de diversas entidades y dependencias públicas, de los operadores de redes de telecomunicaciones, así como de diversas instituciones públicas y privadas, a fin de ampliar la cobertura de servicios de salud, educación, comercio y gobierno, además de otros servicios a la comunidad. E-México integra cuatro subsistemas interrelacionados:

- Tecnología e Interconexión.
- Contenidos y Programas.
- Marco Legal y Tarifario.
- Administración y Gestión.

Los objetivos que busca este sistema son: reducir la brecha digital entre México y el mundo; entre el gobierno y las empresas, entre el individuo y sus familiares. Incrementar la penetración y cobertura de servicios como telefonía e Internet, así como otros servicios afines. Eliminar barreras de acceso a la información, el conocimiento los servicios y los mercados. Facilitar el acceso a diversos servicios como salud, educación, comercio y los servicios y trámites del gobierno. Incorporar a las medianas y pequeñas empresas, así como a los microproductores artesanales y de diversas actividades regionales en la denominada "nueva economía". Eliminar cadenas de intermediación que no agregan valor a las actividades productivas y comerciales de las empresas. Difundir nuestra riqueza pluricultural, así como los atractivos naturales y turísticos que México ofrece al mundo.

La ambición de este sistema hecho por y para mexicanos, que por su propia naturaleza es un proyecto incluyente y sensible a las características sociales de nuestro país, que incorporará servicios y contenidos a grupos específicos como grupos étnicos y lingüísticos,

personas con capacidades especiales, y mexicanos residentes en el extranjero, va mucho más allá de instalar computadoras en todo el país y enlazarlas a la red mundial Internet, pues lo importante es el uso que se le dé a la infraestructura y la incorporación de prácticas que agreguen valor a las actividades culturales, políticas, económicas y sociales del país.

Los principales objetivos del sistema E-México se alcanzarán al interconectar las distintas redes públicas de telecomunicaciones operadas en el país, a fin de integrar una Mega Red Nacional con cobertura en la mayor parte del territorio nacional; realizar una conexión entre los tres niveles de gobierno; aprovechar la infraestructura de las oficinas públicas, por ejemplo las de telégrafos que cuentan con acceso a Internet y servicios de cómputo; facilitar el acceso al Sistema, a través de las escuelas e instituciones académicas, centros de salud, así como mediante la instalación de quioscos públicos; incorporar en el Sistema contenidos, servicios y prácticas de gobierno, educación, salud y comercio, de uso ágil, sencillo y transparente; presentar los contenidos y servicios en

distintas lenguas indígenas, mediante un portal amigable e inteligente, a fin de garantizar el acceso a la mayor parte de la población.

Los contenidos que conforman al Sistema E-México son cuatro:

- E-Gobierno, medio para que todos los mexicanos en los ámbitos federal, regional, estatal y municipal, puedan ejercer su derecho a estar informados y acceder a los servicios que ofrece el Estado, a través de la Mega Red del Sistema. Así mismo, el Estado, a través de las diferentes instancias de gobierno, asume su obligación de garantizar el acceso de toda la población, a la información, uso y aprovechamiento de los diversos servicios que el público ofrece.

Dentro de estos servicios la población podrá realizar consultas y trámites a través de la Mega Red, así tenemos la realización de trámites como la declaración de impuestos, solicitud de permisos y licencias, pasaportes y cualquier otro trámite, de tal manera que una terminal o computadora se convierta en una

ventanilla de Atención ciudadana, que agilice y transparente los servicios.

- E-Salud, subsistema por medio del cual la población podrá obtener información en línea sobre contenidos y programas que ofrece el sector salud y tener acceso a múltiples servicios de atención, información y capacitación a distancia. Se puede acceder a programas que permiten alcanzar mejores condiciones sanitarias y de higiene, así como mejores prácticas para la prevención de la salud, tanto en las concentraciones urbanas como en las más apartadas del país. Además los médicos, las clínicas, hospitales y en general, el sistema de salud nacional, podrán contar con información actualizada para el mejor desempeño de su profesión.

Otra de las ventajas es el auxilio oportuno tanto a médicos como a pacientes, al igual como el apoyo a distancia de médicos especialistas o médicos generales.

- **E-Educación, busca aprovechar el avance tecnológico en telecomunicaciones e informática, a fin de ofrecer y mejorar servicios de aprendizaje y enseñanza en línea, promover prácticas de capacitación y actualización permanente del magisterio y, de manera prioritaria, ampliar la cobertura de los servicios educativos y elevar el nivel medio de escolaridad de la población.**

- **E-Economía, integra y difunde servicios dirigidos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, al fortalecimiento del campo y las empresas sociales, así como de fomento a la actividad turística nacional, para aprovechar las oportunidades de la nueva economía digital.**

**En este sentido, los principales objetivos de este contenido son reducir cadenas de intermediación y barreras de entrada a los mercados; articular intereses de proveedores, consumidores y comerciantes; conocer otras prácticas para la elaboración de productos y uso sustentable de los recursos productivos; fortalecer**

el desarrollo de las distintas regiones del país, especialmente de las más marginadas.

El sistema E-México arrancó el 22 de febrero del 2001 con la puesta en marcha del Centro Comunitario Digital (CCD) de la población El Salto, Durango por parte del Presidente Vicente Fox Quesada; a la fecha se tienen en operación más de 60 CCDs en zonas urbanas y rurales.

### **2.3 En el ámbito Internacional.**

Por el propio concepto de Comercio y debido a la ausencia de fronteras en Internet, es probable la acumulación de tiempos intermedios en el proceso comercial de compraventa.

Por ello hay que prestar una especial atención a los costes derivados de la valoración en función del tiempo, especialmente si se emplean tipos distintos de divisas. Una ausencia de control en este aspecto puede resultar en fuertes pérdidas.



Uno de los objetivos del Comercio Electrónico es reducir estos gastos a través de técnicas de automatización de la cadena comercial, por ejemplo, mediante sistemas que controlen desde la producción, gestión de *stock* y finalmente coordinación e implementación de los sistemas de cobro y pago.

#### **2.4 Definición EDI (*Electronic Data Interchange*)**

El Intercambio Electrónico de Datos (EDI), es la comunicación de información estructurada de computadora a computadora y de aplicación a aplicación, sin intervención humana y sin papel, entre corporaciones, instituciones o individuos, al utilizar un formato estándar para los documentos de negocios entre las empresas, que se transforma de manera constante y plantea nuevos retos. Habiéndose impuesto en todo el mundo, en lugar de preparar los documentos y enviarlos a través del correo o utilizar otro medio de comunicación, los usuarios de EDI, intercambian la información de negocios directamente entre sus sistemas de computación.

El objetivo es unificar todos los lenguajes técnicos en un mismo estándar, y EDI se basa en la utilización de mensajes estándar, lo que asegura que todos los participantes utilicen un mensaje común. Un mensaje consiste en formatos uniformes adoptados para la transmisión electrónica de los documentos de negocios (las transacciones). Además, incluye elementos de seguridad, control y otras reglas y convenciones referentes a la utilización de las transacciones.

En la década de los setenta, cuando se desarrollaron los primeros lenguajes EDI, algunos sectores tenían su propio estándar pero después se agruparon, y hoy en día predominan a nivel internacional dos estándares:

*UN/EDIFACT United Nations/ EDI for administration, commerce and transport* (Naciones Unidas/ EDI para el gobierno, el comercio y el transporte), desarrollado en Europa, bajo el auspicio de las Naciones Unidas, el cual contempla una serie de formatos de mensajes definidos, que han sido diseñados para ser utilizados por los diferentes

sectores industriales que lo requieran (comercial, financiero, gobierno, transporte, etc.). Así mismo, EDIFACT tiene desarrolladas cerca de 100 transacciones de negocios, cada una de ellas contiene la información necesaria para satisfacer una operación de negocios en particular (Orden de Compra, Factura, Aviso de Embarque, etc.), en cuestiones de seguridad ofrece algunas ventajas. Cuenta con una norma de calidad ISO 9735, que especifica las características que debe tener la firma digital y el mensaje para garantizar su confidencialidad y no repudiación.

**ANSI ASC X12** (*American National Standards Institute Accredited Standards Committee*), es el estándar desarrollado y utilizado en los Estados Unidos, el cual contempla una serie de formatos de mensajes definidos, que han sido diseñados para ser utilizados por los diferentes sectores industriales que lo requieran (comercial, financiero, gobierno, transporte, etc.). Así mismo, ANSI X12 tiene desarrolladas cerca de 250 mensajes de negocios, cada uno de ellos con la información necesaria para satisfacer una operación de

negocios en particular (Orden de Compra, Factura, Aviso de Embarque, etc.).

La migración a UN/EDIFACT es uno de los grandes procesos que se busca llevar a cabo, pues dentro de algunos años más ya no habrá banco, institución o compañía que reciba mensajes en otro estándar que no sea el de las Naciones Unidas, lo cual traerá grandes beneficios al comunicarse con otros sectores en todo el mundo con un mismo lenguaje.

Cuando el Intercambio Electrónico de Datos se empezó a utilizar en México se tenía mucha influencia en cuanto a las soluciones utilizadas en los Estados Unidos, ya que empresas norteamericanas con subsidiarias en nuestro país les compartieron información sobre esta tecnología.

Fue así como en México se empezó a utilizar el estándar EDI ANSIX12 con mucho éxito tanto en el sector automotor como en el comercial, ya que éste contemplaba toda la información que las

empresas de los mencionados sectores necesitaban transmitir. De este modo más empresas adaptaron y desarrollaron la tecnología. EDI es desde entonces un sistema de comunicación probado y utilizado por un gran número de empresas a nivel nacional.

Sin embargo, por la misma fuerza y rapidez con la que EDI empezó a crecer, resulta lógico pensar que más sectores industriales lo empezaron a desarrollar, y dio como resultado más necesidades con respecto a la información que se manejaba.

Cuando el sector financiero hizo un análisis acerca de sus necesidades, se percató que el estándar que utilizaban los demás sectores (ANSI X12) no contaba con un nivel de seguridad necesario para transmitir transacciones financieras y lo encontraron en el estándar de las Naciones Unidas. A partir de ese momento el sector financiero desarrolla todas sus actividades bajo el estándar EDI, lo que trae como consecuencia que cualquier empresa que requiera realizar una transacción financiera tiene que basarse en las Guías de

**Implantación desarrolladas por el comité financiero bajo el estándar UN/EDIFACT.**

**Es importante señalar que el sector de aduanas también ha realizado todos sus desarrollos bajo los lineamientos del estándar UN/EDIFACT.**

**De acuerdo con lo anterior y con las tendencias internacionales de los estándares de Intercambio Electrónico de Datos, es posible decir que el estándar auspiciado por las Naciones Unidas es el que irá en evolución y prevalecerá; y que el estándar realizado por los Estados Unidos al cabo de unos años desaparecerá, incluso en ese país y en Canadá, donde ya se utiliza en algunas empresas el estándar europeo.**

## **2.5 Transacciones en Internet.**

El Comercio Electrónico, incluye ventas al consumidor final (*business-consumidor*), así como transacciones entre empresas (*business- business*).

El crecimiento del Comercio Electrónico se explica por las economías de red y de alcance. En las economías de red la demanda se refuerza a sí misma, es decir, entre más usuarios, se vuelve más atractivo para cada uno de ellos estar conectado y para nuevos usuarios conectarse. Por lo que respecta a las economías de alcance, al ampliarse la variedad de los productos ofertados en un sólo lugar se vuelve más atractivo para los consumidores visitar ese lugar puesto que sus costos de transacción se reducen más que proporcionalmente.

El Comercio Electrónico tiene efectos sobre la organización de los mercados y la regularización del comercio. En relación con los efectos económicos, el comercio en línea permite aprovechar las eficiencias que proporcionan los atributos tecnológicos y económicos,

como por ejemplo el acceso a la red; costos de conexión bajos y comunicación instantánea entre usuarios.

Uno de los elementos novedosos de Internet es que permite la comunicación rápida y barata entre empresas, lo cual incrementa las oportunidades para realizar negocios y crear nuevas formas de organización del mercado. En este aspecto hay dos tipos de organización virtual: las comunidades de negocios y los mercados de subastas en línea.

La comunidad de negocios, se refiere a un conjunto de empresas conectadas en red y que realizan transacciones entre ellas.<sup>5</sup>

### **2.5.1. Las subastas en línea.**

Las subastas en línea, son un modelo de mercado virtual, un servicio de intermediación donde se ponen en contacto compradores y vendedores de diversos productos.

---

<sup>5</sup> Sistema desarrollado por la empresa General Electric, que implanta un sistema EDI.



Es necesario aclarar, que una subasta es una operación comercial por medio de la cual el consumidor puede adquirir algún producto de su interés, siempre y cuando ofrezca más dinero que las demás personas interesadas en obtenerlo.

En Internet existen muchos portales que ofrecen el servicio de las subastas, o bien hay sitios especializados en esta materia, pero ambos funcionan solo como intermediarios para facilitar transacciones entre vendedores y compradores.

Existen dos tipos de subastas:

- **CON IMPORTE NORMAL.-** El vendedor elige el precio mínimo con el que debe iniciarse la subasta. Las personas participantes deberán ofrecer más o, en todo caso, igualar el precio inicial.

- **CON COSTO DE RESERVA.-** El vendedor determina un precio base, el cual desconocen los posibles compradores. En este caso el vendedor no está obligado a vender su producto a quienes realicen ofertas inferiores al costo base. Si no se llega a un precio superior o igual al de la reserva, la subasta se cierra sin que forzosamente haya un ganador. Es necesario aclarar que en algunos portales no se maneja el precio de reserva, a fin de evitar que se oculte información a compradores potenciales. Más bien se utiliza la "contraoferta", en la que el vendedor puede no vender su producto a un precio menor al que él determinó, el cual se da a conocer a los pujadores, es decir, a los interesados en comprar el objeto de la subasta.

De igual manera, existen tiendas en línea de compras grupales, las cuales reducen costos para el consumidor. Los precios de los productos que se ofrecen se abaratan en la medida que más consumidores compran.

En Internet existe un flujo de información abundante que afecta la comercialización electrónica de bienes y servicios. Los consumidores disponen de gran cantidad de información en la red y tienen acceso a los sitios de diversas empresas. Esto implica un menor costo de investigación para la investigación de productos y precios. Por su parte, las empresas, pueden identificar e incluso individualizar los gustos de los consumidores, lo cual permite segmentar los mercados y atender demandas específicas, y así se reduce la incertidumbre y el riesgo en la producción, pues así se elaboran los productos en la cantidad y con las características preferidas por el consumidor.

Existen dos aspectos importantes del Comercio Electrónico, en primer lugar los servicios al cliente que son necesarios para hacer atractiva la venta en línea y crear una lealtad hacia una empresa virtual; en segundo lugar, el *e-commerce* incide de una manera diferenciada en los mercados de acuerdo con las características de los productos comercializados virtualmente. El mercado de productos digitalizados es global, pero los productos físicos tienen mercados

segmentados por el costo de transporte de mercancías y las barreras comerciales.

Conviene destacar que las tiendas virtuales ofrecen diversos servicios de información al cliente y propician una comunicación entre ellos, lo cual trae como consecuencia que los compradores sean leales a un *site* de compras virtual, además de que se forman grupos con intereses similares, y con ello ofrecer a los compradores lo que necesitan o lo que se apega a sus gustos.

### **2.5.2. Transacciones Bancarias.**

En cuanto a las transacciones bancarias en línea, éstas poseen un atractivo especial para los usuarios, porque el costo de una red pública es menor al de una red privada, ahora bien, para que sus clientes utilicen este servicio, los bancos tienen incentivos para diversificar sus servicios en línea y para crear un portal financiero y de Comercio Electrónico, es decir, desarrollan portales<sup>6</sup> de banca

---

<sup>6</sup> Intermediario entre los usuarios y las empresas que ofrecen bienes y servicios. Venden espacios de publicidad a las empresas y su valor depende del número de visitantes.

especializada en servicios para su clientela, además de encontrarse enlaces con otros sitios para realizar compras en línea, reservaciones para viajes, conexiones a Internet, así como un servicio de correo electrónico para usuarios. Este también es un tipo de Comercio Electrónico, el cual está basado principalmente en los pagos a través de los bancos, ya sea mediante pagos con tarjetas de crédito o bien transferencias bancarias.

Existe un gran número de sitios que ofrecen inversiones en línea, donde un inversionista de cualquier tamaño puede adquirir valores. Las ventajas de este servicio son las bajas comisiones y la oferta de información financiera a un costo nulo con lo cual disminuye la importancia de los intermediarios bursátiles tradicionales.

### **2.5.3. Venta de servicios en Internet.**

Así como en los productos que se venden en la red, Internet constituye un medio propicio para la venta de diferentes servicios, entre los cuales destacan los financieros, los turísticos y los de

entretenimiento. El mercado de algunos servicios es de carácter local, como la venta de boletos para algún evento.

En cuanto a los servicios de carácter turístico, las agencias de viajes han representado un papel importante en la venta de boletos de las aerolíneas. Con el desarrollo de sistemas en Internet, las propias aerolíneas pueden vender directamente los boletos, ello ha provocado que se reduzcan los costos de las mismas al no tener que dar comisión a las agencias de viajes.

### **CAPÍTULO 3. LEGISLACIÓN VIGENTE INTERNACIONAL EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO.**

El Comercio Electrónico actual se lleva a cabo en una red pública donde la conexión es abierta y las oportunidades de negocios se amplían por la comunicación de agentes económicos que no tenían una relación previa fuera de la red. En este caso, las transacciones electrónicas necesitan un mecanismo apropiado para documentar virtualmente una transacción. El problema consiste en determinar si la persona o las personas que acuerdan una transacción están autorizadas para realizarla y qué evidencia virtual de dicho acuerdo brinda seguridad jurídica.

La incertidumbre jurídica y normativa del comercio virtual se considera el factor principal que limita el pleno desarrollo de la actividad. Por ello, se discute la forma de crear una normatividad para el Comercio Electrónico acorde con las características de la tecnología de red: conexión abierta a cualquier agente económico y transacciones negociadas por medios electrónicos.

En todos los intentos de acercarse al Comercio Electrónico, se parte de la existencia de obstáculos jurídicos en intercambios transfronterizos que impiden el máximo rendimiento del desarrollo de esta nueva forma de intercambio de bienes y servicios. El estudio preparado por la Secretaría de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo) sobre Comercio Electrónico, titulado "Comercio Electrónico: Consideraciones Jurídicas", fechado el 20 de mayo de 1988, se inicia con la constatación de que en los últimos años ha habido una revolución en la tecnología de la comunicación electrónica y de que el rápido desarrollo del intercambio electrónico de datos (EDI), correo electrónico y el Internet han cambiado radicalmente la forma de hacer transacciones comerciales. Los medios de comunicación electrónicos crean nuevas oportunidades comerciales y también nuevos desafíos, pues el Comercio Electrónico, es un mercado en desarrollo donde se introducen continuamente nuevos productos, servicios y tecnologías. Se considera que, dar cabida al rápido progreso del Comercio Electrónico en la estructura jurídica y técnica es un desafío para los interesados, ya que para que los posibles operadores puedan



aprovechar al máximo las ventajas de estos sistemas de comunicación, es necesaria una base legal adecuada.

**“La UNCTAD ha proseguido sus trabajos analíticos y de investigación sobre las conexiones entre el comercio electrónico y el desarrollo, centrandó especialmente la atención en las medidas y políticas que pueden aumentar la capacidad de esos países para participar más plenamente en el Comercio Electrónico mundial.”<sup>1</sup>**

En general, las innovaciones técnicas emergentes no se han tenido en cuenta en la legislación interna e internacional y la mayoría de las leyes vigentes están basadas en los documentos en papel, puesto a que en el Comercio tradicional, una transacción comercial tiene validez jurídica si está respaldada por documentos originales y firmados por las partes que realizan la operación. La comunidad nacional y las autoridades internacionales comienzan a crear, lenta y gradualmente un marco legal adecuado al Comercio Electrónico.

---

<sup>1</sup> UNCTAD Documento “El Comercio Electrónico y la integración de los países en desarrollo y los países con economías en transición en el comercio internacional”. 1° de junio de 1999.

Para empezar la relación de las iniciativas de regulación en la materia, entre los primeros intentos de regulación hay que referirse a la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la CNUDMI<sup>2</sup>. Esta ley parte de la observación del número creciente de transacciones comerciales internacionales que se realizan por medio del intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan en papel, así mismo establece normas y reglas para validar y reconocer contratos celebrados mediante medios electrónicos, fija reglas para casos de incumplimiento y dicta disposiciones generales para regir la ejecución de los contratos electrónicos. Define además, las características de un documento electrónico original y válido.

La CNUDMI trabaja también en el estudio de las firmas digitales y las autoridades de certificación, y crea una ley modelo sobre el particular<sup>3</sup>.

### La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

---

<sup>2</sup> Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.

<sup>3</sup> Ley Modelo de CNUDMI sobre Firmas Electrónicas. 5 de Julio de 2001.

(OCDE), que es una entidad cuyos miembros representan más del 70% del comercio mundial, es una de las organizaciones internacionales más activas en la promoción del Comercio Electrónico, que intenta generar confianza y reducir incertidumbre en la legislación, en el sentido de promover la colaboración internacional para minimizar las diferencias entre los países en el marco legal del Comercio Electrónico, que incluye impuestos, aranceles y derechos de propiedad intelectual.

La Cámara de Comercio Internacional<sup>4</sup> tiene en marcha el Proyecto ECP (*Electronic Commerce Project*), cuyo objetivo es definir buenas prácticas comerciales que ayudan a crear confianza en las transacciones comerciales electrónicas.

En este proyecto, participan especialistas de diversos campos (telecomunicaciones, banca, transporte) se centra, entre otros puntos,

---

<sup>4</sup> Organización no gubernamental, con sede en París, fundada en 1919; integrada por más de 7,500 empresas, bancos y asociaciones económicas de 140 países, con 64 Comités Nacionales en todo el mundo, entre ellos México. Posee un alto *status* de organismo consultivo ante las Naciones Unidas. Sus actividades van desde el arbitraje y la resolución de conflictos, hasta la defensa del libre comercio y el sistema de economía de mercado, la autorregulación de empresas, la lucha contra la corrupción o la lucha contra el crimen comercial.

en las denominadas reglas de procedimiento y negociación en transacciones electrónicas, cuya misión es adaptar las reglas existentes para las transacciones basadas en documentos en papel a las transacciones electrónicas, además de sacar partido de las nuevas posibilidades que ofrece Internet, para simplificar los procedimientos tradicionales, las herramientas necesarias para la elaboración de contratos electrónicos y la elaboración de reglas y cláusulas que pueden incorporarse en estos contratos.

El Proyecto incluye tres grupos de trabajo, uno sobre prácticas de Comercio Electrónico, que debe elaborar un marco regulador para los pagos del comercio electrónico; el segundo de seguridad de la información, que ha elaborado un conjunto de directrices, tituladas *General Usage in International digitally ensured Commerce (GUIDEC)*, para aumentar la capacidad de los comerciantes internacionales de ejecutar transacciones seguras; el tercero, de términos electrónicos, que elabora un nuevo servicio de la Cámara de Comercio Internacional, que ofrecerá un depósito central para los términos jurídicos aplicables a las transacciones electrónicas.

La Organización Mundial de Comercio (OMC), en su conferencia ministerial de mayo de 1998, declaró su intento de establecer un amplio programa de trabajo para examinar los aspectos comerciales del Comercio Electrónico a escala mundial.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), mantiene un servidor *web* sobre Comercio Electrónico e impulsa los convenios internacionales en esta materia.

### **3.1. CNUDMI**

Mejor conocida por sus siglas inglesas UNCITRAL (*United Nations Commission for the International Trade Law*). Desde su fundación en 1966, esta Comisión ha desempeñado un papel de suma relevancia en el apoyo que brinda la ONU al comercio internacional; es uno de los instrumentos más importantes para el desarrollo de la economía mundial.

Su objetivo general es fomentar la armonización y unificación progresivas del derecho mercantil internacional. Es por ello que este organismo se ha convertido en el principal órgano jurídico del sistema de las Naciones Unidas.

Esta Comisión se compone de 36 Estados Miembros, elegidos por la Asamblea General. Su composición es representativa de las diversas regiones geográficas y de los principales sistemas jurídicos y económicos del mundo. Los miembros de la Comisión son elegidos por periodos de seis años y cada tres años expira el mandato de la mitad de ellos.

El método de trabajo de esta Comisión es a través de grupos de trabajo que se encargan de la labor preparatoria sustantiva sobre los temas que figuran en el programa de trabajo de la Comisión, cada uno de los grupos está integrado por todos los Estados Miembros de la Comisión. Los Estados que no son miembros de la CNUDMI, así como las organizaciones internacionales interesadas, están invitados a asistir como observadores a las sesiones de la Comisión y de sus grupos de trabajo en la misma medida que sus Estados Miembros<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Cfr. <http://www.uncitral.org/spanish/commiss/geninfo-s.htm>.

### **3.1.1. Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.**

Como un antecedente a esta ley se encuentran las Recomendaciones a los Gobiernos y a las Organizaciones Internacionales sobre el Valor Jurídico de los Registros Computarizados, las cuales fueron creadas en el año de 1985 en donde se señaló que uno de los obstáculos más graves que hay en el empleo de la informática y de las telecomunicaciones de terminal a terminal en el comercio internacional, radicaba en la exigencia de que los documentos estuviesen firmados o consignados sobre papel.

La Ley Modelo para el Comercio Electrónico, fue adoptada el 16 de diciembre de 1996, en cumplimiento de su mandato de fomentar la armonización y unificación del derecho mercantil internacional, con la idea de eliminar los obstáculos ocasionados al comercio internacional por la insuficiencia del derecho interno, lo que afecta a este tipo de comercio; así mismo, por el creciente número de transacciones comerciales internacionales realizados por medio del intercambio de

electrónico de datos y por otros medios de comunicación. Esta Ley Modelo constituye una sugerencia a cada país para eliminar diferencias en la legislación interna y contribuye a garantizar la seguridad jurídica internacional en el Comercio Electrónico. Por lo anterior, es posible deducir que cumple con su finalidad de facilitar el uso moderno de medios de comunicación y de almacenamiento de información, así mismo servir de referencia a los países en la evaluación y modernización de ciertos aspectos de sus leyes y prácticas en las comunicaciones con medios computarizados y otras técnicas modernas y en la promulgación de legislación pertinente cuando no exista legislación de este tipo.

Como toda ley modelo es posible incorporarla en forma de ley especial o bien integrarla en la legislación vigente del Estado que decida adoptarla.



### **3.1.2. Guía para la Incorporación de la Ley Modelo de Comercio Electrónico de CNUDMI.**

De acuerdo con la guía para la incorporación de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico al derecho interno emitida por la CNUDMI, esta Ley tiene cinco principios generales, los cuales son<sup>6</sup> :

- Facilitar el Comercio entre los países y dentro de ellos.
- Validar las operaciones efectuadas por medio de las nuevas tecnologías de la información.
- Fomentar y estimular la aplicación de nuevas tecnologías de la información.
- Promover la uniformidad del Derecho.
- Apoyar las prácticas comerciales.

Estos principios son útiles para efectos de su interpretación, lo cual se aclara con lo que señala el artículo 3°, donde se menciona que

---

<sup>6</sup> Cfr. Guía para la incorporación al derecho interno de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, Diciembre de 1996.

las cuestiones que no estén expresas y resueltas en la Ley serán dirimidas conforme a los principios generales en los que se inspira<sup>7</sup>.

El destino de esta Ley, no es únicamente el ser aplicada al contexto de las técnicas de comunicación existentes, también a los adelantos técnicos previsibles.

Para crear esta Ley, la Comisión partió de la base de la incertidumbre acerca de la naturaleza y la validez jurídica de la información presentada en forma distinta al tradicional documento sobre papel.

La Comisión realizó un anexo muy extenso al cual denominó Guía para la Incorporación al Derecho Interno de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico<sup>8</sup>, en el que hace un estudio de los alcances de esta Ley:

---

<sup>7</sup> Cfr. Artículo 3° Ley Modelo de CNUDMI sobre Comercio Electrónico. Diciembre de 1998.

<sup>8</sup> Documento que se inspira en los trabajos preparatorios de la Ley Modelo, y sirve para orientar a los Estados para incorporar la ley o crear una legislación sobre este tópico, a los usuarios de los medios electrónicos de comunicación en los aspectos jurídicos de su empleo, así como a los estudiosos de la materia. También resuelve ciertas cuestiones que no son resueltas en el Texto de la Ley Modelo.

- **Objetivos de la ley:** son para permitir o facilitar el uso EDI y de los medios conexos de comunicación de datos y conceder igual trato tanto a los usuarios de documentación con soporte en papel, como a los usuarios de información con soporte informático.<sup>9</sup>
- **Ambito de aplicación:** es el Comercio Electrónico. Entre los medios de comunicación comprendidos en este tipo de comercio, se cuentan con diferentes modalidades de transmisión basadas en el uso de técnicas electrónicas, como lo es la comunicación por medio del EDI, la cual se define en sentido estricto como transmisión de datos entre computadoras en formato, normalizado la transmisión de mensajes electrónicos, con arreglo a las normas patentadas o asequibles en forma pública; y la transmisión de textos en formato libre por medios electrónicos, por ejemplo a través de Internet. Se tomó en consideración que en algunos casos el concepto de Comercio Electrónico puede comprender el uso de técnicas como el télex, la telecopia o fax<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup>Cfr. Guía para la Incorporación al Derecho Interno de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, Diciembre de 1996. Párrafos 2-6.

<sup>10</sup> Ibidem. Párrafos 7-10.

- **Estructura:** se divide en dos partes, la primera regula el Comercio Electrónico en general y la segunda se refiere a su empleo en determinadas ramas de la actividad comercial; esta segunda parte, consta de un capítulo, el cual menciona al Comercio Electrónico en el transporte de mercancías<sup>11</sup>.

- **Criterio del Equivalente Funcional:** es algo nuevo que se fundamenta en un análisis de los propósitos y funciones de la exigencia tradicional de un documento consignado en papel con miras a determinar como podrían cumplirse esos propósitos y funciones con técnicas de EDI<sup>12</sup>.

### **3.1.3. Análisis de la Ley Modelo de Comercio Electrónico de CNUDMI.**

Para comenzar con este análisis es importante mencionar que aunque esta Ley se refiere al Comercio Electrónico, este término no es definido por la misma, pero se considera el modo más adecuado de

---

<sup>11</sup> Cfr. Guía para la Incorporación al Derecho Interno de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, Diciembre de 1996. Párrafos 11-12.

<sup>12</sup> Ibidem Párrafos 15-18.

describir la amplia gama de técnicas de comunicación que abarca la Ley Modelo.

En la propuesta de reforma al Código de Comercio, realizada por el entonces Diputado Humberto Treviño Landois, el 28 de abril de 1999 comenta que "Esta Ley Modelo, es una serie de normas jurídicas de carácter internacional creadas para ser estudiadas, adaptadas y aplicadas a nivel local por los Congresos de los diferentes países del orbe, está diseñada con el afán de lograr un derecho global, en el cual las reglas jurídicas sean similares entre las diferentes naciones. En particular, la Ley Modelo de Comercio Electrónico, se ha aplicado exitosamente en la República de Corea, Singapur y dentro de los Estados Unidos de América en el Estado de Illinois"<sup>13</sup>.

La Ley Modelo de Comercio Electrónico, está integrada por 17 artículos, mismos que se dividen en dos partes (como ya se mencionó con anterioridad). La primera parte<sup>14</sup>, se compone de tres capítulos, los cuales son:

---

<sup>13</sup> Esta propuesta de reforma, no fue aprobada por la LVII Legislatura, pero es un antecedente de la actual normatividad sobre el tema.

<sup>14</sup> Denominada "Comercio Electrónico en General".

**DISPOSICIONES GENERALES**, en él se enuncia la aplicación de los requisitos jurídicos de los mensajes de datos. Contiene las disposiciones que pueden considerarse como los elementos fundamentales y necesarios para que los mensajes de datos tengan el mismo valor que los documentos escritos, como son la interpretación de la ley y las modificaciones que las partes acuerden realizar.

En el artículo 1°, relativo al ámbito de aplicación, dice que la ley es "aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos utilizada en el contexto de actividades comerciales"<sup>15</sup>.

Dentro de este mismo artículo, se ofrecen textos alternativos para que los Estados, - de acuerdo con sus pretensiones -, incorporen en su legislación, al Comercio Electrónico, los cuales son los siguientes:

- Para los casos en que los Estados deseen limitar el ámbito de aplicación de la ley a los mensajes de datos se sugiere:

---

<sup>15</sup> Art. 1° Ley Modelo Sobre Comercio Electrónico de CNUDMI. Junio de 1998.

"La presente ley será aplicable a todo mensaje de datos que sea conforme a la definición del párrafo 1 del artículo 2° y que se refiera al comercio internacional"<sup>16</sup>.

Se aclara también en esta misma sugerencia que la "ley no deroga ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor"<sup>17</sup>.

- En el caso de que los Estados quieran ampliar el ámbito de aplicación de la ley, de manera que incluya actividades no comerciales, la Comisión sugiere el siguiente texto:

"La presente ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos. Salvo en las situaciones siguientes: (...) "<sup>18</sup> y se deja así, abierta la opción para que cada Estado establezca las actividades que de conformidad a su legislación y orden público no puedan efectuarse por medio del mensaje de datos.

---

<sup>16</sup> El Art. 2° párrafo 1 da la definición de Mensaje de Datos.

<sup>17</sup> Art. 1°. Denominado 'Ámbito de aplicación' Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de CNUDMI.

<sup>18</sup> Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de CNUDMI. Ibidem.

También se sugiere en este mismo artículo, dar a la palabra "comercial", una interpretación amplia que incluya todas las relaciones de carácter comercial, que sean contractuales o no.

En relación con lo anterior las notas al artículo 1° señalan que "el término deberá ser interpretado ampliamente de forma que abarque las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sean o no contractuales. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de factoraje (*factoring*); de arrendamiento de bienes o equipo con opción de compra (*leasing*); de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; todo acuerdo de concesión, de explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía marítima, aérea, y férrea, o por carretera"<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Art. 1° Ley Modelo Sobre Comercio Electrónico de CNUDMI. Junio de 1998.



El Capítulo II, denominado 'Aplicación de los Requisitos Jurídicos a los Mensajes de Datos', en el que el artículo 5° enuncia el principio fundamental, "No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la razón de que esté en forma de mensaje de datos"<sup>20</sup>. Por lo que no afecta el fondo, ni el efecto jurídico de la información, sino que se limita a establecer la forma en que se presenta la información, que no será causa de negación de su validez. El objeto del artículo es por lo tanto, superar los problemas que resultan de los requisitos de ciertas leyes nacionales, como el de un "escrito" y "original".

En el trigésimo primer periodo de sesiones de la Comisión, realizado en junio de 1998, se incorpora el artículo 5° bis, mismo que establece que "no se negarán efectos jurídicos, validez, ni fuerza obligatoria a la información que por la sola razón de que no esté contenida en el mensaje de datos que se supone ha de dar lugar a este efecto jurídico, sino que figure simplemente en el mensaje de datos en forma de remisión"<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Art. 5° Ley Modelo Sobre Comercio Electrónico de CNUDMI. Junio de 1998.

<sup>21</sup> Art.5° Bis Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de CNUDMI. Junio de 1998.

Los artículos 6,7, y 8 de la Ley en cuestión, establecen los requisitos que debe de cumplir un mensaje de datos para ser tratado como escrito, firma y original.

"Artículo 6. Escrito

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

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

3) *Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...]."*

"Artículo 7. Firma

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

a) *Si se utiliza un método para identificar a esa persona y para indicar que esa persona aprueba la información que figura en el mensaje de datos; y*

*b) Si ese método es tan fiable como sea apropiado para los fines para los que se generó o comunicó el mensaje de datos, a la luz de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.*

*2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no exista una firma.*

*3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].”*

*“Artículo 8. Original*

*1) Cuando la ley requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos:*

*a) Si existe alguna garantía fidedigna de que se ha conservado la integridad de la información a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos o en alguna otra forma;*

*b) De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona a la que se deba presentar.*

*2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley*

*simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no sea presentada o conservada en su forma original.*

*3) Para los fines del inciso a) del párrafo 1):*

*a) La integridad de la información será evaluada conforme al criterio de que haya permanecido completa e inalterada, salvo la adición de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de su comunicación, archivo o presentación; y*

*b) El grado de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias del caso.*

*4) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].”*

En otras palabras, no intentan ampliar las definiciones de estos términos para incluir el concepto de comunicaciones electrónicas, sino que adoptan el enfoque del "equivalente funcional".

El equivalente funcional, es dar a los mensajes de datos los mismos fines y funciones así como los requisitos similares a los de los documentos en papel para que tengan estos mensajes el mismo

reconocimiento jurídico que aquellos. Estas disposiciones tienden esencialmente a eliminar algunos de los principales obstáculos al desarrollo del Comercio Electrónico resultantes del requisito jurídico de usar documentación en papel.

Los artículos 9 y 10 hablan sobre la admisibilidad de los mensajes de datos como prueba en procedimientos judiciales y su fuerza probatoria, así como las relativas al almacenamiento de los mensajes de datos.

En el capítulo III denominado 'Comunicación de los mensajes de datos', se encuentran las disposiciones que suelen aparecer en los acuerdos comerciales, mismas que contemplan la formación y validez de los contratos (artículo 11); a su vez, el reconocimiento por las partes de los mensajes de datos, en donde se señala que "no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad y otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos"<sup>22</sup>; en este artículo, se deja abierto al Orden Público de los Estados para que ellos limiten los

---

<sup>22</sup> Art. 12 Ley sobre Comercio Electrónico de CNUDMI. Junio de 1998.

casos en los que se aplicará dicho reconocimiento; la atribución de los mensajes de datos, se encuentra en el artículo 13, que da los lineamientos para saber cuando pertenece al iniciador, dicho mensaje; el acuse de recibo (en el artículo 14), que regula las formas y medios en que se podrá recibir dicho acuse, con la finalidad de confirmar la recepción del mensaje de datos; y el artículo 15 que establece las condiciones de tiempo y lugar del envío, así como la recepción de un mensaje de datos.

En la segunda parte de la Ley, donde se habla de materias específicas del Comercio Electrónico, en un único capítulo<sup>23</sup>, se refiere al transporte de mercancías; su contenido, son las disposiciones tendientes a resolver los problemas e incertidumbres que resultan del reemplazo de los documentos de transporte por su 'equivalente funcional'.

---

<sup>23</sup> Denominado "Comercio Electrónico en materias específicas" y está formado por los artículos 16 y 17.

En el artículo 16, se señalan las actividades a que serán aplicables las disposiciones del capítulo, así como una lista (que indica como no exhaustiva) de los actos que deberán efectuarse en el contexto de transporte de mercancías. En tanto que, el artículo 17 indica los equivalentes funcionales de los documentos en papel de los actos mencionados en el artículo 16, así como el de la cesión de derechos y título sobre mercancías mediante la comunicación de mensajes de datos.

Las disposiciones de estos dos artículos, son aplicables a todos los medios de transporte, por carretera, ferrocarril, aire o mar, y al transporte multimodal, y a todos los documentos de transporte negociables o no.

### 3.2 OCDE <sup>24</sup>

El antecedente de la OCDE fue la Organización para la Cooperación Económica Europea (*Organisation for European Economic Co-operation*), la cual fue formada para administrar ayuda

---

<sup>24</sup> Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.

estadounidense y canadiense bajo *el Plan Marshall* para la reconstrucción de Europa después de la Segunda Guerra Mundial. Desde que tomó el lugar de la OEEC en septiembre de 1961<sup>25</sup> la lista de países miembros se ha extendido a través de los años con 30 países hoy. Esta Organización tiene la vocación de constituir economías fuertes en sus países miembros para mejorar la eficiencia, acomodar los sistemas de mercado, expandir el comercio libre y contribuir al desarrollo en países industrializados, así como los que están en vías de desarrollo.

Después de cuatro décadas, la OCDE, se mueve a través del enfoque en los nuevos países miembros y coloca su inspección analítica en esos países (hoy casi todo el mundo) que incrementan la economía comercial emergente, particularmente en los países que hacen su transición de países centralistas a sistemas capitalistas.

---

<sup>25</sup> Constituido por los países fundadores europeos de la OEEC más Estados Unidos y Canadá.



### **3.2.1 Trabajos de la OCDE en materia de Comercio Electrónico.**

En abril de 1998, el Comité de Política del Consumidor de la OCDE inició la creación de una serie de lineamientos generales para proteger a los consumidores involucrados en el Comercio Electrónico, sin colocar barreras al libre intercambio de mercancías y servicios.

La OCDE en la conferencia ministerial celebrada en Canadá en octubre de 1998, adoptó una declaración sobre la autenticación para el Comercio Electrónico, en donde se destacan los siguientes puntos:

- Las partes que realicen una operación comercial deben tener libertad de adoptar mecanismos para autenticar una operación; mecanismos que incluyen tecnologías de informática y otros medios de validación que pueden ser usados judicialmente.
- El establecimiento de leyes o reglamentos que especifiquen reglas para registrar, almacenar o transmitir información que no impida el desarrollo del Comercio Electrónico ni limiten el uso de mecanismos de autenticación electrónica.

- La confianza en el Comercio Electrónico global aumentará si los estándares o códigos comerciales son desarrollados por el mercado y no por el gobierno.

La libertad para seleccionar mecanismos de autenticación y el hecho de que el gobierno no privilegie algún mecanismo en particular son condiciones relevantes para no limitar ni el desarrollo, ni el uso de tecnologías de autenticación electrónica.

Con respecto a la auto regulación y a las normas para el Comercio Electrónico, señala que para el desarrollo del Comercio Electrónico se deben combinar estas formas con la regulación directa de los gobiernos, para dar prioridad a las soluciones de mercado.

La red de Internet se distingue, entre otras cosas, por sus mecanismos de auto regulación donde la intervención de los gobiernos es prácticamente nula, éste tipo de regulación establece protocolos comunes para la transmisión de información digital en la red. La

cooperación entre el sector privado y el público se presentan de manera regular en la definición de estándares<sup>26</sup>.

Como la OCDE es una organización que busca el desarrollo económico de los países, también hace recomendaciones en materia de impuestos, y considera que el Comercio Electrónico debe sujetarse a los impuestos aplicables al comercio tradicional con el fin de no tener tributaciones discriminatorias<sup>27</sup>. Estos principios tributarios que generalmente se aceptan y que se aplicarán al Comercio Electrónico son: neutralidad respecto de las formas de comercio tradicional o electrónico; eficiencia para minimizar el costo de recaudación del gobierno y el costo para los contribuyentes de liquidar impuestos; certidumbre y simplicidad en las reglas impositivas; efectividad para minimizar la evasión de impuestos; certidumbre y flexibilidad del sistema de impuestos para adecuarse a los desarrollos comerciales y tecnológicos. Con lo anterior se considera que el adaptar estos sistemas fiscales al Comercio Electrónico debe mantener la soberanía

---

<sup>26</sup> En México el gobierno coordina la participación del sector privado para establecer estándares industriales y comerciales.

<sup>27</sup> OECD, *Electronic Commerce Taxation Frame Work Conditions*, Report by the Committee on Fiscal Affairs, Anex 4 of the OECD Ministerial Conference, Ottawa Canada 7-9 de Oct. 1998. Traducción Angeles Thallá y Luis Johann Rodríguez Soria.

fiscal; compartir equitativamente los impuestos recaudados y evitar la doble tributación o la ausencia no intencionada de pago de impuestos, y es así como surgen varias propuestas como pueden ser: aquella en donde se sugiere que cuando se trate de impuestos al consumo en operaciones transfronterizas debe recaudarse en el lugar donde se consumen los bienes, lo anterior depende de los sistemas que registran el transporte físico de las mercancías; la identificación de los contribuyentes que realizan sus consumos mediante operaciones de Comercio Electrónico y la jurisdicción en la cual se realizó dicha operación, esto resulta relevante para aplicar los impuestos, el establecimiento de la identidad del contribuyente es similar a la autenticación de identidad de las partes en una operación electrónica.

Aún con estas propuestas, la OCDE, llegó a la conclusión de que es prematuro cambiar las reglas aplicables a los impuestos sobre los beneficios de las empresas, pero señaló que se observará la aplicación de los sistemas tributarios, con el fin de identificar aquellos países que impongan tributaciones contrarias a las normas internacionales<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Modelo de sistema de impuestos de la OCDE (*Model Tax Convention*) 1998.

### **3.2.2 Lineamientos de la OCDE sobre Comercio Electrónico para la Protección del Consumidor.**

En cuanto a la privacidad de la información de los usuarios en una declaración ministerial de la OCDE, los países miembros acordaron adoptar y promover políticas de privacidad, ya sea por autorregulación o, por disposiciones legales de los gobiernos, y se crean tres formas para restringir el flujo de la información en la red.

- Asegurar la privacidad de la información mediante tecnologías o servicios que coadyuven a mantener el anonimato; estas tecnologías se utilizan para destruir archivos *cookies*, pues se puede ocultar el remitente en un mensaje electrónico o realizar operaciones con dinero electrónico sin revelar la identidad de la persona que realiza las operaciones. En cuanto a los servicios, éstos son de intermediación para mantener el anonimato, los cuales ofrecen la recepción y envío de los mensajes con el fin de ocultar el sitio donde se originó el mensaje. De igual manera, los certificados digitales pueden ser útiles para mantener la privacidad de

una persona, ya que incluyen información sobre los atributos de la persona pero no la identidad.

- Adopción de políticas de privacidad por parte de los propietarios de los "web site", las cuales se dan a conocer a los usuarios.
- Facilitación de políticas de privacidad por parte de los gobiernos y el sector privado, a través de la certificación de estas políticas en el procedimiento de autenticación. Los certificados pueden ser establecidos por las asociaciones gremiales de industria y comercio.

Estas tres formas se encuentran contempladas en el que quizá es el documento más importante de la OCDE en materia de Comercio Electrónico, los "Lineamientos para la protección del consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico"<sup>29</sup>, aprobadas el 9 de diciembre de 1999.

---

<sup>29</sup> Esto se menciona, porque a pesar de ser Declaraciones Ministeriales sólo tienen el papel de hacer recomendaciones sobre algunos temas que tienen importancia en materia de Comercio Electrónico

El objetivo de estos Lineamientos, es asegurar que los consumidores estén protegidos al momento de hacer compras vía Internet, de igual forma a cuando lo hacen en alguna tienda cercana u ordenan por catálogo.

Estos lineamientos son el resultado de 18 meses de discusiones entre los Gobiernos, los Miembros de la OCDE, así como las Organizaciones de Empresas y Consumidores, para permitir el desarrollo y la implantación de mecanismos de protección al consumidor, sin crear barreras al comercio, además de constituir una recomendación a los gobiernos, a las empresas, a los consumidores y a sus representantes. Sin embargo, su contenido no pretende ser una restricción para que los países miembros amplíen su alcance o adopten disposiciones más estrictas orientadas a proteger a los consumidores en línea. Su propósito fundamental es ayudar a eliminar alguna de las incertidumbres que tanto consumidores como empresas encuentran cuando compran y venden en línea, además de proporcionar el marco y el conjunto de principios para apoyar a los gobiernos, en la revisión e implantación de leyes relacionadas con el consumidor, así como las políticas para proteger a los consumidores

en materia de Comercio Electrónico; a las asociaciones empresariales, proporcionándoles orientación respecto a los principios básicos de una protección al consumidor; a las empresas en lo individual y a los consumidores que se encuentren en el Comercio Electrónico, otorgándoles una guía sobre los principios básicos relativos al suministro de información y a las prácticas equitativas que las empresas deben garantizar y los consumidores esperar<sup>30</sup>.

Además de lo anterior, buscan fortalecer las prácticas equitativas de negocios, de publicidad y de mercadotecnia; promover información clara acerca de la identidad de los negocios en línea, así como de los bienes y los servicios que estos ofrecen y de los términos y condiciones de cualquier transacción; asegurar procedimientos transparentes para la confirmación de las operaciones; establecer mecanismos seguros de pago; impulsar procedimientos justos, oportunos y costeables de solución de controversias y de reparación

---

<sup>30</sup> Cfr. Lineamientos para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. OCDE. Dic. 9 de 1999.



del daño; alentar la confidencialidad; y fomentar la educación de los consumidores y las empresas<sup>31</sup>.

De conformidad con lo antes citado, el Consejo, al reconocer que el Comercio Electrónico puede ofrecer a los consumidores nuevos y substanciales beneficios, que ciertas características como facilidad y velocidad con que las empresas y consumidores pueden comunicarse acerca de los bienes y servicios y la celebración de transacciones transfronterizas, pueden crear situaciones comerciales desconocidas para los consumidores que pueden poner en riesgo sus intereses, resulta cada vez más importante para las partes involucradas en una operación comercial, el estar informados y advertidos de sus derechos y obligaciones en el mercado electrónico; que la normatividad en la materia y la jurisdicción de su aplicación, podrían tener implicaciones para el consumidor en un amplio rango de temas en el Comercio Electrónico, así como en contextos diferentes podrían tener otras implicaciones para la protección del consumidor; que la confianza de los consumidores en el Comercio Electrónico se fortalece por el

---

<sup>31</sup> Cfr. Lineamientos para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. OCDE. Dic. 9 de 1999.

desarrollo permanente de mecanismos de protección al consumidor transparentes y efectivos, que limitan la presencia de las conductas comerciales en línea fraudulentas, engañosas o inequitativas; que el Comercio Electrónico debe ser abierto y accesible para todos los consumidores y que los gobiernos, las empresas, los consumidores y sus representantes deben dedicar especial atención de sistemas efectivos de reparación de daños en el comercio transfronterizo, sugiere que los países miembros adopten las medidas necesarias para implantar los lineamientos; su difusión tanto a nivel Gubernamental como al de empresa y consumidor, además a que los integren en su normatividad o bien que elaboren alguna especial para la materia, asimismo que ayuden a su difusión entre sus nacionales y otros Estados.

### **3.2.3 Análisis de los Lineamientos de la OCDE sobre Comercio Electrónico para la Protección del Consumidor.**

En la parte de los Lineamientos, denominada 'Alcance': se señala que "estos lineamientos serán aplicables al Comercio

Electrónico, entre proveedor y consumidor, y no en transacciones de proveedor a proveedor"<sup>32</sup>.

Este documento emitido por la OCDE, contiene los Lineamientos de Protección para los Consumidores en el marco del Comercio Electrónico, distribuidos en cuatro de las cinco partes que los conforman, se abarcan tres puntos importantes, 'obligaciones del proveedor', las cuales señalan que las empresas no deben declarar, omitir o comprometerse en prácticas comerciales falsas o inequitativas, fraudulentas o engañosas que puedan implicar un riesgo para los consumidores; la empresa deberá ofrecer información sobre sí misma, la cual deberá ser clara, precisa y accesible, sin ocultar su identidad y ubicación; toda declaración que la empresa realice sobre sus políticas o prácticas relacionadas con las transacciones con sus consumidores, tendrá que ser cumplida; además, las empresas tienen que desarrollar procedimientos que permitan al consumidor la opción de recibir o no información comercial de sus productos por correo electrónico, y respetar la decisión de no hacerlo; si las empresas

---

<sup>32</sup> Lineamientos para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. OCDE. Dic. 9 de 1999.

**dirigen publicidad a personas sin plena capacidad jurídica de entender la información, deberán manejarla con especial cuidado** <sup>33</sup>.

Otro de los puntos que se tratan en los Lineamientos en cuestión, es el que indica cómo realizar una transacción electrónica, en esta clasificación se encuentran los aspectos que como consumidores debemos de cuidar al hacer una transacción comercial a través de los medios electrónicos, como son la plena identificación de la empresa con los datos siguientes: nombre legal y comercial, domicilio, dirección de *e-mail* y otros medios electrónicos de contacto, número telefónico, una dirección para efectos de registro, números de registro oficial de gobierno o bien de licencia. También tendrá que tener mecanismos efectivos de comunicación para un fácil contacto así como un servicio legal de solución de controversias. En cuanto a los bienes que se venden, se tendrá que dar la información detallada de los mismos y un fácil acceso. Al momento de la transacción, los términos, las condiciones y los costos deben ser claros, precisos y accesible, para que puedan ser revisados por el consumidor; en esta

---

<sup>33</sup> Cfr. Lineamientos para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. OCDE. Dic. 9 de 1999.

información se tendrá que incluir un desglose de cantidades totales que se cobrarán, la notificación de algún otro costo rutinario o impuesto que se cobrará al consumidor y que la empresa no cobrará. Los términos de la entrega del producto o bien las condiciones de la prestación del servicio. Términos, condiciones y formas de pago. Restricciones, limitaciones o condiciones de compra, como requisitos de aprobación paterna/tutorial o restricciones geográficas o de tiempo. Instrucciones de cuidado de los productos. Información relativa a los servicios de garantía disponibles. Detalles y condiciones relacionados con las políticas de retiro, terminación, devolución, cambio, cancelación o reembolso. Garantías y advertencias disponibles. Así como que toda la información relativa a costos, deberá indicar que moneda se utilizará para realizar la transacción.

Antes de dar por concluida la compra, el consumidor deberá determinar con precisión, los bienes o servicios que desea obtener, identificar y en su caso, corregir los errores que pudo haber cometido, así como expresar su consentimiento y conservar un registro de la

operación y en dado caso cancelar la compra antes de concluir la transacción<sup>34</sup>.

El último de los puntos en que dividimos el estudio de estos Lineamientos es el concerniente a los casos de conflicto y solución de controversias, así como la reparación del daño, jurisdicción y ley aplicable, en donde se menciona que "las transacciones transfronterizas entre proveedores y consumidores, que se llevan a cabo electrónicamente o por otro medio están sujetas al marco legal existente en cuanto a leyes aplicables y jurisdicción"<sup>35</sup>; por lo tanto, es necesario considerar la posibilidad de ampliar o modificar tal marco legal, de manera que otorgue al consumidor una protección transparente y efectiva en el contexto del crecimiento del Comercio Electrónico.

En este aspecto, los gobiernos deberán asegurar que proporciona equidad a las partes involucradas, facilita el Comercio

---

<sup>34</sup>Cfr. Lineamientos para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. OCDE. Dic. 9 de 1999.

<sup>35</sup> Lineamientos para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico. OCDE. Dic. 9 de 1999. Segunda Parte, Principios Generales, Solución de Controversias y Reparación del Daño Jurisdicción y Ley Aplicable.

Electrónico, redundando en que los consumidores tengan un nivel de protección similar al de otras formas de comercio, y se les otorga acceso a la solución oportuna y equitativa de controversias, así como a la reparación del daño sin tener que pagar un costo o cargos indebidos.

Es necesario que las empresas, los representantes de los consumidores y los gobiernos trabajen conjuntamente para desarrollar políticas y procedimientos de autorregulación efectivos y transparentes, e incluir los mecanismos alternos de solución de controversias para canalizar las querellas entre proveedores y consumidores originadas en el Comercio Electrónico, con especial atención a las transacciones transfronterizas.

La respuesta y la canalización de quejas del consumidor, deberán ser en forma rápida y justa, sin un costo o carga indebidos, además de alentar a los consumidores al aprovechamiento de estos mecanismos. Asimismo, las empresas y los representantes de los consumidores deberán continuar con el establecimiento de programas autorregulatorios de cooperación para responder a las quejas de los

consumidores y apoyarlos en la solución de controversias surgidas en este tipo de comercio; y, junto con los gobiernos, deberán de otorgar a los consumidores mecanismos alternos que proporcionen una solución oportuna y equitativa a sus controversias de forma gratuita para éstos, para ello es necesario emplear en forma innovadora, las tecnologías de la información y utilizarlas para fomentar el conocimiento y la libertad de elección del consumidor.

### **3.3 OMPI.**

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual es una organización internacional cuyo objetivo es velar por la protección de los derechos de los creadores y los titulares de la propiedad intelectual a nivel mundial y, por consiguiente, contribuir a que se reconozca y se recompense el ingenio de los inventores, autores y artistas. La protección internacional estimula la creatividad humana, ensancha las fronteras de la ciencia y la tecnología y enriquece el mundo de la literatura y de las artes. Al crear un marco estable para la comercialización de los productos de la propiedad intelectual, también facilita el comercio internacional.



Está compuesta por 177 Estados Miembros, que significan más del 99% de los países del mundo; las numerosas actividades que lleva a cabo son las relacionadas con la protección de los derechos de propiedad intelectual, como la administración de tratados internacionales y la prestación de asistencia a gobiernos, organizaciones y el sector privado. Los principales órganos desisorios de los Estados miembros son la Asamblea General, la Conferencia, y el Comité de Coordinación. La OMPI tiene administrados 20 tratados internacionales (14 sobre Propiedad Industrial y 6 sobre Derechos de autor)<sup>36</sup>.

La necesidad de la protección internacional de la propiedad intelectual se hizo patente en 1873, con ocasión de la Exposición Internacional de Invencciones de Viena, a la que se negaron a asistir algunos expositores extranjeros por miedo a que les robaran las ideas para explotarlás comercialmente en otros países. En 1883 se adoptó el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial<sup>37</sup>, tratado que está destinado a facilitar que los nacionales de un país

---

<sup>36</sup>[www.OMPI.org/about-wipo/es/](http://www.OMPI.org/about-wipo/es/)

<sup>37</sup> Este Convenio entró en vigor en 1884 en 14 Estados.

obtengan protección en otros países para sus creaciones intelectuales mediante derechos de propiedad intelectual (patentes, marcas y dibujos y modelos industriales).

En 1974, la OMPI pasó a ser un organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas con el mandato específico de ocuparse de las cuestiones de propiedad intelectual que le encomendaron los Estados Miembros de las Naciones Unidas.

En 1996, la OMPI amplió sus funciones y demostró todavía más la importancia de los derechos de propiedad intelectual en la reglamentación del comercio mundial al concertar un acuerdo de cooperación con la Organización Mundial de Comercio.

La OMPI tiene siempre presente la necesidad de establecer nuevas normas para mantenerse a la par de los adelantos en el campo de la tecnología y de las nuevas metodologías, así como para abordar cuestiones específicas como los conocimientos tradicionales, el folklore, la biodiversidad y la biotecnología. Dentro de lo más urgente es que la Organización y sus Estados Miembros se

mantengan a la par y se beneficien de los rápidos y amplios cambios tecnológicos, en particular en el ámbito de las tecnologías de la información y de Internet.

### **3.3.1 Programa Digital y Comercio Electrónico<sup>38</sup>.**

Habida cuenta del espectacular auge en el uso de Internet, en particular, en la esfera del Comercio Electrónico y el intercambio de información y conocimientos, el sistema de la propiedad intelectual ha pasado a ser decisivo para la expansión estructurada de la sociedad digital. Por otro lado, Internet ofrece un sin número de oportunidades a la vez que supone complejos desafíos en el marco de la propiedad intelectual.

En septiembre de 1999, la OMPI adoptó el Programa Digital, el cual busca responder a todas las cuestiones que surjan como resultado de la confluencia de tres factores, a saber: Internet, la tecnología digital y el sistema de la propiedad intelectual. La organización toma las medidas adecuadas para fomentar la

---

<sup>38</sup> <http://ecommerce.wipo.int/meetings/1999/index-es.html>

divulgación y el uso de la propiedad intelectual en Internet, como la música, las películas y los identificadores comerciales y conocimientos, así como para velar por la protección de los derechos de sus creadores y titulares.

Otro de los objetivos del Programa Digital es integrar a los países en desarrollo en el entorno de Internet, en particular, por conducto de WIPONET (Red de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual) y mediante la distribución electrónica de información y servicios. Otra de sus prioridades es extender el campo de la aplicación del derecho de la propiedad intelectual a las transacciones que se llevan a cabo en Internet y elaborar nuevas normas en este ámbito. Uno de los elementos fundamentales del Programa Digital es la solución de controversias y la posibilidad de resolverlas mediante eficaces sistemas en línea.

Particularmente para la OMPI es atender a todas esas cuestiones de forma eficaz y coherente, puesto que atañen a diferentes sectores de la sociedad y de los gobiernos, tanto en el plano internacional como en el nacional.

Consciente de la importancia estratégica de las tecnologías de la información para promover las actividades mundiales en materia de propiedad intelectual, la OMPI ha emprendido un importante proyecto encaminado a establecer y consolidar una red mundial, WIPONET que, en tiempo real y mediante Internet permitirá conectar las operaciones de las oficinas y usuarios de propiedad intelectual.

Este proyecto contribuye a promover la cooperación internacional, pues facilita el desarrollo y el intercambio digital de información en materia de propiedad intelectual. Esta Red funciona también como una plataforma para establecer nuevos servicios y para simplificar y automatizar las funciones de las oficinas de propiedad intelectual de todo el mundo, además de significar un punto de partida para el desarrollo progresivo y la aplicación de normas y pautas mundiales y, pondrá en evidencia la importancia de esa información estratégica en aras de una mayor eficacia en la protección y el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual.

WIPONET es un proyecto importante para los países en desarrollo, ya que uno de sus objetivos es la integración electrónica de esos países en el entorno digital internacional, reduciéndose así el desfase de información que existe entre los países desarrollados y los países en desarrollo.

### **3.4 Influencia de la Legislación Internacional para la Regulación del Comercio Electrónico en México.**

Debido a la preocupación por regular el nuevo tipo de compras que se ha dado a nivel mundial por medio de la red de redes (Internet), del cual México no ha quedado exento de su uso, surge la necesidad de crear un marco legal que contemple esta nueva forma de comercio, el cual cada vez tiene un uso más generalizado en nuestro país; y es así como surge la legislación sobre Comercio Electrónico, a fin de otorgar a los gobernados una seguridad jurídica en sus operaciones comerciales, la cual no es más que la modificación al marco jurídico mexicano para dar viabilidad al uso de medios electrónicos.

Para la elaboración de las reformas fue necesario considerar en gran parte a la Ley Modelo en materia de Comercio Electrónico de CNUDMI, al analizar el contexto, la legislación y la práctica comercial mexicana, con el fin de lograr que lo ya establecido se adaptara de manera precisa a la realidad de nuestro país. De tal forma, se tomó la decisión que el régimen jurídico mexicano sobre Comercio Electrónico debería ser compatible con lo dispuesto por el ámbito internacional y lograr el objetivo principal de esa iniciativa, que es dar mayor seguridad y certeza en las operaciones electrónicas nacionales e internacionales<sup>39</sup>.

Las reformas legales adoptadas en México siguen el principio de 'Neutralidad del Medio', es decir, no hace referencia, ni se compromete con ninguna tecnología en particular, además no se incluye delimitación o definición sobre las características técnicas de aspectos como la firma electrónica (que es la aceptación de las partes). Por lo anterior, y para no ir en contra de este principio, se

---

<sup>39</sup> Cfr. Rev. Ars Iuris. El Nuevo Marco Legal para el Comercio Electrónico. No. 24. México 2000. TORRES Landa, Juan Francisco. P.259.

prefirió que este punto fuera el objeto de una o varias Normas Mexicanas (NOM)<sup>40</sup>.

Corresponde a la Secretaría de Economía, promover las adecuaciones normativas que se refieren a la actividad productiva, así como las relacionadas con el desarrollo de la cultura sobre el uso de medios electrónicos en las transacciones comerciales, por lo anterior se encuentra entre uno de sus objetivos, la adecuación jurídica (federal) que ofrezca seguridad plena para la interacción electrónica de todos los agentes económicos (empresas, vendedores y compradores); así mismo, incorporar la nueva normatividad relacionada con las transacciones electrónicas en los ámbitos estatal y municipal<sup>41</sup>.

Este objetivo de adecuar las leyes, normas y disposiciones tienen un gran avance al surgir la 'Ley de Comercio Electrónico'<sup>42</sup>, la cual (como ya se mencionó antes) se trata realmente de una reforma

---

<sup>40</sup> Cfr. Rev. Ars Iuris. Ob Cit TORRES Landa, Juan Francisco. P. 260

<sup>41</sup> Cfr. Rev. El Mercado de Valores. "Comercio Electrónico en México". Junio 2001, Año LXI No. 6 México. GUTIERREZ Guerrero, Israel. P.p. 4,5.

<sup>42</sup> D.O.F. 29 de Mayo del 2000.



realizada al Código Civil Federal, Código Federal de Procedimientos Civiles, Código de Comercio, Ley Federal de Protección al Consumidor, misma que puede resumirse como un reconocimiento de los medios electrónicos y de otras tecnologías para la elaboración válida de actos jurídicos.

La finalidad principal de estas reformas es dar facilidad al Comercio Electrónico, al otorgar igualdad a los contratos con soporte electrónico o informático, frente a los consignados en papel, para evitar la incertidumbre que afecte al desarrollo del mismo, por lo que de acuerdo con las nuevas normas o legislación de Comercio Electrónico, las operaciones comerciales efectuadas por medios electrónicos son igual de válidas a las realizadas en papel.

**Estas reformas de manera general incluyen:**

- **Reconocimiento y validez de los contratos electrónicos.**
- **Otorgan el carácter probatorio a los documentos realizados por medios electrónicos, ante los tribunales.**

- Establecen las normas específicas para garantizar los derechos del consumidor en estos actos jurídicos.
- Tienen congruencia con lo emitido por la ONU, al incorporar estándares internacionales a la legislación mexicana.

En concordancia con lo anterior, Alan Carmona en el artículo 'Integración de Cadenas Productivas Electrónicas', publicado en la revista El Mercado de Valores, sena que "la Ley de Comercio Electrónico plantea que prácticamente se puede realizar cualquier operación comercial por medios electrónicos, siempre que se cumpla con determinados requisitos"<sup>43</sup>.

Es importante señalar que antes de estas reformas sólo se mencionaba al correo y al telégrafo como los medios para realizar operaciones entre personas no presentes al momento de realizar un acto jurídico.

---

<sup>43</sup> Rev. El Mercado de Valores. "Integración de Cadenas Productivas Electrónicas". Año LXI No. 6. Junio del 2001. México. CASTELLANOS Carmona, Alan. P. 28

### **3.4.1 Análisis de la reforma legal.**

Con la intención de profundizar más en el análisis de cada una de las nuevas disposiciones legales aplicables al Comercio Electrónico, se hará un estudio de los cambios que ha sufrido nuestra legislación, con motivo de la aparición del Comercio Electrónico, su aplicación y aplicación en México.

#### **3.4.1.1 Código Civil Federal.**

Se incorpora el concepto jurídico de 'Mensaje de Datos' que implica el consentimiento otorgado a través de los medios electrónicos; se introducen las reformas para reconocer la validez de la oferta y la aceptación o rechazo de la misma, realizadas por medio de un Mensaje de Datos; además se señala que éstos tienen la misma validez y cumplen con el requisito de forma escrita que se exige para la celebración de contratos y demás documentos legales que deben ser firmados por las partes para su formalidad.

En relación al consentimiento, se señala que éste será expreso cuando la voluntad de las partes sea manifestada de manera verbal, por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, y será tácito el que resulte de hechos o actos que lo supongan o que autoricen a presumirlo, con excepción de los casos en que por la ley o la voluntad de las partes deba manifestarse expresamente<sup>44</sup>.

La aceptación se establece cuando la oferta se haga a una persona, sin determinar un plazo para aceptarla, y así, queda el oferente deslindado de ésta, si la aceptación no se hace inmediatamente. La misma regla se aplica cuando la oferta se realiza por teléfono a través de cualquier medio electrónico, óptico o de cualquier otra tecnología que permita la expresión de la oferta y la aceptación de ésta en forma inmediata<sup>45</sup>.

Un aspecto importante de la reforma está en que, cuando se trate de la propuesta y la aceptación hechas a través de medios

---

<sup>44</sup> Cfr. Artículo 1803 del Código Civil Federal.

<sup>45</sup> Cfr. Artículo 1805 del Código Civil Federal.

electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, no se requerirá de estipulación previa entre los contratantes para que estos produzcan efectos<sup>46</sup>.

Dentro de los requisitos, se tienen todos los supuestos mencionados con anterioridad, los cuáles se tendrán por cumplidos mediante la utilización de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, siempre que la información generada o comunicada en forma íntegra a través de dichos medios sea atribuible a las personas obligadas y accesibles para su ulterior consulta<sup>47</sup>.

Para los casos en que la ley establezca como requisito que un acto jurídico deba otorgarse en instrumento ante fedatario público, éste y las partes obligadas podrán generar, enviar, recibir, archivar o comunicar información que contenga los términos exactos en que las partes han decidido obligarse, mediante la utilización de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, en cuyo caso el fedatario público deberá hacer constar en el propio instrumento los

---

<sup>46</sup> Cfr. Artículo 1811 del Código Civil Federal.

<sup>47</sup> Cfr. Artículo 1834 Bis del Código Civil Federal.

elementos a través de los cuales se atribuye dicha información a las partes y conservar bajo su resguardo una versión íntegra de la misma para su ulterior consulta, y otorgar dicho instrumento de conformidad con la legislación aplicable que lo rige<sup>48</sup>.

#### **3.4.1.2 Código Federal de Procedimientos Civiles.**

Se adicionó al artículo 210-A, el cual señala la introducción de reformas, por virtud de las cuales se reconocen efectos jurídicos, validez y fuerza probatoria de los Mensajes de Datos. Se atiende igualmente al reconocimiento de los requisitos de autenticidad, integridad y confiabilidad de la información generada, comunicada o archivada a través de Mensajes de Datos.

Para valorar la fuerza probatoria de la información referida con anterioridad, se dispuso estimar la fiabilidad del método en que ésta haya sido generada, comunicada, recibida o archivada y, en su caso, considerar como elemento fundamental, si es posible atribuir a las personas obligadas el contenido de la misma y si es accesible para su ulterior consulta.

---

<sup>48</sup> Cfr. Artículo 1843 Bis del Código Civil Federal.

### **3.4.1.3 Código de Comercio.**

Es reformado el artículo 49, y el Título II, que se denomina 'Del Comercio Electrónico', que comprende de los artículos 89 a 94, y se modifica la denominación del Libro Segundo del Código de Comercio, disposiciones todas del referido Código<sup>49</sup>.

Con las reformas adoptadas se concede la posibilidad de que los comerciantes puedan ofertar bienes o servicios a través de medios electrónicos, y conserven mediante archivos electrónicos la información que por ley deben llevar.

Se establece la obligación de los comerciantes de conservar por un plazo mínimo de diez años los originales de aquellas cartas, telegramas, mensajes de datos o cualesquiera otros documentos en que se consignen contratos, convenios o compromisos que den nacimiento a derechos y obligaciones. Para efectos de la conservación o presentación de originales, en el caso de mensajes de datos, se requerirá que la información se haya mantenido íntegra e inalterada a

---

<sup>49</sup> D.O.F 29 de mayo del 2000.

partir del momento en que se generó por vez primera en su forma definitiva y sea accesible para su ulterior consulta. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (ahora de Economía) emitirá la Norma Oficial Mexicana que establezca los requisitos que deberán observarse para la conservación de Mensajes de Datos<sup>50</sup>.

Referente a la formalización de acuerdos por este medio, queda establecido que los convenios y contratos mercantiles que se celebren por correspondencia, telégrafo, o mediante el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o las condiciones con que ésta fuere modificada<sup>51</sup>.

En específico se define que en los actos de comercio podrán usarse medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, estableciéndose que para efecto del Código de Comercio, a la información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada a través de dichos medios se le denominará "Mensaje de Datos"<sup>52</sup>. Para

---

<sup>50</sup> Cfr. Artículo 49 del Código de Comercio

<sup>51</sup> Cfr. Artículo 80 del Código de Comercio.

<sup>52</sup> Cfr. Artículo 89 del Código de Comercio.



tales efectos, y salvo pacto en contrario, se establece la presunción que el Mensaje de Datos proviene del emisor si éste ha sido enviado:

- Con el uso de medios de identificación, tales como claves o contraseñas de él;
- Por un sistema de información programado por el emisor o en su nombre para que opere automáticamente<sup>53</sup>.

A efecto de determinar el momento de recepción de la información a que se refiere el párrafo anterior se tomará en cuenta lo siguiente:

- Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción, ésta tendrá lugar en el momento en que ingrese en dicho sistema;
- De enviarse a un sistema del destinatario que no sea el designado o de no haber un sistema de información designado, en el momento en que el destinatario obtenga dicha información<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> Cfr. Artículo 90 del Código de Comercio.

<sup>54</sup> Cfr. Artículo 91 del Código de Comercio.

Para efecto de lo antes establecido, se entiende por sistema de información, cualquier medio tecnológico utilizado para operar Mensajes de Datos. Tratándose de la comunicación de Mensajes de Datos que requieran de un acuse de recibo para surtir efectos, bien sea por disposición legal o por así requerirlo el emisor, se considerará que el Mensaje de Datos ha sido enviado, cuando se haya recibido el acuse respectivo. Salvo prueba en contrario, se presumirá que se ha recibido el Mensaje de Datos cuando el emisor reciba el acuse correspondiente<sup>55</sup>.

Cuando la ley exija la forma escrita para los contratos y la firma de los documentos relativos, esos supuestos se tendrán por cumplidos tratándose de Mensajes de Datos, siempre que éstos sean atribuibles a las personas obligadas y accesibles para su ulterior consulta. En los casos en que la Ley establezca como requisito que un acto jurídico deba otorgarse en instrumento ante fedatario público, éste y las partes obligadas podrán, a través de los Mensajes de Datos, expresar los términos exactos en que las partes han decidido obligarse, en cuyo

---

<sup>55</sup> Cfr. Artículo 92 del Código de Comercio.

caso el fedatario público deberá hacer constar en el propio instrumento los elementos a través de los cuales se atribuyen dichos Mensajes a las partes y conservar bajo su resguardo una versión íntegra de los mismos para su ulterior consulta, dicho instrumento se otorga de conformidad con la legislación aplicable que lo rige<sup>56</sup>. Salvo pacto en contrario, el Mensaje de Datos se tendrá por expedido en el lugar donde el emisor tenga su domicilio y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo<sup>57</sup>.

Con respecto a los medios probatorios, se establece que serán admisibles como medios de prueba todos aquellos elementos que puedan producir convicción en el ánimo del juzgador acerca de los hechos controvertidos o dudosos y, en consecuencia serán tomados como pruebas las declaraciones de las partes, terceros, peritos, documentos públicos o privados, inspección judicial, fotografías, facsímiles, cintas cinematográficas, de videos, de sonido, Mensajes de Datos, reconstrucciones de hechos y en general cualquier otra similar u objeto que sirva para averiguar la verdad<sup>58</sup>. Para valorar la fuerza

---

<sup>56</sup> Cfr. Artículo 93 del Código de Comercio.

<sup>57</sup> Cfr. Artículo 94 del Código de Comercio.

<sup>58</sup> Cfr. Artículo 1205 del Código de Comercio.

probatoria de dichos Mensajes de Datos, se estimará primordialmente la fiabilidad del método en que haya sido generada, archivada, comunicada o conservada dicha información.

#### **3.4.1.4 Ley Federal de Protección al Consumidor.**

Las reformas que se comentan, incluyen importantes adecuaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, cuyo objeto es promover y proteger los derechos del consumidor. En particular se reformó el párrafo primero del artículo 128 y se adicionaron la fracción VIII al artículo 1º, la fracción IX bis al artículo 24 y el Capítulo VIII bis, que contiene el artículo 76 bis de la ley<sup>59</sup>.

En estas reformas, con base a los lineamientos emitidos por la OCDE, se orientan a evitar que se vean afectados y queden desprotegidos los derechos del consumidor ante las nuevas formas de comercialización digital, y se establecen obligaciones que deben de cumplir los proveedores cuando se realicen operaciones a través de

---

<sup>59</sup> D.O.F. 29 de mayo del 2000

medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, como son evitar el manejo fraudulento de la información proporcionada y la correcta utilización de los datos aportados por los consumidores, además de la obligación que asumen los proveedores para utilizar la información de manera confidencial y para no difundirla, salvo aceptación expresa del consumidor; deberá proporcionar al consumidor (antes de celebrar cualquier operación) su domicilio, números telefónicos, y demás medios a los que pueda acudir el consumidor para prestarle sus reclamaciones, hacer válidas las garantías o solicitarle aclaraciones; el proveedor deberá cumplir estrictamente las disposiciones de comercialización y publicidad, con la condición abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos; en el mensaje de compraventa, el consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, las condiciones, costos, cargos adicionales y formas de pago de los bienes que se oferten; y en relación con el tema de la seguridad en las operaciones, el proveedor deberá utilizar alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e

informará a éste, previamente a la celebración de la operación, las características generales de dichos elementos<sup>60</sup>.

Al respecto, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) tendrá mayores atribuciones para atender controversias que se generen por operaciones realizadas a través del Comercio Electrónico, y se establece la posibilidad de que se impongan sanciones de hasta dos mil quinientas veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal para determinadas infracciones<sup>61</sup>.

Como consecuencia, el consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor vía Internet. Para tal efecto, en el diseño, presentación de información y contenido de las páginas de Internet a través de las cuales se ofrezcan productos y servicios se deberán incluir:

- El texto del contrato de compra-venta correspondiente;

---

<sup>60</sup> Cfr. Artículo 76 Bis de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

<sup>61</sup> Cfr. Artículo 128 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

- La especificación de cómo se evidenciará la aceptación o consentimiento del consumidor;
- Los términos legales y los formatos básicos para identificar al consumidor; la especificación sobre los medios que se utilizan para proteger la información proporcionada;
- Los datos del proveedor; los datos completos y términos pormenorizados de las ofertas; y
- La descripción completa de los productos.

#### **3.4.1.5 Norma Oficial Mexicana sobre los requisitos que deben observarse para la conservación de Mensajes de Datos.**

Tiene como objetivo establecer los requisitos que deben observarse para la conservación del contenido de mensajes de datos (información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología), tratándose de actos de comercio.

Conforme a su campo de aplicación, la NOM es de observancia general y obligatoria en el territorio nacional para los comerciantes que

deban conservar los mensajes de datos en que consiguen contratos, convenios o compromisos que den nacimiento a derechos y obligaciones.

Existen diversos elementos que intervienen en la conservación de mensajes de datos y que son regulados en la NOM; como la emisión de la firma electrónica y/o digital, así como el prestador de servicios de certificación, deben observar los requisitos que la normatividad aplicable señale para su operación.

La firma digital está basada en métodos matemáticos de criptografía asimétrica, que dan elementos de seguridad similares o superiores a los de firma autógrafa, con lo que se resuelve el problema de la adjudicación, aceptación y autoría de un documento digital o mensaje de datos.

Uno de los elementos que se consideran con respecto de la información generada, recibida, archivada o comunicada a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología (mensaje de datos), es su conservación, para ello de acuerdo con el artículo 49



de Código de Comercio, la Secretaría de Economía debe de emitir la NOM que establezca los requisitos que deberán observarse, por lo tanto, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, así como su reglamento, fue elaborado el anteproyecto del NOM respectivo<sup>62</sup>.

El apéndice normativo de la NOM establece las definiciones y los pasos necesarios para llevar a cabo la conservación de mensajes de datos, estos últimos son seis:

- Formación de archivos parciales, que es un mensaje de datos en formato ASN1<sup>63</sup> que se compone de tres elementos. Primero, el nombre del archivo cuyo contenido se pretende conservar. Segundo, el tipo de archivo. Tercero, su contenido. Con el objetivo de guardar la relación lógica que existe entre estos tres elementos.

---

<sup>62</sup> NOM publicada en el D.O.F del 16 de Noviembre de 2001.

<sup>63</sup> Versión 1 de Notación Abstracta de Sintaxis, notación formal utilizada para describir información transmitida por protocolos de comunicaciones sin importar el lenguaje de programación utilizado o la representación física de esta información.

- **Obtención de los compendios o resúmenes digitales.** El compendio o resumen digital de un archivo parcial es lo que resulta de aplicar un algoritmo matemático.
- **Integración del Expediente Electrónico.** Cuando ya se tienen los archivos parciales y los resúmenes digitales de los archivos con contenido a conservar, se debe de integrar el expediente, el cual se compone de cuatro elementos: el primero es el nombre del expediente, el cual debe de coincidir con el nombre con el que se identifica en el sistema de información en donde está o estuvo almacenado; segundo, un índice que contenga el nombre y el compendio de cada archivo parcial que se integra en el expediente; tercero, la identificación del operador del sistema de conservación; cuarto, su firma digital, de acuerdo a la definición correspondiente en el mismo proyecto de NOM.
- **Obtención de la Constancia del Prestador de Servicios de Certificación.** Para poder dar la condición de original a un mensaje de datos y por lo tanto conservarlo en esa condición, es indispensable generar una constancia electrónica que permita verificar en el tiempo si el mensaje de datos ha sido conservado de

manera íntegra e inalterada. Esta constancia se obtiene a partir del expediente electrónico que el interesado en conservar el mensaje de datos, envía al prestador de servicios de certificación. La constancia deberá regresar al cliente como un archivo de tipo *mime application/octet-stream*.

- **Formación de la Constanca.** El prestador de servicios de certificación formará una constancia en formato ASN1 que contendrá: Primero, el nombre del archivo en donde está almacenada la constancia; segundo, el expediente enviado por el sistema de conservación; tercero, fecha y hora del momento en que se crea la constancia; cuarto, la identificación del prestador de servicios de certificación; y quinto, su firma digital de acuerdo a la definición correspondiente de este Proyecto de Norma Oficial Mexicana.
- **Método de Verificación de Autenticidad.** La verificación de la autenticidad de una constancia se realizará por medio del uso de un sistema de verificación que lleve a cabo los pasos siguientes:
  - ⇒ Verificar la firma digital del prestador de servicios de certificación en la constancia.

- ↳ Verificar la firma digital del operador del sistema de conservación en el expediente contenido en la constancia, y
- ↳ Recalcular el compendio de él o los archivos parciales y verificar que coincidan con los compendios asentados en el expediente.

Con esta metodología se cubren tres posibles formas de alteración de los mensajes de datos, la alteración por parte del operador del sistema de conservación, por parte del prestador de servicios de certificación y/o en el proceso de comunicación entre uno y otro.

## **CAPÍTULO 4. CONTRATO DE COMPRAVENTA.**

### **4.1. El contrato de Compraventa en el Código Civil y en el Código de Comercio.**

El contrato es una institución que ha existido desde hace mucho tiempo, la cual fue perfeccionada por los juristas romanos.

El concepto de contrato varía de país en país y de época en época, de acuerdo con las leyes y costumbres de éstos, por lo que para este estudio es necesario partir de la definición que da nuestra legislación.

Derivado de lo anterior, es necesario mencionar que el contrato es una especie del género convenio, el cual se identifica con cualquier acto jurídico bilateral, para tener una mayor certeza cabe aclarar que el género Convenio se divide en dos:

{ CONVENIO: Modifica o extingue  
{ CONTRATO: Crea o transfiere

Ahora bien en cuanto a los contratos, existen muchos tipos, con diferentes características, aunque tengan como objetivo común crear o transmitir derechos y obligaciones, pero en este trabajo me referiré específicamente al de compraventa, por lo que para comenzar, es necesario hacer una distinción del contrato de compraventa; es necesario tomar en cuenta que si el contrato es realizado entre particulares no comerciantes, será un contrato civil; si se realiza entre un particular y un comerciante, será mixto, es decir, civil y mercantil.

En nuestro país, antes de 1989 el artículo 1050 señalaba que "en caso de que exista controversia judicial se aplicará el Código Civil, si el demandado es particular y el Código de Comercio, si el demandado es comerciante"<sup>1</sup>. En la actualidad, este mismo artículo establece "Cuando conforme a las disposiciones mercantiles, para una de las partes que intervienen en un acto, éste tenga naturaleza comercial y para la otra naturaleza civil la controversia que del mismo se derive se regirá conforme a las leyes mercantiles"<sup>2</sup>, por lo que se deriva que toda controversia suscitada entre un comerciante y un particular será

---

<sup>1</sup> Apuntes de Clase en la Facultad de Derecho de Contratos Mercantiles del Lic. Gerardo Barajas Rodríguez.

<sup>2</sup> Art. 1050 Código de Comercio.

mercantil. Además de lo anterior, la mercantilidad del contrato también se dará por su objetividad y subjetividad, es decir, el primero será, si se trata de cosas mercantiles, y el segundo, si se trata de un acto entre comerciantes.

El concepto del contrato de compraventa, es el mismo para las materias mercantil y civil; definición que se encuentra en el Código Civil Federal, el cual establece que "habrá compraventa cuando uno de los contratantes se obliga a transferir la propiedad de una cosa o un derecho, y el otro, a su vez, se obliga a pagar un precio cierto y en dinero"<sup>3</sup>; al tener un mismo significado en ambas ramas del Derecho, se infiere que sus características también son las mismas. De lo anterior se concluye que éste contrato es:

- **Traslativo de dominio, es decir, se transfiere la propiedad y el dominio de un objeto mueble o inmueble a la otra parte, mediante el pago de cierta cantidad de dinero.**

---

<sup>3</sup> Art. 2248 Código Civil Federal.

- **Consensual, porque se perfecciona y es obligatorio para las partes cuando estas han convenido sobre la cosa y el precio, aunque la primera no haya sido entregada, ni el segundo satisfecho<sup>4</sup>.**

- **Oneroso, porque cada parte tiene prestaciones que beneficiarán a cada una de las partes, como se desprende de la misma definición y de lo que señalan los artículos 2286 que dice: "que el vendedor no está obligado a entregar la cosa si el comprador no la ha pagado..." y 2300 "La falta de pago del precio, da derecho para pedir la rescisión del contrato...", ambos del Código Civil Federal; y**

- **Bilateral, porque ambas partes se obligan, como también se deduce de su definición.**

**Así mismo, los elementos de existencia y requisitos de validez de este contrato, en ambas materias son los mismos, los cuales, para**

---

<sup>4</sup> Cfr. Art. 2249 Código Civil Federal.



efectos de su estudio y de acuerdo con Joaquín Rodríguez Rodríguez, se pueden clasificar en elementos personales, reales o formales<sup>5</sup>.

#### **4.1.1 Elementos Personales del Contrato de Compraventa Civil y Mercantil.**

El comprador (quien ofrece y entrega la cosa) y el vendedor (quien recibe la cosa y paga el precio), al intervenir en el contrato de compraventa, realizan una declaración de voluntad. Para limitar la autonomía de la voluntad de los contratantes existen cuatro puntos que se deben de tomar en cuenta:

- El acuerdo de voluntades no puede tener un objeto o fin ilícito, lo anterior se encuentra regulado en el artículo 77 del Código de Comercio que dice:

*" Las convenciones ilícitas no producen obligación ni acción, aunque recaigan sobre operaciones de comercio".*

---

<sup>5</sup> Cfr. RODRÍGUEZ Rodríguez, Joaquín .- Derecho Mercantil. Vigésimo quinta edición. Ed. Porrúa. México 2001. P.p. 511-514.

- El acuerdo de voluntades, no puede ir en contra de una norma de interés público. El Orden Público en México, se encuentra en el artículo 6° del Código Civil, que señala:

*“La voluntad de los particulares no puede eximir de la observancia de la ley, ni alterarla o modificarla. Sólo pueden renunciarse los derechos privados que no afecten directamente el interés público, cuando la renuncia no perjudique derechos de terceros.”*

Por regla general, todo el Derecho Civil y el Derecho Mercantil son de orden privado, pero tienen sus excepciones, como por ejemplo el derecho familiar, algunos artículos en materia de arrendamiento, etc. en el área Civil, tanto que en el Mercantil los plazos de prescripción.

- El acuerdo de voluntades no puede ir en contra de una norma prohibitiva. En los contratos es posible incorporar la cláusula penal, pero ésta nunca debe de superar la obligación principal, pues el exceso será nulo.

- El acuerdo de voluntades no debe de ir en contra de la técnica jurídica, pues por encontrarse en las jurisprudencias de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, no es posible cambiarla.

Para que la contratación sea eficaz; es necesario que las partes tengan capacidad para realizar el contrato y expresen su consentimiento.

#### **4.1.1.1. Capacidad.**

Es necesario recordar que existen dos tipos:

- De goce: cuando una persona puede ser sujeto de derechos y obligaciones.
- De ejercicio: cuando la persona puede ejercer por sí mismo sus derechos y obligaciones.

La capacidad para los contratos civiles y mercantiles es la misma, por lo que, para intervenir en un contrato de compraventa bastará con tener más de dieciocho año y no estar en alguno de los

supuestos de incapacidad que señala la ley. Pero aunque exista la capacidad para formar parte de un contrato de compraventa, algunas personas tienen prohibido efectuar ciertas y determinadas operaciones de compraventa ya sean civiles o mercantiles (falta de legitimación), algunos de estos casos son los siguientes:

- Los extranjeros y las sociedades no pueden adquirir bienes inmuebles en el territorio mexicano, si no es con las restricciones y limitaciones que resultan del artículo 27 Constitucional (Art. 2274 CCF).

- El marido y la mujer no pueden efectuar entre sí operaciones de compraventa, a no ser que hayan contraído matrimonio bajo el régimen de separación de bienes (Art. 176 CCF).

- Los funcionarios judiciales y el Ministerio Público, los abogados, los procuradores y los peritos no pueden comprar bienes que son objeto de los juicios en que intervengan (Art. 2276 CCF), a no ser que se trate de coherederos y la venta o cesión que tenga

por objeto acciones hereditarias o bien se trate de derechos a que estén afectos bienes de su propiedad (Art. 2277 CCF).

- Los padres no pueden adquirir los bienes de los hijos sujetos a su patria potestad, a no ser que se trate de bienes que los hijos adquiriesen de su trabajo (Art. 2278 CCF).

- Los propietarios de cosa indivisa no pueden vender su parte a extraños sin respetar el derecho del tanto de los demás comuneros (Art. 950, 973, y 975 CCF).

- Los tutores, corredores, mandatarios, ejecutores testamentarios, interventores nombrados por el testador o por los herederos, los representantes, administradores e interventores en caso de quiebra y los empleados públicos, no pueden comprar bienes de cuya venta también se hayan encargado (Art. 2280CCF).

- Los peritos y corredores no pueden comprar los bienes en cuya venta hayan intervenido (Arts. 2281 CCF, 20 fracción III Ley

Federal de Correduría Pública y 299 Código de Comercio, aplicables respectivamente a los corredores y comisionistas).

- Los extranjeros están sujetos a las disposiciones de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras.

#### **4.1.1.2. Consentimiento.**

Es el acuerdo de dos o más voluntades sobre la creación o transmisión de derechos y obligaciones. Este debe recaer sobre el objeto jurídico y el material del contrato.

Esta manifestación de voluntad debe exteriorizarse de manera tácita, verbal, escrita o por signos indubitables, además debe ser libre y espontánea, sin vicios que sean capaces de afectar su eficacia, ya sea por inexistencia o nulidad absoluta o relativa del mismo. En los contratos, el consentimiento se integra por dos

elementos: la oferta y la aceptación, en general, ambas partes manifiestan su conformidad al suscribir el contrato<sup>6</sup>.

#### **4.1.2. Elementos reales del contrato de Compraventa Civil y Mercanti.**

Entre los elementos reales podemos encontrar la cosa u objeto y el precio.

##### **4.1.2.1. El objeto.**

Se puede analizar de acuerdo a dos categorías distintas:

- **Objeto Jurídico:** Se divide en Directo (creación y transmisión de derechos y obligaciones) e Indirecto (es el dar, hacer o no hacer).

---

<sup>6</sup> En materia de Comercio Electrónico, esto no sucede, porque la oferta y las condiciones ya están estipuladas por el vendedor; existe una peña excepción en las subastas en línea, lo cual se analizará más adelante.

▪ **Objeto Material:** Se refiere a que las cosas objeto del contrato deben ser física y legalmente posibles

Pueden ser objeto de la compraventa mercantil tanto los bienes inmuebles como los bienes muebles, de igual forma si se trata de cosas mercantiles o de otras que no tengan esa naturaleza.

De acuerdo con el Código Civil, la cosa objeto del contrato, debe existir en la naturaleza; ser determinada o determinable en cuanto a su especie y; estar en el comercio <sup>7</sup>.

#### **4.1.2.2. El precio.**

En cuanto al precio, como elemento esencial del contrato de compraventa debe ser cierto y en dinero, de acuerdo con el artículo 2248 del Código Civil Federal, que dice:

*"Artículo 2248. Habrá compraventa cuando uno de los contratantes se obliga a transferir la propiedad de una cosa o de*

---

<sup>7</sup> Art. 1825 del Código Civil Federal.



*un derecho, y el otro a su vez se obliga a pagar por ellos un precio cierto y en dinero”.*

La certidumbre del precio se da cuando: los contratantes pueden convenir en que el precio sea el que en día o lugar determinado o bien el que fije un tercero (Art. 2251 CCF); si es fijado por un tercero, los contratantes no podrán rechazarlo, a menos que sea de común acuerdo (2252 CCF), en caso de que el tercero no quiera o no pueda fijar el precio quedará el contrato sin efecto, a menos que exista convenio en contrario (Art. 2253 CCF).

Respecto de los derechos y obligaciones para cada una de las partes, serán las mismas que se señalan en el Código Civil Federal, para ambos contratos.

Por todo lo anterior podemos concluir que en cuanto a los requisitos de validez y elementos de existencia, no hay diferencia entre el Contrato de Compraventa Mercantil y Civil.

#### **4.2. Diferencias entre el Contrato de Compraventa Mercantil y Civil.**

Aunque como ya se mencionó anteriormente el concepto de contrato de Compraventa, es el mismo para ambas materias del Derecho así como algunas características, el Contrato de Compraventa Mercantil, posee algunos caracteres peculiares que son los que lo hacen ser diferente al Civil; estas peculiaridades, de acuerdo con Joaquín Rodríguez, se pueden encontrar en las primeras cuatro fracciones del artículo 75 del Código de Comercio, por lo que al confrontarlas con dicho artículo señala que "es Compraventa Mercantil la compraventa de muebles o inmuebles, reelaborados o no, hecha con propósito de lucro; la que recaee sobre cosas mercantiles, y la que se efectúa por un comerciante o entre comerciantes"<sup>8</sup>.

La comercialidad de la prestación va a depender de la naturaleza del acto o de su calificación accesoria, es decir, si implica una intermediación lucrativa, como lo establecen las fracciones I y II del artículo 75 y el artículo 371 del Código de Comercio, o bien si se

---

<sup>8</sup> Rodríguez Rodríguez, Joaquín. Derecho Mercantil. Op Cit. P.508.

refiere a determinados objetos o personas como las fracciones IV, V, XX y XXI del artículo 75 del mismo ordenamiento.

Rodríguez Rodríguez, en su obra<sup>9</sup>, menciona que hay dos excepciones a la definición de compraventa, una negativa, la cual indica el artículo 76 del Código de Comercio al establecer que "no son actos de comercio la compra de artículos o mercaderías que para su uso o consumo, o los de su familia, hagan los comerciantes, ni las reventas hechas por obreros, cuando ellas fueren consecuencia natural de la práctica de su oficio", lo cual resulta lógico, pues hace falta la característica principal, que es el elemento de lucro. En tanto que la excepción positiva es la establecida en el artículo 75 fracción XXIII, que señala que "la enajenación que el propietario o el cultivador hagan de los productos de su finca o cultivo, serán actos de comercio".

---

<sup>9</sup> RODRÍGUEZ Rodríguez, Joaquín. Derecho Mercantil. Op Cit P. 510.

### **4.3. Compraventa internacional.**

En materia de compraventa mercantil tienen especial valor los usos mercantiles y los contratos sobre formularios impuestos en el comercio internacional.

En el ámbito internacional hay diferentes formas de contratar para la venta de productos y/o servicios, algunas de estas formas son:

- De compraventa, que comprende una sola transacción.
- De suministro, que puede incluir entregar repetidas de un producto, en el marco de un solo contrato.
  - De comisión, representación o distribución mercantil.
  - De licencia para el uso o explotación de una patente o marca.
- De prestación de servicios.

Estas formas de contratar, algunas en mayor medida que las otras, son utilizadas en la compraventa tradicional o por medios electrónicos (de acuerdo a los tipos de Comercio Electrónico que ya se estudiaron con anterioridad), tanto a escala internacional como

nacional. Estos contratos por lo general se pueden hacer por medio de un contrato verbal, de un intercambio de correspondencia o de un contrato por escrito que es lo más aconsejable, pues realizar este tipo de transacciones, y por lo tanto considerar las operaciones como concretadas mediante el simple intercambio de documentos es muy riesgoso. Es decir, antes de contratar en una operación comercial internacional, es necesario negociar los términos y condiciones contenidas en el contrato y consignarlos por escrito, ya que es importante considerar que existen cláusulas de mucha importancia y trascendencia que jamás se mencionan en otros documentos; como un pedido en firme, una factura, un conocimiento de embarque, Incoterms, las cartas de Crédito y otros papeles tradicionales.

Es importante señalar que las principales cláusulas que debe tener un contrato son:

- Objeto (productos o servicios).
- Forma de pago (carta de Crédito).
- Empaque y embalaje.
- Entrega de la mercancía
- Responsabilidad civil sobre el producto.

- **Patentes y Marcas.**
- **Impuestos.**
- **Cesión de derechos y obligaciones.**
- **Cláusula compromisoria.**

Así mismo es de igual importancia aclarar que en el ámbito internacional, los elementos y requisitos del Contrato de Compraventa son los mismos que en la compraventa nacional. Pero en este caso uno de los aspectos importantes es el pago del precio, el cual debe ser cierto y en dinero, pero el artículo 635 del Código de Comercio señala que los contratos mercantiles solo pueden perfeccionarse con la moneda nacional, por lo que no podrá ser obligatorio el pago en moneda extranjera; sin embargo el Código Civil, no establece si las obligaciones se pueden pactar o no, en moneda extranjera, por lo tanto como en el Código de Comercio si hay regulación al respecto, y de acuerdo con el artículo 1050 del mismo, esta obligación se efectuará en el equivalente en moneda nacional.

Es necesario elegir la forma más adecuada para recibir o efectuarlos pagos en las transacciones comerciales, así mismo deben

considerarse otros aspectos como: cuerpo legal, cultura y legislación de cada uno de los países y acuerdos internacionales.

La Ley Monetaria permite que se realicen contratos y obligaciones en moneda extranjera, pero nadie está obligado a cubrir su obligación en esta moneda, ante esto, existe el problema de la paridad que se debe de tomar en cuenta al momento de hacer el pago, problema que el artículo 8° de la Ley resuelve al decir que por regla general se pagará de acuerdo a la cotización que rija el día del pago de la obligación, al respecto existe en el artículo 4° transitorio de la Ley en comento, dos excepciones, en las que se toma en cuenta la cotización que rigió el día de la celebración del Contrato:

- Tratándose de contratos de préstamo si se demuestra que lo que se entregó fue en moneda nacional.
  
- Cuando el contrato inicialmente se convino en moneda nacional y se redocumenta en moneda extranjera.

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías, algunas de ellas son:

- Vía cheque.
- Giro bancario.
- Orden de pago.
- Cobranza bancaria internacional (cartas de crédito)

De todas las anteriores la que es más utilizada para brindar la mayor seguridad al cobro es la carta de crédito.

#### **4.4. Contratos de Compraventa en Internet.**

Los contratos para que sean válidos, no necesitan ser realizados por escrito (aunque da mayor seguridad), pues en nuestra vida cotidiana, realizamos contratos que no se llevan a cabo de manera escrita, como por ejemplo cuando se compra algún producto en una tienda de autoservicio, debido a que el simple acuerdo de voluntades lo perfecciona, por lo antes citado podemos afirmar que todo el tiempo son realizados contratos de compraventa sin formalizarlos por escrito.



Ahora bien, de acuerdo con las anotaciones anteriores que nos permiten identificar al contrato, es posible entrar de lleno en la diferencia específica, es decir en lo que hace distintivo al contrato informático o electrónico respecto de otros contratos.

Eduardo de la Parra Trujillo, en su ponencia en el VIII Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática, titulada "Teoría del Contrato Informático. Comercio Electrónico: Evolución del Derecho de los Contratos", señala que la calificación de contrato informático, responde a la presencia de factores informáticos en los elementos de existencia del contrato, mismos que son su esencia<sup>10</sup>.

Anteriormente, se mencionó que los elementos de existencia del contrato, son el objeto y el consentimiento<sup>11</sup>, por lo que el carácter de contrato electrónico se encontrará ya sea en el objeto o en el consentimiento.

Al hablar de objeto, se tienen tres posibilidades:

---

<sup>10</sup> VIII Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática.- Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. 21- 25 de Noviembre de 2000.

<sup>11</sup> De acuerdo con algunos tratadistas que se basan en el derecho francés y en nuestra legislación vigente.

- Objeto directo: se refiere a crear y transmitir derechos y obligaciones.
- Objeto indirecto: es el realizar una conducta de dar, hacer o no hacer.
- La cosa material: es lo que el obligado debe de entregar.

En este sentido, lo informático del objeto se basa en el objeto a entregar o en el objeto indirecto, es decir el bien, puede ser todo aquello dentro del comercio, algunos autores señalan que el bien informático sería todo objeto que sirve para transmitir información en forma automática, como puede ser el equipo de computación, idea con la que no concuerdo, pues el contrato electrónico no solo sirve para comprar dichos bienes muebles, sino una amplia gama de productos de toda índole, incluidos a los servicios (dar, hacer o no hacer), ya que lo informático no es el objeto que se compra sino el modo de hacer la contratación. Por lo tanto, la expresión "contratos informáticos", designa contratos concluidos mediante medios informáticos, es decir, contratos incluidos dentro del comercio electrónico (vía EDI, Internet, correo electrónico) o contratos de bolsa dentro de un circuito telemático.

La conclusión de un contrato por vía electrónica presupone la existencia de una organización compleja: La parte que emite el acto; la parte que lo recibe, pues es necesario tener la calidad de proveedor o usuario (vendedor o comprador respectivamente) para celebrar un contrato informático, pues cualquier persona puede intervenir en este tipo de contratación; la red telemática; un sujeto que opera la red; un sujeto propietario de la red. Se destaca por lo antes citado, que las partes no están directamente unidas a la red sino que su unión se realiza mediante la intervención de otros sujetos.

#### **4.4.1 Naturaleza Jurídica del Contrato Electrónico.**

En cuanto a la Naturaleza del Contrato Informático, de acuerdo a lo analizado al principio de este capítulo, la mercantilidad del contrato va a darse en relación con la subjetividad y objetividad del mismo<sup>12</sup>, es decir, ya sea entre comerciantes o bien que sea con fines de lucro. Además de lo anterior, en este tipo de contratos, también hay caracteres que los hacen mercantiles, lo cual se puede confirmar al

---

<sup>12</sup> Ver Artículo 1050 del Código de Comercio.

observar que conforme pasa el tiempo Internet se convierte en el mercado más importante del mundo, ejemplo de ello son las compras que se realizan en [www.amazon.com](http://www.amazon.com), pues se celebra un contrato mercantil con una empresa que se dedica a comercializar productos en la red.

Pero los contratos vía Internet, también pueden ser entre particulares, sin que haya una empresa de por medio, en tal caso hablamos de un contrato civil. Lo peculiar de estos contratos se puede dar en las ahora famosas subastas en línea (donde, como veremos más adelante, se realizan dos contratos, uno con el *site* que presta sus servicios para publicitar y vender el producto, y el otro con el particular que compra dicho bien) o también directamente a través de algún *chat*.

Por todo lo mencionado, este tipo de contratos, al igual que los celebrados en la forma convencional pueden ser tanto civiles, como mercantiles, por lo que a los contratos vía Internet también se les aplicará la Teoría General de los Contratos contenida en el Código

Civil, y en caso de ser mercantil se aplicarán las excepciones que se encuentran contenidas en los artículos 77-88 del Código de Comercio.

#### **4.4.2. Contrato de adhesión.**

El contrato, en cualquiera de las modalidades que estudia la Teoría General de los contratos, puede celebrarse a través de los medios electrónicos, concretamente por medio del Internet, esto se ha realizado con la idea de dar una mayor agilidad, rapidez y eficacia en el intercambio de bienes y servicios.

La expresión contrato de adhesión, fue empleada por primera vez en la obra "Declaración de la Voluntad"<sup>13</sup>. Este tipo de contratos, tienen como característica fundamental, que a pesar de ser contratos civiles o mercantiles<sup>14</sup>, se convierten en contratos de adhesión, pues una de las partes (proveedor), formula los antecedentes, las declaraciones y las cláusulas del contrato, y frente a ellas la otra parte (consumidor), no tiene más opción que la de adherirse al contrato o no

---

<sup>13</sup> Publicado en París en 1901 por el jurista francés Raymond Saleilles.

<sup>14</sup> De acuerdo a su subjetividad u objetividad.

celebrarlo, por ello a este tipo de contratos se les llama también contratos predispuestos; mismos que hacen las veces de un contrato de compraventa de un bien o servicio.

En nuestra legislación vigente (Ley Federal de Protección al Consumidor), se define al contrato de adhesión como “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 originarias de un contrato”<sup>15</sup>. De acuerdo con la definición anterior, se identifica a este contrato como un documento, lo cual no es exacto, pues en sentido estricto es un acuerdo de voluntades que se exterioriza por medio de un documento; así mismo señala que se realiza por medio de formatos uniformes, lo cual no corresponde con la naturaleza esencial del contrato de adhesión, pues como ya se señaló con anterioridad es preparado unilateralmente por el proveedor, con independencia de que se utilicen o no los formatos.

---

<sup>15</sup> Artículo 85 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Ahora bien la, ley de Instituciones de Crédito<sup>16</sup> en su artículo 118-A menciona que “se entenderá por contrato de adhesión aquél elaborado unilateralmente por una institución, que conste de documentos de contenido uniforme en los que se establezcan los términos y condiciones aplicables a las operaciones activas que celebre la institución...”

#### **4.4.2.1 Naturaleza jurídica del contrato de adhesión.**

Es normal que en ámbito empresarial se utilice esta modalidad contractual, por obvias razones (disminución en gastos y costos), como consecuencia se podría pensar que la autonomía de la voluntad, pierde preponderancia, pues la voluntad de quien efectúa la oferta, en principio queda, mediatizada por un programa determinado, pues sería éste, quien tome las decisiones, sin que la voluntad de las partes intervenga, es decir, si una empresa o mejor dicho el comprador, quiere vender sus productos a través de Internet, o celebrar sus contratos con cláusulas predisuestas, entonces no tendría que estar físicamente en una negociación con los consumidores, en cuyo caso

---

<sup>16</sup> Este tipo de contratación es común en las Instituciones de Crédito.

la manera más fácil y sencilla es que se programe a un ordenador que reciba la aceptación vía electrónica (mediante el envío de los datos del consumidor) y se concluya el contrato, dando lugar a un contrato de adhesión, en consecuencia la modalidad contractual que surge no es un Contrato tradicional de compraventa, donde cada una de las partes decide contratar y con igual libertad determinan el contenido de un contrato, lo anterior representa las características inherentes a este tipo de contratos y son las que hacen que su naturaleza jurídica sea muy discutida, pues algunos autores consideran que en esta forma de contratación no existe libertad contractual, y es por ello que surge una interrogante sobre la vulneración de los principios generales de la contratación, pero si bien es cierto que en esta clase de contratos el acuerdo de voluntades se obtiene mediante el contrato elaborado unilateralmente por el proveedor y aceptado por el consumidor, sin que exista la posibilidad de discutir las cláusulas del contrato, no se debe desconocer que ambas voluntades concurren, es decir, la libertad de contratar existe, aunque no la de discutir los términos del Contrato, y es por ello que en cuanto los interesados firman (dan su aceptación) o se adhieren al contrato, éste se perfecciona.



Es importante señalar que pueden existir el error, la violencia, el dolo, la lesión, las cláusulas abusivas, y en materia penal el fraude, mejor llamados vicios de la voluntad.

- **ERROR.** Es algo que se tuvo en cuenta al decidir contratar y que no está presente luego, por lo que de haber sabido que faltaría no se hubiera contratado. En el ámbito del Comercio Electrónico se puede dar cuando se contrata en base a un formulario al que se adhiere y posteriormente llega información de que cambió su contenido.

- **VIOLENCIA.** Refiriéndonos a la ocasionada moralmente, lo que se entiende como la amenaza de un mal cierto o inminente. Dentro del Comercio Electrónico, lo más cercano, sería decir que la sociedad de consumo unida al monopolio, a la ausencia de información del consumidor, o a la falta de otros ofertantes, ante el temor fundado de no obtener el producto deseado por medios menos gravosos, le da el tinte de violencia.

▪ **DOLO.** Es una artimaña con el fin de dañar o perjudicar. Esto está vinculado con la mala fe en los negocios al no otorgar información o bien, que si se da, ésta sea errónea o ficticia. Dentro de este vicio de la voluntad, no se encuadra un uso que es propio de la práctica comercial, que es la exageración de cualidades<sup>17</sup>.

▪ **LESIÓN.** Es el vicio que opera cuando se presenta un estado de necesidad de alguien y la propuesta gravosa y oportunista de solución con un valor sobre dimensionado en ocasión de esa situación especial de necesidad.

▪ **CLÁUSULAS ABUSIVAS.** La doctrina las ha entendido como aquellas que otorgan demasiadas prerrogativas o ventajas a una parte en perjuicio de la otra, y generalmente entran por la desigualdad preexistente de los contratantes, por la necesidad lesionada o por el modo de contratar, como lo es el contrato de adhesión. En algunas legislaciones como la nuestra, este tipo de cláusulas se tienen por no puestas.

---

<sup>17</sup> Este uso comercial, no es aceptado desde el punto de vista de protección al consumidor, pues se incurre también en una mentira.

En la Ley Federal de Protección al Consumidor vigente en su artículo 90, sustituyó el registro previo y obligatorio de los modelos de los contratos de adhesión ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía), por el sistema sujeto a Norma Oficial Mexicana<sup>16</sup>, de igual manera, este precepto tuvo el mérito de introducir el sistema de control legislativo ya no de los modelos de contratos, sino de determinadas cláusulas que se consideran abusivas, inequitativas o desproporcionales en perjuicio del consumidor; este sistema establece los criterios para determinar cuándo una cláusula es nula y se tendrá por no puesta en el contrato, mismos que se encuentran en las seis fracciones del artículo ya mencionado.

*"Artículo 90*

*No serán válidas y se tendrán por no puestas las siguientes cláusulas de los contratos de adhesión ni se inscribirán en el registro cuando:*

*1. Permitan al proveedor modificar unilateralmente el contenido del contrato, o sustraerse unilateralmente de sus obligaciones;*

---

<sup>16</sup> Registro que se realizaba para que este tipo de contratos no pudieran implicar prestaciones desproporcionadas a los consumidores. En la actualidad, el sistema de Normas Oficiales Mexicanas, son las que determinan cuales son los contratos que se deben de inscribir de forma obligatoria.

*II. Liberen al proveedor de su responsabilidad civil, excepto cuando el consumidor incumpla el contrato;*

*III. Trasladen al consumidor o a un tercero que no sea parte del contrato la responsabilidad civil del proveedor;*

*IV. Prevengan términos de prescripción inferiores a los legales;*

*V. Prescriban el cumplimiento de ciertas formalidades para la procedencia de las acciones que se promuevan contra el proveedor; y*

*VI. Obliguen al consumidor a renunciar a la protección de esta ley o lo sometan a la competencia de tribunales extranjeros”.*

Entre los requisitos de validez que se establecen es que el contrato esté escrito en idioma español y que sus caracteres sean legibles a simple vista.

#### **4.4.3 Contratación entre ausentes.**

Por regla general los contratos deben de realizarse entre presentes, pero hay ocasiones en que las partes no se encuentran una frente a la otra, sin importar la distancia o su localización, como es el caso del Comercio Electrónico.

En las relaciones comerciales, los contratos celebrados entre personas que se comunican a través de medios telemáticos o tecnológicos, son conocidos comúnmente como contratos entre ausentes, pero propiamente deben de calificarse como no presentes, pues los contratantes si se encuentran en comunicación pero no están frente a frente, es decir, están comunicados entre sí por medio del teléfono o cualquier otro medio electrónico o tecnológico, sin importar la distancia material que hay entre ellos.

El Código Civil y el Código de Comercio establecen reglas para regular la forma de contratar por correspondencia, pero como en ninguno de los dos Códigos mencionados encontramos reglas que puedan utilizarse en la contratación internacional, es necesario estudiar el contrato celebrado entre ausentes.

Existen cuatro sistemas o teorías de perfeccionamiento de los contratos de los cuales algunos no son abordados por nuestras leyes:

- **Sistema de la declaración.** Se perfecciona desde el momento en que el aceptante declara o expresa su voluntad de celebrar el contrato.

- **Sistema de expedición.** Se perfecciona en el momento en que el aceptante remite o expide su voluntad de contratar.

En tiempos es más rápido que los otros sistemas, por ello los contratos se expedían antes, por este sistema, pero ahora se sigue por medio del sistema de recepción.

- **Sistema de recepción.** Se perfecciona en el momento en que el oferente recibe la aceptación de la oferta. La recepción puede realizarse por cualquier persona con capacidad legal. Es el que se sigue para todos los contratos mercantiles, con excepción del contrato de seguro. En la actualidad coincide con la materia civil, con su excepción en el contrato de donación.

- **Sistema de la información.** Requiere que el oferente se informe de la aceptación de la oferta. Se encuentra en nuestro

Derecho en el contrato de seguro, en materia civil, en el contrato de donación.

El Código Civil regula el Contrato entre ausentes conforme a la teoría de la Información de conformidad con lo que señala su artículo 1807<sup>19</sup>, es decir, que el oferente queda enterado de la aceptación por parte del destinatario, lo que trae como resultado que el instante en que se verifique esa información, es el mismo en que se perfecciona el contrato, y de igual manera que el lugar en donde se encuentre el ofertante es el sitio en donde se perfecciona el contrato.

De acuerdo con la Teoría de la Información, lo que se busca es que el ofertante quede perfectamente informado de que su oferta fue aceptada por el destinatario y que éste así lo ha manifestado con la carta (o en el caso del Comercio Electrónico con el Mensaje de Datos) que tiene en su poder.

---

<sup>19</sup> Art. 1807 Código Civil Federal. "El contrato se forma en el momento en que el proponente reciba la aceptación, estando ligado por su oferta según los artículos precedentes."

En la Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, de la que México es Estado Miembro, es adoptado el sistema de la información, así que en los contratos realizados de forma electrónica e internacional, es válido este perfeccionamiento de los contratos, así como la forma de contratar.<sup>20</sup>

Ahora bien, en el Derecho Internacional Privado, se considera que la ley aplicable es la del oferente, siempre y cuando, las partes no hayan escogido otro derecho.

En cuanto al Código de Comercio, se contempla la Teoría de la Declaración, en la cual, la perfección del contrato, como ya se mencionó, se da cuando el destinatario recibe la oferta y declara que la acepta, de este modo las voluntades coinciden en un mismo punto jurídico.

---

<sup>20</sup>Art. 18.1. Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías "Toda declaración u otro acto del destinatario que indique asentimiento a una oferta, constituirá una aceptación..."



Este sistema de perfeccionamiento, lo encontramos en el artículo 80 del Código de Comercio, que establece que: "Los contratos mercantiles que se celebren por correspondencia quedarán perfeccionados desde que se conteste aceptando la propuesta o las condiciones con que ésta fuere modificada." Esta tendencia, se conserva hasta la actualidad, sobre todo en los medios de comunicación modernos, como lo es el Internet, pues el oferente puede tener la certeza de que su oferta llegó al destinatario y enterarse de la aceptación o rechazo de la misma. En cuanto al Derecho Internacional Privado, si el contrato se perfecciona con el sistema de declaración, sin que las partes señalen un derecho aplicable, la ley que se aplicará será la del país del destinatario.

#### **4.4.4. Requisitos de las transacciones por Internet.**

Para realizar una transacción derivada de la compra-venta en Internet, además de la celebración de un contrato, existen ciertos requisitos que van inherentes a éste, pues sin ellos no es posible llegar a su perfeccionamiento, por otorgarles, tanto al vendedor como

al comprador, la confianza para establecer una relación de intercambio de obligaciones (dar y hacer), como lo son el intercambio del bien o servicio por una remuneración económica, además de la aceptación de la obligación.

#### **4.4.4.1 Firma Digital.**

En primer lugar, es necesario señalar que una firma es el "nombre y apellido, o título, de una persona, que ésta pone con rúbrica al pie de un documento, para darle autenticidad o para obligarse a lo que en el se dice."<sup>21</sup>

Ahora bien, la firma, en un documento escrito, lo puede perfeccionar, si ésta se establece como genuina, de quien la estampó y en caso de un contrato, a cumplir con la obligación a que se comprometió.

En la actualidad, la firma electrónica sustituye a la firma manuscrita tradicional cuando las operaciones son realizadas por

---

<sup>21</sup> Diccionario Enciclopédico Salvat Universal. Volumen 10 p. 29. México 1981.

medios telemáticos e informáticos. Ello trajo como consecuencia que se considere el que 'la firma' no siempre tiene que ser autógrafa o por medio de trazos gráficos que obligan al firmante, sino que también sea por medio de signos, códigos, claves u otros elementos similares, como lo puede ser la Firma Electrónica, que de conformidad con el artículo 2 de la Ley Modelo de CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas, la define como "los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante en relación con el mensaje de datos e indicar que el firmante aprueba la información recogida en el mensaje de datos<sup>22</sup>", con ello, queda cubierto el criterio del equivalente funcional que señala la Ley Modelo de Comercio Electrónico<sup>23</sup>.

Una especie de firma electrónica es la firma digital, que es la creada con el uso de un sistema de criptografía asimétrica o de clave pública, es decir, es una aplicación específica de la firma electrónica. La diferencia se encuentra en la utilización de la clave pública. Con lo

---

<sup>22</sup> <http://www.uncitral.org/spanish/texts/electcom/ML-EELECTSINGnew.pdf>

<sup>23</sup> Estudiada con anterioridad.

anterior se puede concluir que el concepto de firma digital, está ligado al de criptografía.

La criptografía, que etimológicamente quiere decir "escritura secreta", por derivarse del griego *kryptos*, que significa "esconder" y *gráphein* = "escritura"<sup>24</sup>, es la Ciencia que se ocupa de transformar mensajes en formas aparentemente ilegibles y devolverlas en su forma original. Generalmente, utiliza un algoritmo matemático para cifrar datos con el fin de hacerlos incomprensibles para cualquiera que no posea su clave, es decir, la información secreta necesaria para descifrar los datos cifrados<sup>25</sup>. En otras palabras, es la disciplina que se encarga de estudiar el modo de transformar un mensaje de datos en un texto cifrado, lo que hace imposible a un tercero que no cuente con la clave correspondiente tener conocimiento del contenido del mensaje. El uso de la criptografía, es casi tan antiguo como la escritura<sup>26</sup>, y vuelve a surgir en nuestros días su aplicación por medio

---

<sup>24</sup> Escritura en clave en que se alteran los signos gráficos correspondientes a los fonemas de una lengua. Diccionario Enciclopédico Salvat Universal. Salvat Editores México 1981. Volumen 7, p. 29.

<sup>25</sup> LLANEZA González, Paloma. Internet y comunicaciones Digitales. Edit. Bosch. Madrid 2000, p.297.

<sup>26</sup> Los espartanos crearon un ingenioso instrumento de criptografía, para las cuestiones militares.

de sistemas informáticos y el desarrollo de nuevos métodos y algoritmos de cifrado de la información para asegurar los principios en que se basa:

- Seguridad.
- Integridad.
- Autenticidad.
- No rechazo de la autoría del mensaje que se envía.

Puede ser simétrica (sistema cifrado más antiguo), que consiste en el sistema de métodos que permiten tener comunicación segura entre las partes, siempre y cuando tengan la clave correspondiente (clave privada); o asimétrica que es el sistema basado en propiedades matemáticas de los números primos y que funciona con dos claves distintas que se asignan a una persona, una pública y la otra privada.

La firma digital, permite comprobar la relación entre un mensaje y la clave utilizada, pero existe el problema de verificar que la clave realmente corresponde a la persona o entidad que dice poseerla, por ello se requiere que un tercero llamado Autoridad Certificadora, sea

una institución en la que ambas partes confíen, y sea distinta al titular de la firma, pues su labor es certificar y validar la firma, por medio de certificados digitales, que son un archivo que contiene la clave pública de un usuario, sus datos personales y que es firmado por la autoridad que certifica con su propia clave, por lo que esta autoridad certifica y da autenticidad a la certificación.

Las funciones que desde el punto de vista jurídico tiene la Firma

Digital son:

- Consentimiento.
- Prueba.
- Vigencia de la firma.
- Relación con el titular
- Certificación frente a terceros.
- Integridad
- Verificación.

#### **4.4.4.1.1 Ley Modelo de la CNUDMI para las Firmas Electrónicas.**

Con los avances tecnológicos, el empleo de las técnicas de autenticación electrónica, para la sustitución de las firmas manuscritas, fue necesario crear un marco jurídico, tanto para satisfacer las necesidades de incertidumbre jurídica respecto de las consecuencias que pueden traer consigo el uso de las firmas electrónicas, como unificar las disposiciones sobre esta materia, pues existe el riesgo de que cada país adopte sus propios criterios legislativos.

De conformidad con el artículo 7 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, que trata de la firma electrónica, se creó esta Nueva Ley Modelo sobre Firmas Electrónicas<sup>27</sup>, para ayudar a los Estados a establecer un marco legal moderno, armonizado y equitativo, para abordar de forma eficaz las cuestiones relativas a las firmas electrónica, además de buscar mejorar la comprensión de las

---

<sup>27</sup> Como la nombra la Guía para la incorporación de la Ley Modelo de la CNUDMI para las Firmas Electrónicas al Derecho Interno (2001).

firmas electrónicas y la seguridad de que puede confiarse en determinadas técnicas de creación de las firmas en operaciones de importancia jurídica. Puede lograr que existan prácticas comerciales más armoniosas en el ciberespacio.

Entre los objetivos de esta Nueva Ley Modelo, se encuentran el permitir o facilitar el empleo de firmas electrónicas y el de conceder igualdad de trato a los usuarios de documentación consignada sobre papel y a los de información consignada en soporte informático, mismos que son fundamentales para promover la economía y la eficiencia del comercio internacional.

Lo que la CNUDMI busca al crear esta Leyes Modelo es abarcar todas las situaciones de hecho en que se genera, archiva o comunica información, de igual forma en la Nueva Ley Modelo, se refleja el principio de no discriminación de ninguna de las diversas técnicas que pueden utilizarse para comunicar o archivar electrónicamente información.



Como ya se mencionó antes, al incorporar el texto de una ley Modelo a su Derecho interno, los Estados, pueden modificar o excluir algunas de sus disposiciones (lo que se conoce como reservas), por encontrarse contrarias a su Derecho interno. Por lo anterior el grado de uniformidad, armonización y certeza es probablemente inferior al de un convenio o una convención, desventaja que puede compensarse con el hecho de que existe la posibilidad de que un mayor número de Estados se adhieran a una Ley Modelo que a una convención o convenio.

CNUDMI, sugiere que al incorporar una Ley Modelo, se ajuste lo más posible al texto uniforme, con el fin de que el Derecho interno sea lo más transparente y familiar posible para los extranjeros que recurran a él<sup>28</sup>.

Algunos de los países que han adoptado tanto la Ley Modelo Sobre Firmas Electrónicas, como la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico, ambas de la CNUDMI, estiman que las cuestiones

---

<sup>28</sup> Ley Modelo de la CNUDMI sobre Firmas Electrónicas (2001).

jurídicas sobre estos temas han quedado resueltas a tal grado que no tienen previsto adoptar ninguna otra norma jurídica.

Para poder realizar esta Ley Modelo sobre Firmas Electrónicas, la CNUDMI hizo un análisis sobre las firmas manuscritas, y establece que su función es identificar a una persona, proporcionar certidumbre en cuanto a su participación personal en el acto de la firma y vincular a esa persona con el contenido de un documento.

Dentro de las características de la Nueva Ley Modelo, encontramos que se deriva del artículo 7 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, para detallar el método de identificación de una persona y para indicar que esa persona aprueba la información que figura en el mensaje de datos. Para su creación, se sugirieron diferentes criterios con respecto a la forma en que se debería adoptar, pues de algún modo debe de estar relacionada con la Ley Modelo de Comercio Electrónico, para ello, se adoptó como hipótesis de trabajo, que las disposiciones serían normas jurídicas con un comentario, y finalmente se adopta en forma de Ley Modelo, ésto se debe a que en el momento en que se concluye la Ley Modelo de

Firmas Electrónicas, la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico ya se había aplicado de forma satisfactoria en una serie de países, por lo que aumentar una tercera parte en donde se hablara de las Firmas Electrónicas, pudo haber puesto en peligro el éxito de la versión original al sugerir su actualización al mejorarlo, además de provocar confusiones a los países que ya la tenían integrada en su Derecho Interno.

Existe plena coherencia entre ambas Leyes, pues incluso se reprodujeron las disposiciones generales de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, consistentes en los artículos 1 (Ámbito de Aplicación), 2 (Definición de mensaje de datos, iniciador y destinatario), 3 (Interpretación), 4 (Modificación mediante acuerdo) y 7 (Firma).

Otra de sus características principales, es que da mayor seguridad al funcionamiento de los criterios de flexibilidad establecidos en el artículo 7 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, para el reconocimiento de una firma electrónica como equivalente funcional de una firma manuscrita.

La Ley Modelo, no aborda en detalle las cuestiones de la responsabilidad que pueda corresponder a cada una de las partes interesadas en el funcionamiento de los sistemas de creación de firmas electrónicas. Esas cuestiones quedan al margen de la Ley Modelo y se dejan al derecho aplicable. No obstante, en la Ley Modelo se fijan criterios para evaluar la conducta de las partes (el firmante, el tercero que confía en el certificado y el prestador de servicios).

Se establecen criterios para el reconocimiento jurídico de las firmas electrónicas independientemente de la tecnología utilizada, como pueden ser: la criptografía asimétrica, la utilización de números de identificación personal, la utilización de contraseñas para autenticar mensajes de datos mediante una tarjeta inteligente u otro dispositivo en poder del firmante, versiones digitalizadas de firmas manuscritas, la dinámica de firmas y otros métodos como la selección de un signo afirmativo en la pantalla electrónica mediante el ratón. Técnicas que también pueden ser combinadas.

Esta Ley, tiene como principio básico, que el lugar de origen no debe ser, en ningún caso, factor para determinar si puede

reconocerse la capacidad de los certificados extranjeros o las firmas electrónicas para que tengan eficacia jurídica en un Estado, pues esto no depende del lugar en que haya sido emitido el certificado o la firma electrónica, sino de su fiabilidad técnica, es decir, los efectos jurídicos que pueda producir.

#### **4.5 Formas de pago y medidas de seguridad.**

Las compras en estos tiempos ya no se realizan con la visita física a las tiendas, también se hace virtualmente a través de Internet, en donde como ya se había mencionado con anterioridad, no requieren la presencia física del comprador o de la tienda, y es por ello que se han creado nuevos sistemas de pago que, junto con la seguridad son la base de toda transacción.

Existe una gran variedad de tecnologías que permiten cumplir las restricciones de seguridad, mismas que fueron creadas por la desconfianza de los compradores o futuros compradores para enviar los datos de su tarjeta de crédito a través de la red.

#### **4.5.1 Pagos en línea.**

El pago, desde un punto de vista jurídico y como modo de extinguir las obligaciones, supone el cumplimiento íntegro y exacto de la obligación objeto de la prestación. Nuestro Código Civil Federal dice que el pago debe ser cierto y en dinero, hoy la concepción moderna de dinero, señala que no precisamente debe ser en papel moneda, sino en movimientos de dinero a través de las distintas cuentas bancarias y financieras de lo que queda cierta constancia registrada electrónicamente lo que posteriormente se refleja en el papel, con la finalidad de informar y posibilitar las reclamaciones oportunas; la factura electrónica es también admisible, si cubre los requisitos legales.

La factura es un documento que comprueba la realización de una transacción comercial entre un comprador y un vendedor. Al emitir la factura, el vendedor se compromete a entregar el bien o servicio y por lo mismo tiene el derecho a recibir el pago correspondiente. El comprador, al recibir la factura adquiere los derechos sobre el bien o servicio pactado y la obligación de realizar el pago de acuerdo a lo que

establece la factura emitida por el proveedor. Ambas partes utilizan la factura para comprobar la transacción ante las autoridades y las revisiones de auditoría internas.

La factura es el documento que permite demostrar la tenencia y propiedad de un bien, acreditar su legal tránsito y el valor de los mismos en el caso de siniestro y sirve para avalar las adquisiciones de bienes, servicios y ventas que una entidad ha realizado. Actualmente es un documento físico (papel), el cual tiene que ser archivado por las empresas por el período que marquen las disposiciones legales.

En México ya existe la tecnología necesaria para realizar transacciones comerciales y financieras vía electrónica; de hecho ya se efectúan pedidos, pagos de nómina y de pensiones en forma electrónica. La mayoría de las tiendas departamentales hacen sus pedidos vía electrónica con formatos EDI. Aproximadamente 3,500 empresas realizan transacciones en forma electrónica. Sin embargo hace falta llegar a uno de los últimos eslabones de esta cadena, por lo que es necesario conjuntar los esfuerzos de todos los sectores involucrados en los negocios (Bancos, Empresas y Autoridades), con

el fin de diseñar e implantar un esquema de facturación electrónica seguro y eficaz.

La falta de una legislación sobre las transacciones electrónicas, particularmente la Factura Electrónica, impide a las empresas implantar mecanismos para mejorar sus procesos operativos y administrativos para hacerlos más eficientes, económicos y seguros. Por lo que se considera necesario que en México, las autoridades fiscales participen para generar las condiciones necesarias para autorizar la Factura Electrónica.

Los tipos de pagos se pueden clasificar desde dos puntos de vista:

- **PAGOS RECIBIDOS DE LOS CLIENTES.**
- **PAGOS REALIZADOS A LOS PROVEEDORES (incluidos los empleados que realizan los trabajos o entidades públicas que aportan determinados servicios).**

Antes del desarrollo de los métodos de los pagos *online*, la mayoría de los pagos eran recibidos en efectivo o en cheques, y



periódicamente la organización debía hacer un depósito físico en el banco, lo que se evitó con los métodos electrónicos de pago, ya que los fondos fluyen más rápidamente con el uso de las transferencias directas que no requieren de dicho depósito.

La introducción de las computadoras personales (PC) y los *modems* dieron lugar al desarrollo de sistemas externamente accesibles a los sistemas bancarios. Las compañías pueden firmar directamente sobre sistemas bancarios con el uso de sus computadoras personales y transferir fondos a través de Transferencias Electrónicas de Fondos.

Las Transferencias Electrónicas de Fondos, son procedimientos puestos en práctica generalmente en ambientes bancarios e instituciones financieras.

Junto con el desarrollo del Comercio Electrónico, se han edificado nuevas técnicas destinadas a proveer instrumentos de pago más seguros y eficaces para el servicio comercial de Internet, que en

su mayor medida reposan en la criptografía y la firma digital de clave pública.

Los medios de pago en Internet, de acuerdo con el estado dinámico que sufre el Comercio Electrónico, se clasifican en:

- **PAGO FUERA DE LÍNEA.** Es un procedimiento habitual, utilizado en Internet, en donde las órdenes de pago, el pago mismo y las confirmaciones posteriores, transcurren a través del fax, teléfono, o cualquier otro medio tradicional, en el cual no exista una conexión en el Internet.

- **PAGO EN LÍNEA CON EL SUMINISTRO DE LOS DATOS DE LA TARJETA PARA LA COMPRA DEL BIEN O UTILIZACIÓN DEL SERVICIO.** Es la modalidad más común y extendida del comercio en la red. En el momento de la adquisición, y antes de liberar el producto o servicio, con su entrega, se procede a cotejar la validez y eficacia del instrumento, pues después de que un cliente haya provisto al comerciante su número de tarjeta de

crédito, nombre y fecha de vencimiento, dos cosas deben ocurrir para terminar la transacción:

Primero, la tarjeta de crédito se debe autenticar con la compañía que la expidió, de modo que el comerciante pueda recibir un número de autorización, lo que proporciona una garantía limitada de que los fondos serán puestos a disposición del comerciante cuando el comprador termine su depósito, y sirve para asegurarse de que el usuario de la tarjeta tiene saldo y de que ésta no ha sido robada

Segundo, la información electrónica de la tarjeta de crédito se convierte en un depósito real en la institución financiera, y en cuanto ésta operación resulte positiva y es autorizada por la institución de crédito, se libera el bien o servicio.

▪ **PAGO EN LÍNEA CON EL SUMINISTRO POR PARTE DEL USUARIO LOS DATOS DE SU TARJETA DE MODO ENCRIPTADO.** En él se encuentran los nuevos protocolos de seguridad, orientados a las tarjetas de crédito, en donde se

continúa con el respaldo de la Institución de Crédito en cada operación. Este sistema permite proteger los datos del usuario y la operación realizada mediante ocultar los datos a terceros, con el uso de la criptografía y la firma digital.

- **CUENTAS CORRIENTES VIRTUALES.** El mejor ejemplo que podemos dar es el cajero automático, pues a través de un número de identificación personal, es posible acceder a nuestra cuenta bancaria sin utilizar el número de la tarjeta.

- **CHEQUES ELECTRÓNICOS.** Es un proyecto que hizo su debut en los Estados Unidos el 30 de junio de 1998 y fue enviado por el Gobierno por correo electrónico, y según el departamento del Tesoro en ese País, una de las mayores ventajas de este tipo de pago, es la eliminación de procesos caros para el comercio y, además, se utiliza en la misma forma que el cheque común<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Ponencia "Transacciones en línea: seguridad versus riesgos" Gladys Stella Rodríguez. VII Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática. Tecnológico de Monterrey CEM.- 21- 25 de Noviembre de 2000.

El cheque electrónico, cuenta con mecanismos de seguridad, con los que, los usuarios del mismo no tengan temor de que su contenido sea vulnerado, y así utilizarlos libremente y en grandes cantidades.

Funciona como si se tratara de cheques reales, con las diferencias de que el usuario utiliza una firma digital para firmar el cheque y luego transmitirlo en línea codificado, es decir a través de un conjunto de cifras que hace carecer de significado al documento para el eventual interceptor y sólo es restituido a su forma original a través de la clave lo que garantiza la confidencialidad de la información.

Para poder utilizar esta forma de pago, es necesario que el usuario tenga una chequera electrónica, misma que consiste en una tarjeta del mismo tamaño de una de crédito que contenga determinados datos, que se insertan en una ranura de la computadora, en la actualidad estos cheques son las tarjetas "*smart card*".

Es una tarjeta plástica, tal como las que actualmente conocemos como de crédito o débito y que tienen un *microchip* inserto, mismo que puede procesar diferentes tipos de información, según el tipo de industria en la que se utiliza.

Las Instituciones Financieras, por ejemplo, utilizan la tarjeta inteligente para permitir al usuario manejar sus cuentas de crédito y de débito, tanto en los establecimientos convencionales como en las tiendas virtuales a las que se tiene acceso a través de Internet.

Con una tarjeta inteligente y una lectora óptica usted puede hacer compras electrónicas seguras, casi como si se tratara de una tarjeta de crédito.

▪ **MONEDEROS ELECTRÓNICOS.** También son dispositivos de tarjetas inteligentes, que permiten almacenar en forma binaria una réplica informativa que representa sumas de dinero. La gran mayoría son recargables.

#### **4.5.2 Sistemas de Seguridad en Línea**

Es muy conocido que los piratas de la red<sup>30</sup>, tienen muchos caminos para robar o alterar la información del pago. El objetivo de estas personas es capturar información financiera personal (como pueden ser los números de las tarjetas de crédito, nombre del titular de la tarjeta, y fecha de vencimiento de la misma), y así utilizarla, para comprar otros productos a través de la red, mercancías que serán entregadas, muy probablemente en una dirección temporal, con la finalidad de que cuando esta irregularidad sea detectada exista la imposibilidad de detectar a o los culpables.

Para evitar o solventar los posibles fraudes en los sistemas de pagos en línea existen una serie de medidas de protección y tecnologías disponibles en el mercado, con las cuales se puede garantizar la seguridad de este tipo de transacciones.

---

<sup>30</sup> Mejor conocidos como *HACKERS*

Su objeto es implementar un grado de seguridad en la red para protegerla pero, sin limitar a los usuarios o perjudicarlos, de tal manera, que comprar sea fácil y seguro.

El sistema más utilizado como medio de pago electrónico es la Tarjeta de Crédito, a través de las "pasarelas de pago" las TPV virtual<sup>31</sup>, en donde la Institución Bancaria tramita la autorización del pago con Tarjeta de Crédito de manera electrónica. :

Este sistema de pagos es el que se realiza por medio de un programa que se conecta a un carro de compra<sup>32</sup>, para que de modo automático y de forma transparente, el cliente pueda pagar los productos y servicios que seleccionó durante su sesión de compra.

Aunque pueda parecer otra opción de pago, se basa en el protocolo SET (*Secure Electronic Transactions*) y emplea la seguridad que aporta a las comunicaciones el SSL (*Secure Socket Layer*), mismos que se analizan más adelante.

---

<sup>31</sup> Terminal Punto de Venta.

<sup>32</sup> Se trata de continuar con la tradición de los carros del supermercado para que los compradores sientan que todo es igual, se podría decir que es una técnica de mercadotecnia.



El TVP virtual soluciona el pago con tarjeta de las compras realizadas a través de Internet. El programa que se instala en el servidor de las páginas *web* del comercio que proporciona la pasarela de pagos para tarjetas, cumple la misma función que si se realizara en el modo convencional.

Las formas de pago que soporta son:

- Tarjetas de crédito emitidas por VISA, *Mastercard* y *American Express*.
- Conexión con la pasarela para soportar el protocolo SET.
- Tarjeta de la propia entidad bancaria, misma que es exclusiva para operar en Internet (tarjetas Inteligentes) que requiere la introducción de un Número de Identificación Personal (NIP) para confirmar la identidad del cliente.

El cliente puede disfrutar de otro tipo de servicios complementarios como es el de una carpeta personal que se encuentra en el servidor de la Institución Financiera, en la que puede depositar información sobre los medios de pago que requiere utilizar

para sus transacciones en línea; para acceder a esta carpeta es necesario un código de usuario y una contraseña cuando se produce la transacción. El cliente selecciona el medio concreto que quiere utilizar y entonces la información no viaja por la línea, lo que aumenta la seguridad.

Otro sistema es el *Secure Socket Layer* (SSL), utilizado para asegurar las transacciones en línea y son una tecnología que encripta o codifica los paquetes de la información enviados por Internet, de modo que los ordenadores que envían y reciben dicha información pueden volver a montar y leer la información.

Uno de los factores que frena el crecimiento de los pagos en línea mediante este sistema es la falta de seguridad en cuanto a la aceptación del cargo por parte del comprador, pues éste no firma la operación, solo introduce el número de la tarjeta y fecha de caducidad, entonces si el adquirente rechaza el cargo en su cuenta el vendedor tendrá que demostrar que el comprador fue quien realizó la operación, es decir, la carga de la prueba recae en el vendedor.

Dentro de las características del SSL, encontramos que garantiza la confidencialidad de los datos de una transacción y la imposibilidad de acceso a los mismos por personas o entidades no autorizadas.

En cuanto a la integridad, incluye el uso de certificados y firmas digitales que garantizan que los datos intercambiados por las diferentes partes no han sido alterados durante su transmisión.

Respecto de la autenticación, el uso de certificados digitales permite garantizar la identidad del comercio y el banco involucrados en la transacción, pero no garantiza la autenticidad del comprador, pues como ya se señaló antes, éste puede negar que sea el quien ha realizado la operación.

Cuando se requiere una comunicación segura, una parte utilizará la "clave pública" para comunicarse con la otra parte. Solamente la "clave privada" que corresponde, puede decodificar un mensaje que sea cifrado con una clave privada que se puede decodificar solamente con la clave pública que corresponde.

Para pagar el usuario debe de rellenar un formulario con sus datos personales (tanto para el caso del envío de los bienes comprados, como para comprobar la veracidad de la información del pago), además de la información correspondiente a su tarjeta de crédito.

Este sistema, solo garantiza la confidencialidad e integridad de los datos en tránsito, ni antes ni después, es decir, solo están asegurados mientras viajan desde el navegador hasta el servidor, por lo que no serán modificados ni espiados.

Por último tenemos el sistema de pagos SET (*Secure Electronic Transactions*), que es el sistema de pagos más seguro, pero menos utilizado por la complejidad de su operativa. Fue diseñado exclusivamente para el Comercio Electrónico y no sirve para ninguna otra cosa, por lo que, al contrario del sistema SSL, el SET es un procedimiento de transacción comercial.

El estándar SET fue desarrollado en 1995, la ventaja de este protocolo es que ofrece autenticación de todas las partes implicadas

(el cliente, el comerciante y los bancos, emisor y adquirente); confidencialidad e integridad, gracias a técnicas criptográficas robustas, que impiden que el comerciante acceda a la información de pago, por lo que se eliminan las posibilidades de que exista un fraude y que el banco acceda a la información de los pedidos.

La seguridad de este sistema, está basado fundamentalmente en un sistema estricto de certificación en donde cada una de las partes conoce exclusivamente la información que le interesa y que necesita para poder realizar la compra, la venta o la transacción.

Entre sus características está la garantía de la confidencialidad de los datos de una transacción y como se mencionó la imposibilidad de acceso a los mismos, la integridad de los datos, es decir, que los datos no se han alterado durante su transmisión gracias al uso de certificados y firmas digitales, se garantiza la identidad de las partes que intervienen en la transacción, y por último se obliga al comprador a la certificación digital de la tarjeta con la que se realiza el pago de la transacción, pues como él es el único que puede emitirlo, por ser el titular de la tarjeta, nunca podrá negar que realizó esta compra.

## **CAPÍTULO 5. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL CON RELACIÓN AL CONTRATO DE COMPRAVENTA.**

Para hablar de una solución de controversias, primero es necesario plantear los problemas a los que nos enfrentamos al realizar una contratación internacional de compraventa vía Internet, donde son de los mas destacados el País de celebración y aplicación del Contrato, pues como ya se mencionó se realiza por medio de un contrato de adhesión y entre no presentes, en lo que se llamaría un "limbo cibernético", pues cabe recordar que una de las características de la red de redes es que no existen fronteras, y que una persona puede comprar algún producto desde su domicilio en México a una empresa en cualquier parte del mundo de la misma forma que se acude a una tienda comercial a comprar un bien, por ello otro de los problemas a los que se enfrentan los contratos de Compraventa Internacional y en este caso a través de los medios electrónicos es la obligación que se genera, pues aunque parte de los principios

fundamentales de las obligaciones en general<sup>1</sup>; pero difiere en aspectos como la lejanía física de las partes en la relación obligacional, por encontrarse estas sometidas a sistemas jurídicos diferentes y donde los criterios entre los jueces de un país y otro pueden ser diferentes, además que en el Comercio Internacional las obligaciones se forman y están sujetas a los usos y costumbres. Por ello, la interrogante que surge para la solución de los conflictos que puedan existir es: ¿sobre la base de qué sistema de leyes se pueden resolver las controversias que se generen por la celebración de este tipo de contratos electrónicos?<sup>2</sup>.

Esta pregunta se puede responder con lo que dice el Dr. Leonel Pereznieto, en el libro Derecho Internacional Privado (parte especial)<sup>3</sup>, cuando señala que para solucionar las controversias que se puedan

---

<sup>1</sup> Definida como la relación jurídica entre dos personas donde el acreedor exige al deudor una prestación determinada. Además el acto que se genera puede ser un convenio bilateral o unilateral.

<sup>2</sup> Pues si la celebración del Contrato fuera en nuestro país con una empresa nacional, no cabe la mayor duda de que se resolvería con la legislación nacional.

<sup>3</sup> PEREZNIETO Castro, Leonel. Derecho Internacional Privado Parte especial. Ed. Oxford. México, 2000. P.p 250 y 251.

derivar de un Contrato de Compraventa Internacional existen dos métodos:

- El Método de los Conflictos de Leyes.
- El Derecho Uniforme.

### **5.1 Método Tradicional de los Conflictos de Leyes.**

Es el método más tradicional, que permite establecer la ley aplicable al caso concreto y derivar sus efectos, esto se realiza por medio del Sistema Conflictual Tradicional<sup>4</sup>, consistente en un procedimiento, mediante el cual, se trata de solucionar un problema derivado del tráfico internacional con la aplicación del derecho extranjero.

La doctrina moderna en el Derecho Internacional Privado, y específicamente la teoría general de los conflictos de leyes, sigue dos objetivos, el que busca determinar el ámbito de validez espacial de las

---

<sup>4</sup> Lo que la Dra. María Elena Mansilla y Mejía, denomina en sus clases como "Matemáticas Jurídicas".



normas jurídicas y el que intenta determinar, a partir de situaciones jurídicas concretas, ciertas características, con el fin de establecer la norma que será aplicable, sin olvidar que al contratar en el ámbito Internacional, se tiene la necesidad de ubicarse en diferentes leyes, las cuales pueden ser contradictorias entre sí.

De igual manera, la doctrina señala que el Método Conflictual Tradicional, se divide en tres grandes tendencias, mencionadas por Janguas Mensia:

- **Tendencia Supranacionalista.** Sus tres exponentes más sobresalientes son:

- ⇒ **ZITTELMAN (Teoría del Derecho Uniforme).** Los conflictos de leyes se resuelven a través de las normas emitidas por una comunidad internacional, pues es un derecho uniforme, y por lo tanto se aplican los principios o normas internacionales.

- ⇒ **PILLET (Dirige su análisis hacia la soberanía estatal y al o que él denomina el fin social de las leyes).** Los conflictos de leyes, son conflictos de soberanías, por lo que es conveniente

saber en que medida es afectada la soberanía de un Estado, cuando acepta la aplicación de las leyes de otro Estado. El fin social de las leyes, debe quedar asegurado, para ello, es preciso distinguir dos características propias de toda ley: el de su generalidad (las leyes se expiden para regir dentro de un territorio determinado, para garantizar la vida colectiva) y el de su continuidad (la ley protege la vida jurídica internacional).

⇒ JITTA. El Derecho Internacional Privado debe de estudiarse desde dos perspectivas, la primera en la que el Estado es individualmente considerado, es decir, donde el Estado tiene el deber de respetar a los individuos que componen la sociedad jurídica Universal, y para cumplir con él, es necesario que lo prevea en su ordenamiento interno; la segunda, es en la que el Estado forma parte de una comunidad internacional, y por pertenecer a ella, los Estados tienen el deber de común de resolver, de manera homogénea, los problemas derivados del tráfico jurídico internacional mediante vías idóneas: tratados, leyes uniformes, etc.

En otras palabras, para Jitta, existen tres niveles, el de los hombres, el de los Estados y el de la Comunidad Internacional, por ello cuando exista un conflicto de normas, hay que resolverlas por medio de la Comunidad Internacional, pues está conformada por Estados, que a su vez están formados por hombres, y es a ellos a quien se debe de proteger con las leyes.

▪ **Tendencia Internista, Territorialista, Nacionalista.**

Considera que la disciplina debe ser estudiada únicamente a partir del derecho interno de los Estados, la descripción debe hacerse a partir de procedimientos de carácter territorial. Entre las tendencias INTERNISTA y TERRITORIALISTA existe igualdad entre sí, pero con la Nacionalista, solo hay puntos de contacto.

Entre sus principales expositores se encuentran:

⇒ **SAVIGNY (Teoría de la Vinculación).** Señala que debido al tráfico Jurídico Internacional, existen puntos de

contacto<sup>5</sup> que dan lugar a un conflicto de leyes.

La doctrina de Savigny explica que la persona es el centro de toda relación jurídica, pero en la medida en que desarrolla su actividad, dicha relación tiende a ampliarse, así entrará en contacto con otros sistemas jurídicos, debido a ello existe la necesidad de relacionar o vincular a la persona y a cada relación con un sistema jurídico determinado. Si hablamos de personas, la vinculación no ofrece un gran problema, pero en supuestos como el de las obligaciones convencionales, es necesario aludir a la voluntad de las partes y al lugar de la celebración o ejecución de aquellas. Esta teoría se facilita en la medida en que los sistemas jurídicos pertenezcan o no a una comunidad de Derecho. Savigny hace referencia al Derecho Romano e indica que cuando los problemas se refieran a la capacidad o al Estado Civil, se va a aplicar el principio de *lex reicitae* (ubicación de los bienes muebles o inmuebles) y cuando sean actos jurídicos, se

---

<sup>5</sup> Punto de Contacto. Es el conflicto de leyes que surge cuando hay un incumplimiento de las obligaciones pactadas. Los puntos de contacto pueden ser el domicilio para las personas, la voluntad de las partes o el lugar de ejecución para las obligaciones convencionales.

aplica la ley de la sede de las obligaciones (donde se establece la relación o donde se va a ejecutar). Cuando se ejecutan en otro lugar diferente al del contrato, la sede de las obligaciones será el lugar en donde se cumple la obligación, es decir se resuelve por la ley del territorio.

Las ideas de este autor, dieron pie para que otros autores modernos analizaran el Sistema Conflictual Tradicional desde una perspectiva supranacional.

⇒ JOHN AUSTIN (Teoría del mandato). El Derecho, parte de los mandatos de los soberanos, para que las demás personas se conduzcan de una determinada manera. Quien emite estos mandatos, están respaldados por el poder y la voluntad de infringir un castigo derivado de la desobediencia. Los mandatos no pueden ir más allá de las fronteras, solo se pueden ejercer en el territorio donde se emitieron y por las personas que se encuentran en el mismo.

⇒ JOSEPH STORY (Teoría de los derechos adquiridos). Se debe aplicar en la solución de un conflicto la ley del territorio, sin embargo puede haber situaciones en que una persona ya haya adquirido esos derechos, mismos que deben de ser reconocidos por el Estado, siempre y cuando no se afecte el orden público (violación de una institución fundamental). Con ello se da un paso al extraterritorialismo<sup>6</sup>.

La TEORÍA NACIONALISTA, es la que va a resolver los conflictos a través de los países.

⇒ TEORÍA ITALIANA. Mancini señala que la elaboración y expedición de las leyes nacionales se basa tanto en la mentalidad de los pueblos, como en las características de la cultura, es decir, lo que los hace nacionales de algún lugar, debido a esto cuando exista un conflicto de leyes, este se resolverá por la ley personal del individuo sin importar en donde se encuentren, principalmente para regir su capacidad,

---

<sup>6</sup> El Art. 13 del Código Civil para el Distrito Federal establece en la Fracción I " las situaciones jurídicas válidamente creadas en las entidades de la República o en un Estado extranjero conforme a su derecho, deberán ser reconocidas".

**Estado Civil y demás derechos de carácter privado, siempre y cuando no se viole el Orden Público.**

⇒ **TEORIA FRANCESA.** En caso de conflictos, la norma aplicable, será la ley del foro en relación con los hechos que se produzcan dentro de su ámbito de validez territorial, pero en algunos casos se podrá resolver con la aplicación de una ley extranjera, esto es si la norma conflictual remite a la norma extranjera.

- **Tendencia autónoma.** Entre sus principales características atribuye al Derecho Internacional Privado una posición autónoma dentro del marco general del Derecho, parte de un sistema jurídico positivo y del método jurídico comparativo, busca un equilibrio entre las tendencias Internistas, Territorialistas y la Supranacionalista.

**Entre sus principales exponentes tenemos a:**

⇒ **BATIFFOL.** Su idea, es la armonización de los sistemas jurídicos, para que cumpla la finalidad de los

distintos Derechos. Dentro del método conflictual tradicional, propone la localización objetiva de las relaciones de Derecho Privado, al considerar los elementos que constituyen este tipo de relaciones, como son el objeto, sujeto y la fuente jurídica, además de la conexión de dichos elementos con uno o más sistemas jurídicos positivos, es decir hay que determinar las cualidades de la persona, el fin que persiguen y la fuente jurídica a la que decidieron sujetarse las partes, para que después de analizar esta relación jurídica se aplique la Teoría de la Vinculación.

⇒ CARRILLO SALCEDO. Señala que la internacionalización de la solución no se alcanza mediante el establecimiento de una regulación directa específica, distinta y aun a veces contraria a lo que el ordenamiento jurídico del foro tiene previsto para las hipótesis del tráfico interno, sino mediante la cooperación de coordinación que se organiza para proveer una reglamentación justa y adecuada a supuesto de tráfico externo.



⇒ GOLDSHMIDT. Sigue un método abstracto y analítico, en el que se enfocan los problemas del tráfico jurídico internacional desde una perspectiva triple, y señala que los conflictos pueden ser estudiados desde un enfoque sociológico cuando los problemas son una realidad social, si los problemas se encuentran conectados con diferentes sistemas jurídicos, se presenta la necesidad de resolverlos de manera específica, por lo que se debe determinar la norma aplicable respectiva, es decir se va a resolver desde un enfoque morfológico, y por último, si se trata de problemas que no pueden ser desvinculados de los intereses de los individuos, es necesario aplicar soluciones que concilien tales intereses de la mejor manera posible, entonces se resolverá por medio del enfoque axiológico.

Por ello, el fundamento de los llamados conflictos de leyes lo encuentra este autor en el respeto a los derechos de los extranjeros.

### **5.1.1. Sistema Conflictual Tradicional.**

El Sistema Conflictual Tradicional es un procedimiento con el que se trata de resolver un problema derivado del tráfico jurídico internacional, con la aplicación de normas de conflicto, es decir, normas que tienen como función y objeto posibilitar la aplicación del Derecho que de la solución al conflicto.

El conflicto, va a surgir de un punto de contacto entre las normas tradicionales, la primera forma que se ha encontrado para resolver el problema, es con la realización del análisis de la Norma Conflictual por medio de los siguientes pasos:

- Calificación.
- Reenvío.
- Cuestión previa
- Orden público
- Fraude a la ley.

### 5.1.1.1 Calificación.

La calificación consiste en determinar el problema (ubicarlo en el Derecho aplicable) y el principio o tendencia que se aplica<sup>7</sup>. En el proceso de calificación, existen tres escuelas:

- PRIMERA ESCUELA: CALIFICACIÓN *LEX FORI*. Para interpretar los conceptos establecidos por la norma de conflicto, hay que recurrir al Derecho interno. Existió un gran número de críticas que dieron origen a la aparición de una tendencia radicalmente opuesta.

- SEGUNDA ESCUELA: CALIFICACIÓN *LEX CAUSAE*. La calificación debe hacerse con base en el Derecho extranjero designado aplicable, incluidos sus propios conceptos o categorías, es decir no se designa solo una norma jurídica extranjera, sino también al Derecho a que pertenece dicha norma y conforme al cual se va a interpretar la misma.

---

<sup>7</sup> La Calificación se va a componer de un supuesto (atributo de la persona) y de una consecuencia (principio jurídico que es el que dice cuál es la norma que se aplica)

Una de las principales críticas, fue realizada por Niboyet, al cuestionar sobre como se puede partir de una ley extranjera si aun no se conoce cual es, aunque se desvirtúa esta crítica cuando existen situaciones en las que hay puntos de contacto evidentes (como por ejemplo que se indique el país, o que la ley esté conectada con la situación), lo cual traiga como consecuencia que se determine la ley aplicable.

- **TERCERA ESCUELA: MÉTODO COMPARATIVO.** El alemán Ernest Rabel, después de analizar las dos calificaciones anteriores, propone que la norma de conflicto posea conceptos propios, en otras palabras, la norma sustantiva de un sistema jurídico nacional, tiene como objetivo regular las conductas en ese ámbito, y las normas de conflicto tienen como finalidad, coordinar diferentes sistemas jurídicos, pero para lograr esto, la norma conflictual tiene que elaborarse de manera tal que pueda aplicar cualquier Derecho, ya sea interno o nacional.

### **5.1.1.2. Reenvío.**

Una vez que se decidió por medio de la calificación cuál derecho se va a aplicar, se entra al Reenvío, que se va a formar por la Remisión Simple, la Confirmación de la Remisión, el Reenvío en Primer Grado (puede ser positivo o negativo) y el Reenvío en Segundo Grado.

- **REMISIÓN SIMPLE.** Es cuando una norma conflictual remite a una norma material o sustantiva, que se va a ajustar al problema.

- **CONFIRMACIÓN DE LA REMISIÓN.** Cuando las normas conflictuales son iguales o similares a las nacionales o materiales, lo que provoca que dichas normas no se rechacen entre sí, y se aplica entonces la norma material del foro.

- **REENVÍO EN PRIMER GRADO.** Como ya se mencionó, esta modalidad del reenvío puede ser en sentido positivo o negativo.

- **NEGATIVO.** Cuando ambas leyes son incompetentes, lo que provoca que el conflicto se resuelva con la ley del foro.

- **POSITIVO.** Ambas normas conflictuales son competentes, lo que ocasiona que no exista Reenvío, pues se va a aplicar la *lex fori*. En este caso el punto de contacto es cuando hay dos intereses regidos por el mismo principio.

- **REENVÍO EN SEGUNDO GRADO.** Las normas conflictuales extranjeras remiten a su vez a la norma material de un tercer país.

#### **5.1.1.3. Cuestión Previa.**

Es algo que se debe de tomar en cuenta antes (un incidente). Es algo accesorio a lo principal, con lo cual se va a detener la continuidad del asunto principal, hasta que no se resuelva el asunto accesorio.

#### **5.1.1.4. Orden Público.**

Existen dos tipos, el INTERNO, que es el que limita la autonomía de la voluntad, y el EXTERNO, que limita la libertad para aplicar el Derecho extranjero aún cuando el propio Derecho autorice su aplicación.

#### **5.1.1.5. Fraude a la Ley.**

Consiste en dejar de regirse a conveniencia por el sistema jurídico que se debe aplicar y colocarse bajo la protección de otro sistema que es más favorable.

### **5.1.2. Solución de Conflictos con el Derecho Interno.**

Con anterioridad se había dicho que todo los contratos de compraventa, realizados por Internet, se iban a regir por las Leyes Mercantiles por tratarse de actos mixtos, pero hay que recordar que el mismo Código de Comercio señala que para todas las lagunas que

éste tenga, se aplicará supletoriamente el Código Civil, por lo que todos los conflictos que surjan en el Comercio Electrónico Internacional, serán resueltos con las legislaciones mencionadas.

Si se habla de plazos, se puede decir que es un acto unilateral, pues la oferta solo va a estar vigente y es obligatoria, hasta que el destinatario la acepta o la rechaza, pero para la aceptación o rechazo hay dos posibilidades, que se conceda un plazo para otorgar la respuesta, o bien que sea de forma inmediata, en donde el procedimiento común es la primera, pero como se mencionó antes, ahora con los medios de comunicación, en específico Internet y el Comercio Electrónico, se utiliza la segunda.

El Código de Comercio, señala que en las Convenciones Mercantiles cada uno se obliga en la manera y términos que quiso obligarse, sin que la validez del acto comercial dependa de la observancia de formalidades o requisitos determinados<sup>8</sup>, es decir, se otorga a las partes la libertad de contratar y obligarse con la ley de una entidad federativa diferente o de un país determinado, y por lo tanto,

---

<sup>8</sup> Cfr. Art. 78 Código de Comercio.



será esta ley la que se aplique, porque ambas partes actuaron con plena autonomía de su voluntad y saben las consecuencias que traerá la ejecución de esa ley.

Pero si el contrato requiere determinadas formalidades o solemnidades, de conformidad con el Código de Comercio, la validez del mismo se superditará a ellas, pues éste Código señala que los contratos celebrados en país extranjero en que la ley exige escrituras, formas o solemnidades determinadas para su validez... (serán necesarias) aunque no las exija la ley mexicana<sup>9</sup>.

Ahora bien, si las partes no designaron la ley aplicable a su contrato, como el Código de Comercio es omiso en este sentido, el Código Civil señala que "los actos y contratos se regirán por el Derecho del lugar en donde deban de ejecutarse, a menos que las partes hubiesen designado válidamente la aplicabilidad de otro derecho"<sup>10</sup>. Pero no hay que olvidar que en el caso de los contratos entre ausentes, la ley aplicable será la del destinatario, pues se

---

<sup>9</sup> Cfr. Art. 79 Código de Comercio.

<sup>10</sup> Cfr. Art. 13 Fracción V Código Civil Federal.

perfecciona ahí el contrato, pero también queda la posibilidad que las partes hayan designado un tercer país, donde deba ejecutarse el acuerdo, por lo tanto la ley a ejecutar será la de este tercer país, y en este caso el punto de conexión se debilitaría, por lo que Leonel Pereznieto recomienda aplicar la ley del lugar de la prestación principal, lo cual coincide con una de las características que señala la Ley Federal de Protección al Consumidor sobre los contratos de adhesión, al no permitir que se acuda a tribunal distinto al del comprador, por declarar que esta cláusula será nula.

## **5.2. El Derecho Uniforme.**

La diversidad de disposiciones y exigencias del tráfico trajeron como consecuencia la realización de proyectos internacionales sobre las compraventas, por parte de diferentes organismos, como son el Instituto Internacional de Roma para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), la Conferencia de la Haya sobre Derecho Internacional Privado y la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI).

En este tipo de compraventa, existen dos ordenamientos que se aplican:

- **LA CONVENCIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS**, que surge de la revisión y fusión que hace la CNUDMI en 1980, de los documentos que surgieron en la Conferencia de la Haya de 1964, conocidos como Ley Uniforme sobre la Venta Internacional de Mercaderías y la Ley Uniforme sobre la Formación de los Contratos de Compraventa de Mercaderías. Misma que fue ratificada por México y está vigente a partir del 1° de Enero de 1989.
- **INCOTERMS**. Son reglas para la interpretación de términos comerciales. No son tratados, no son convenios internacionales, pero tienen mucha aplicación internacional (creadas por los Estados Unidos). Son reglas sobre contratos internacionales, reglas internacionales sobre documentos en transporte multimodal.

### **5.2.1. Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.**

En el 38° Período de Sesiones del grupo de trabajo sobre Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, al tocar el punto referente a los contratos electrónicos, se llegó a la conclusión de que la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, constituía un marco fácilmente aceptable para los contratos de compraventa de mercaderías por vía electrónica.<sup>11</sup>

### **5.2.2. El Arbitraje Comercial.**

Una de las opciones de solución de conflictos, derivado del comercio, es el Arbitraje Comercial, que se encuentra regulado tanto en la Convención de Nueva York como en la Convención

---

<sup>11</sup> 38° Período de Sesiones, Nueva York 12 a 23 de Marzo de 2001.  
41° Período de Sesiones, Nueva York 5 a 9 de mayo de 2003.  
<http://www.uncitral.org/spanish/workinggroups/wg-index-s.htm>

Interamericana sobre Arbitraje Comercial, mismas a los que algunos Estados son parte, entre ellos México. Además de estas Convenciones existe la Ley Modelo de Arbitraje Comercial Internacional de CNUDMI del 21 de julio de 1985<sup>12</sup>.

En la mayoría de los contratos que ya se encuentran elaborados en los "sitios o paginas web", en las cláusulas que hacen referencia a la solución de conflictos, manifiestan que estos serán resueltos por medio de un Arbitraje Comercial Internacional, punto que es el inicio de un acuerdo entre las partes para someter sus diferencias al conocimiento de un árbitro escogido por ellas, donde la resolución que emita éste<sup>13</sup> es de carácter obligatorio para las partes, y si llega a existir un incumplimiento, los tribunales estatales tienen la capacidad de hacer cumplir esa resolución (ejecutar la sentencia).

El acuerdo Arbitral voluntario, es el único reconocido en el ámbito internacional, y requiere que sea por escrito, para que en caso de controversia, el litigio sea llevado a un proceso arbitral.

---

<sup>12</sup> Misma que fue integrada en su totalidad en el Título Cuarto del Libro Quinto del Código de Comercio.

<sup>13</sup> Laudo o sentencia arbitral

En este acuerdo las partes renuncian a su derecho de recurrir a un tribunal judicial estatal para resolver las controversias que se generen.

Un acuerdo arbitral es aquel en el que las partes deciden someter al arbitraje todas las controversias o ciertas controversias que hayan surgido o puedan surgir entre ellas respecto de una determinada relación jurídica, contractual o no contractual. El acuerdo de arbitraje podrá adoptar la forma de una cláusula compromisoria incluida en un contrato o la forma de un acuerdo independiente<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Art. 7 de Ley Modelo de Arbitraje Comercial Internacional de CNUDMI

## **CONCLUSIONES.**

**PRIMERA.-** Desde sus inicios, el Comercio está regulado por usos y costumbres; el Comercio Electrónico no es la excepción, prueba de ello es el *feedback* o retroalimentación, método que los usuarios de la red de redes han determinado para ver la confiabilidad de la otra parte y así realizar contratos electrónicos.

**SEGUNDA.-** El Comercio Electrónico, no solo se refiere a la compra y venta de productos relacionados con las computadoras, sino a todo tipo de bienes que pueden ser susceptibles de enajenación.

**TERCERA.-** A pesar de que hay una Ley Modelo sobre el Comercio Electrónico, existe la carencia de una ley que tenga la fuerza para hacer cumplir a las partes con lo pactado, pues aunque CNUDMI en una de sus sesiones, determinó que el Comercio Electrónico se debe regir por la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, por ser aplicable tanto en la materia civil como en la mercantil, ésta no abarca todos los aspectos del Comercio Electrónico, pues solo cubre

las necesidades de las transacciones realizadas entre empresas; es decir, cuando las mercancías sean de uso doméstico, personal; familiar o bien adquiridas en subastas (muy comunes en el mercado electrónico); por lo anterior, una solución sería que, como en el caso de la creación de la Ley Modelo de Firmas Electrónicas como un anexo de la Ley Modelo de Comercio Electrónico, la elaboración de un anexo que se encargue de regular los demás tipos de Comercio Electrónico.

**CUARTA.-** Es necesario definir un marco normativo para el Comercio Electrónico que centre su atención en la definición de las condiciones que proporcionen la seguridad y certeza jurídica, tanto a los consumidores, como a los proveedores, de una transacción electrónica; así como las normas e instituciones que regularán este tipo de operaciones.

**QUINTA.-** Dentro del campo de la práctica, al realizar una compraventa por Internet, se realizan todos los requisitos de este contrato (pago/entrega del bien) menos un contrato propiamente



dicho, pues lo único que en estos casos puede hacer prueba de éste acuerdo de voluntades, son los mensajes de datos, que si hablamos en sentido coloquial, es como si realizáramos un contrato verbal; es por ello que la Ley que se encargue de regular las transacciones de compraventa electrónica, debe de exigir la formalidad escrita, como si se tratara de un bien inmueble, y así seguir la idea que guarda nuestro Código Civil en el artículo 2316, para proporcionar una mayor seguridad a las partes.

**SEXTA.-** En México, existe el avance legislativo sobre la materia, sin embargo, la tecnología se desarrolla de manera constante y acelerada, por lo que estar al día en materia jurídica sobre este tópico, es aunque no imposible, sumamente difícil, sobre todo por los procedimientos que exige nuestra Constitución para poder crear una Ley o bien reformar las existentes.

Para evitar de algún modo este defasamiento jurídico y como consecuencia posibles lagunas en la legislación, sería excelente que en nuestro país existiera algún Órgano o Comisión que se encargara

de estar al día en los avances tanto tecnológicos como legales (a nivel internacional), y así poder lograr una legislación que se encuentre más apegada a la realidad de las transacciones por medio de Internet.

El Comercio Electrónico en México, a diferencia de otros países, no se encuentra en una Ley específica de la materia, es decir en estos años, solo ha logrado entrar en nuestra legislación por medio de reformas a las leyes vigentes en nuestro país; lo cual, desde mi punto de vista, es no darle la suficiente importancia a un tema que es nuestro presente y futuro.

## ANEXO 1

**LEY MODELO DE LA CNUDMI SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO***(Original: árabe, chino, español, francés, inglés, ruso)***Primera parte. Comercio electrónico en general****Capítulo I. Disposiciones generales****Artículo 1. Ámbito de aplicación\***

La presente Ley\*\* será aplicación a todo tipo de información en forma de mensaje de datos utilizada en el contexto\*\*\*de actividades comerciales\*\*\*\*.

\* La Comisión sugiere el siguiente texto para los Estados que deseen limitar el ámbito de aplicación de la presente Ley a los mensajes de datos internacionales:

La presente Ley será aplicable a todo mensaje de datos que sea conforme a la definición del párrafo 1) del artículo 2 y que se refiera al comercio internacional.

\*\* La presente ley no deroga ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor.

\*\*\* La Comisión sugiere el siguiente texto para los Estados que deseen ampliar el ámbito de aplicación de la presente Ley:

La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en las situaciones siguientes: [...].

\*\*\*\* El término "comercial" deberá ser interpretado ampliamente de forma que abarque las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de facturaje ("factoring"); de arrendamiento de bienes de equipo con opción de compra ("leasing"); de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.

**Artículo 2. Definiciones**

Para los fines de la presente Ley:

- Por "mensaje de datos" se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;
- Por "intercambio electrónico de datos (EDI)" se entenderá la transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto;
- Por "iniciador" de un mensaje de datos se entenderá toda persona que, a tenor del mensaje, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar ese mensaje antes de ser archivado, si éste es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a él;
- Por "destinatario" de un mensaje de datos se entenderá la persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a él;

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- e) Por "intermediario", en relación con un determinado mensaje de datos, se entenderá toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él;
- f) Por "sistema de información" se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

### **Artículo 3. Interpretación**

- 1) En la interpretación de la presente Ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional y la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.
- 2) Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente Ley y que no estén expresamente resueltas en ella serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira.

### **Artículo 4. Modificación mediante acuerdo**

- 1) Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre las partes que generan envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del capítulo III podrán ser modificadas mediante acuerdo.
- 2) Lo dispuesto en el párrafo 1) no afectará a ningún derecho de que gocen las partes para modificar de común acuerdo alguna norma jurídica a la que se haga referencia en el capítulo II.

## **Capítulo II. Aplicación de los requisitos jurídicos a los mensajes de datos**

### **Artículo 5. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos**

No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos.

### **Artículo 5 bis. Incorporación por remisión**

*(En la forma aprobada por la Comisión en su 31.º período de sesiones, en junio de 1998)*

No se negarán efectos jurídicos, validez ni fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que no esté contenida en el mensaje de datos que se supone ha de dar lugar a este efecto jurídico, sino que figure simplemente en el mensaje de datos en forma de remisión.

### **Artículo 6. Escrito**

- 1) Cuando la ley requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos si la información que éste contiene es accesible para su ulterior consulta.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito.
- 3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

### **Artículo 7. Firma**

- 1) Cuando la ley requiera la firma de una persona, ese requisito quedará satisfecho en relación con un mensaje de datos:
  - a) Si se utiliza un método para identificar a esa persona y para indicar que esa persona aprueba la información que figura en el mensaje de datos; y

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

- b) Si ese método es tan fiable como sea apropiado para los fines para los que se generó o comunicó el mensaje de datos, a la luz de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no exista una firma.
- 3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

**Artículo 8. Original**

- 1) Cuando la ley requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos:
- a) Si existe alguna garantía fidedigna de que se ha conservado la integridad de la información a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos o en alguna otra forma;
  - b) De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona a la que se deba presentar.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no sea presentada o conservada en su forma original.
- 3) Para los fines del inciso a) del párrafo 1):
- a) La integridad de la información será evaluada conforme al criterio de que haya permanecido completa e inalterada, salvo la adición de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de su comunicación, archivo o presentación; y
  - b) El grado de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias del caso.
- 4) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

**Artículo 9. Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos**

- 1) En todo trámite legal, no se dará aplicación a regla alguna de la prueba que sea óbice para la admisión como prueba de un mensaje de datos:
- a) Por la sola razón de que se trate de un mensaje de datos; o
  - b) Por razón de no haber sido presentado en su forma original, de ser ese mensaje la mejor prueba que quepa razonablemente esperar de la persona que la presenta.
- 2) Toda información presentada en forma de mensaje de datos gozará de la debida fuerza probatoria. Al valorar la fuerza probatoria de un mensaje de datos se habrá de tener presente la fiabilidad de la forma en la que se haya generado, archivado o comunicado el mensaje, la fiabilidad de la forma en la que se haya conservado la integridad de la información, la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente.

**Artículo 10. Conservación de los mensajes de datos**

- 1) Cuando la ley requiera que ciertos documentos, registros o informaciones sean conservados, ese requisito quedará satisfecho mediante la conservación de los mensajes de datos, siempre que se cumplan las condiciones siguientes:
- a) Que la información que contengan sea accesible para su ulterior consulta; y
  - b) Que el mensaje de datos sea conservado con el formato en que se haya generado, enviado o recibido o con algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida; y
  - c) Que se conserve, de haber alguno, todo dato que permita determinar el origen y el destino del mensaje, y la fecha y la hora en que fue enviado o recibido.

- 2) La obligación de conservar ciertos documentos, registros o informaciones conforme a lo dispuesto en el párrafo 1) no será aplicable a aquellos datos que tengan por única finalidad facilitar el envío o recepción del mensaje.
- 3) Toda persona podrá recurrir a los servicios de un tercero para observar el requisito mencionado en el párrafo 1), siempre que se cumplan las condiciones enunciadas en los incisos a), b) y c) del párrafo 1).

### **Capítulo III. Comunicación de los mensajes de datos**

#### **Artículo 11. Formación y validez de los contratos**

- 1) En la formación de un contrato, de no convenir las partes otra cosa, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de datos.
- 2) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

#### **Artículo 12. Reconocimiento por las partes de los mensajes de datos**

- 1) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de un mensaje de datos, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos.
- 2) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

#### **Artículo 13. Atribución de los mensajes de datos**

- 1) Un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado por el propio iniciador.
- 2) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, se entenderá que un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado:
  - a) Por alguna persona facultada para actuar en nombre del iniciador respecto de ese mensaje; o
  - b) Por un sistema de información programado por el iniciador o en su nombre para que opere automáticamente.
- 3) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que un mensaje de datos proviene del iniciador, y a actuar en consecuencia, cuando:
  - a) Para comprobar que el mensaje provenía del iniciador, el destinatario haya aplicado adecuadamente un procedimiento aceptado previamente por el iniciador con ese fin; o
  - b) El mensaje de datos que reciba el destinatario resulte de los actos de una persona cuya relación con el iniciador, o con algún mandatario suyo, le haya dado acceso a algún método utilizado por el iniciador para identificar un mensaje de datos como propio.
- 4) El párrafo 3) no se aplicará:
  - a) A partir del momento en que el destinatario haya sido informado por el iniciador de que el mensaje de datos no provenía del iniciador y haya dispuesto de un plazo razonable para actuar en consecuencia; o
  - b) En los casos previstos en el inciso b) del párrafo 3), desde el momento en que el destinatario sepa, o debiera saber de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el mensaje de datos no provenía del iniciador.
- 5) Siempre que un mensaje de datos provenga del iniciador o que se entienda que proviene de él, o siempre que el destinatario tenga derecho a actuar con arreglo a este supuesto, en las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que el mensaje de datos recibido corresponde al que quería enviar el iniciador, y podrá actuar en consecuencia. El destinatario no gozará de este derecho si sabía, o hubiera sabido de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que la transmisión había dado lugar a algún error en el mensaje de datos recibido.

- 6) El destinatario tendrá derecho a considerar que cada mensaje de datos recibido es un mensaje de datos separado y a actuar en consecuencia, salvo en la medida en que duplique otro mensaje de datos, y que el destinatario sepa, o debiera saber de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el mensaje de datos era un duplicado.

**Artículo 14. Acuse de recibo**

- 1) Los párrafos 2) a 4) del presente artículo serán aplicables cuando, al enviar o antes de enviar un mensaje de datos, el iniciador solicite o acuerde con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos.
- 2) Cuando el iniciador no haya acordado con el destinatario que el acuse de recibo se dé en alguna forma determinada o utilizando un método determinado, se podrá acusar recibo mediante:
  - a) Toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o
  - b) Todo acto del destinatario, que basten para indicar al iniciador que se ha recibido el mensaje de datos.
- 3) Cuando el iniciador haya indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se considerará que el mensaje de datos no ha sido enviado en tanto que no se haya recibido el acuse de recibo.
- 4) Cuando el iniciador no haya indicado que los efectos del mensaje de datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, si no ha recibido acuse en el plazo fijado o convenido o no se ha fijado o convenido ningún plazo, en un plazo razonable el iniciador:
  - a) Podrá dar aviso al destinatario de que no ha recibido acuse de recibo y fijar un plazo razonable para su recepción; y
  - b) De no recibirse acuse dentro del plazo fijado conforme al inciso a), podrá, dando aviso de ello al destinatario, considerar que el mensaje de datos no ha sido enviado o ejercer cualquier otro derecho que pueda tener.
- 5) Cuando el iniciador reciba acuse de recibo del destinatario, se presumirá que éste ha recibido el mensaje de datos correspondiente. Esa presunción no implicará que el mensaje de datos corresponda al mensaje recibido.
- 6) Cuando en el acuse de recibo se indique que el mensaje de datos recibido cumple con los requisitos técnicos convenidos o enunciados en alguna norma técnica aplicable, se presumirá que ello es así.
- 7) Salvo en lo que se refiere al envío o recepción del mensaje de datos, el presente artículo no obedece al propósito de regir las consecuencias jurídicas que puedan derivarse de ese mensaje de datos o de su acuse de recibo.

**Artículo 15. Tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos**

- 1) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando entre en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre del iniciador.
- 2) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el momento de recepción de un mensaje de datos se determinará como sigue:
  - a) Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensajes de datos, la recepción tendrá lugar:
    - I En el momento en que entre el mensaje de datos en el sistema de información designado; o
    - II De enviarse el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información

designado, en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos;

- b) Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar al entrar el mensaje de datos en un sistema de información del destinatario.
- 3) El párrafo 2) será aplicable aun cuando el sistema de información esté ubicado en un lugar distinto de donde se tenga por recibido el mensaje conforme al párrafo 4).
- 4) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente párrafo:
  - a) Si el iniciador o el destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal;
  - b) Si el iniciador o el destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual.
- 5) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

**Segunda parte. Comercio electrónico en materias específicas**  
**Capítulo I. Transporte de mercancías**

**Artículo 16. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías**

Sin perjuicio de lo dispuesto en la parte I de la presente Ley, el presente capítulo será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea exhaustiva:

- a) I Indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías;
- II Declaración de la índole o el valor de las mercancías;
- III Emisión de un recibo por las mercancías;
- IV Confirmación de haberse completado la carga de las mercancías;
- b) I Notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato;
- II Comunicación de instrucciones al portador;
- c) I Reclamación de la entrega de las mercancías;
- II Autorización para proceder a la entrega de las mercancías;
- III Notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido;
- d) Cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato;
- e) Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega;
- f) Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías;
- g) Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.



**Artículo 17. Documentos de transporte**

- 1) Con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 3), en los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el artículo 16 se lleve a cabo por escrito o mediante un documento que conste de papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no se lleve a cabo el acto por escrito o mediante un documento.
- 3) Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiera alguna obligación, y la ley requiera que, para que ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío, o la utilización, de un documento, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la obligación se transfiere mediante la utilización de uno o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método fiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.
- 4) Para los fines del párrafo 3), el nivel de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se transfirió el derecho o la obligación y de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.
- 5) Cuando se utilicen uno o más mensajes de datos para llevar a cabo alguno de los actos enunciados en los incisos f) y g) del artículo 16, no será válido ningún documento utilizado para llevar a cabo cualquiera de esos actos, a menos que se haya puesto fin al uso de mensajes de datos para sustituirlo por el de documentos. Todo documento que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración a tal efecto. La sustitución de mensajes de datos por documentos no afectará a los derechos ni a las obligaciones de las partes.
- 6) Cuando se aplique obligatoriamente una norma jurídica a un contrato de transporte de mercancías que esté consignado, o del que se haya dejado constancia, en un documento, esa norma no dejará de aplicarse a un contrato de transporte de mercancías del que se haya dejado constancia en uno o más mensajes de datos por razón de que el contrato conste en ese mensaje o esos mensajes de datos en un documento.
- 7) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

**ANEXO 2****LÍNEAMIENTOS PARA LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO****PRIMERA PARTE: ALCANCE**

Los presentes Lineamientos son aplicables únicamente al comercio electrónico entre proveedor y consumidor y no en transacciones de proveedor a proveedor.

**SEGUNDA PARTE****PRINCIPIOS GENERALES****PROTECCIÓN EFECTIVA Y TRANSPARENTE**

Los consumidores que participen en el comercio electrónico, deberán disponer de una protección efectiva y transparente que no sea inferior al nivel de protección del que dispone en otras formas de comercio. Gobiernos, empresas, consumidores y sus representantes, deberán trabajar conjuntamente para lograr dicha protección y determinar que cambios pueden ser necesarios para responder a circunstancias especiales del comercio electrónico.

**PRACTICAS EQUITATIVAS DEL COMERCIO, LA PUBLICIDAD Y LA MERCADOTECNIA.**

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 participan.

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.

#### **DIVULGACION EN LINEA.**

##### **INFORMACION ACERCA DE LA EMPRESA.**

Las empresas dedicadas al comercio electrónico con los consumidores, deberán proporcionar información exacta, clara y de fácil acceso acerca de ellas mismas, suficiente para permitirles al menos lo siguiente:

Identificación de la empresa, incluyendo el nombre legal y el nombre comercial; el principal domicilio geográfico del negocio; dirección de e-mail y otros medios electrónicos de contacto, número telefónico; y, en su caso, una dirección para efectos de registro y, cualquier registro oficial de gobierno, o números de licencia.

Comunicación pronta, fácil y efectiva con la empresa.

Apropiada y efectiva solución de controversias.

Servicio de proceso legal.

Domicilio de la empresa y 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.

##### **INFORMACION ACERCA DE LOS BIENES O SERVICIOS.**

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.

##### **INFORMACION ACERCA DE LA TRANSACCION**

Las empresas dedicadas al comercio electrónico, deberán proporcionar suficiente información acerca de los términos, condiciones y costos vinculados con la transacción para permitirle al consumidor tomar una decisión informada.

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.

Las empresas deberán proporcionar a los consumidores un texto claro y completo de los términos relevantes y condiciones de la transacción, de manera que les sea posible a los consumidores, tener acceso y mantener un adecuado registro de tal información.

Cuando resulte aplicable y adecuado, dependiendo de la naturaleza de la transacción, la información antes señalada debe incluir lo siguiente:

Un desglose de los costos totales cobrados y/o impuestos por la empresa.

Aviso de la existencia de otros costos rutinarios aplicables al consumidor que no sean cobrados y/o impuestos por la empresa.

Términos de la entrega del producto o la prestación del servicio;

Términos, condiciones y formas de pago;

Restricciones, limitaciones o condiciones de compra, tales como requisitos de aprobación paternal/tutorial o restricciones geográficas o de tiempo.

Instrucciones para un uso adecuado de productos, incluyendo advertencias sobre seguridad y cuidado de la salud;

Información relativa a los servicios de garantía disponibles.

Detalles y condiciones relacionados con las políticas sobre el retiro, terminación, devolución, cambio, cancelación o reembolso; y

Garantías y advertencias disponibles.

Toda la información referida a costos, deberá indicar la moneda aplicable a la transacción.

#### **PROCEDIMIENTO DE CONFIRMACION**

Para evitar ambigüedad respecto a la intención del consumidor de efectuar alguna compra, deberá ser capaz, antes de concluir la compra, de determinar con precisión los bienes o servicios que desea adquirir; identificar y corregir cualquier error en la orden de compra; expresar su consentimiento bien informado y deliberado de la compra, así como conservar un completo y preciso registro de la transacción.

El consumidor podrá cancelar la transacción antes de concluida la compra.

#### **PAGO.**

A los consumidores se les deberá proporcionar mecanismos fáciles y seguros de pago, así como información acerca del nivel de seguridad de los mismos.



Las limitaciones al riesgo originado por el uso de sistemas de pago no autorizados o fraudulentos, así como medidas de reembolso o corresponsabilidad entre el proveedor y el emisor de tarjetas de crédito (chargeback), le ofrecen al consumidor herramientas sólidas para incrementar su confianza, por lo que el uso y el desarrollo de tales medidas deben ser alentados en el contexto del comercio electrónico.

#### **SOLUCION DE CONTROVERSIAS Y REPARACION DEL DAÑO JURISDICCION Y LEY APLICABLE.**

Las transacciones transfronterizas entre proveedores y consumidores llevadas a cabo electrónicamente o por algún otro medio, están sujetas al marco legal existente en cuanto a leyes aplicables y jurisdicción.

El comercio electrónico presenta retos frente al marco legal existente. Por lo tanto, se deberá considerar si dicho marco legal relativo a la ley aplicable o a la jurisdicción debe ser modificado, o aplicado en forma diferente, a efecto de asegurar una protección del consumidor transparente y efectiva en el contexto del crecimiento constante del comercio electrónico.

Al considerar si se modifica el marco legal, los gobiernos deberán asegurar que proporciona equidad a las partes involucradas, facilita el comercio electrónico, redundando en que los consumidores tengan un nivel de protección no menor a otras formas de comercio, y les otorga acceso a la solución oportuna y equitativa de controversias así como a la reparación del daño, sin tener que pagar un costo o carga indebidos.

#### **SOLUCION ALTERNA DE CONTROVERSIAS Y REPARACIÓN DEL DAÑO**

A los consumidores se les deberá proporcionar un acceso efectivo a alternativas de solución de controversias y reparación del daño que sean rápidas y equitativas, sin tener que pagar un costo o carga indebidos.

Las empresas, los representantes de consumidores y los gobiernos deben trabajar conjuntamente para seguir empleando y desarrollando políticas y procedimientos de autorregulación efectivos y transparentes, incluyendo mecanismos alternos de solución de controversias para canalizar las quejas de los consumidores y resolver las querellas entre proveedores y consumidores originadas en el comercio electrónico con especial atención a las transacciones transfronterizas.

Las empresas y los representantes de consumidores deberán continuar estableciendo mecanismos internos, equitativos, efectivos y transparentes para canalizar y responder a las quejas y problemas del consumidor en forma rápida y justa, sin un costo o carga indebidos. Se deberá alentar a los consumidores al aprovechamiento de dichos mecanismos.

Las empresas y los representantes de consumidores deberán continuar con el establecimiento de programas autorregulatorios de cooperación para responder a las quejas de los consumidores y apoyarlos en la solución de controversias surgidas del comercio electrónico.

Las empresas, los representantes de consumidores y los gobiernos deberán trabajar conjuntamente para continuar proporcionando a los consumidores mecanismos alternos que otorguen una solución oportuna y equitativa a sus controversias, sin un costo o carga indebidos para el consumidor.

En la implantación de lo anterior, las empresas, los representantes de consumidores y los gobiernos deberán emplear en forma innovadora, las tecnologías de la información y utilizarlas para fomentar el conocimiento y la libertad de elección del consumidor.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Adicionalmente, se requieren estudios complementarios para alcanzar a nivel internacional, los objetivos mencionados en la Sección

**CONFIDENCIALIDAD**

A fin de proporcionar una protección apropiada y efectiva a los consumidores, el comercio electrónico entre empresas y consumidores deberá conducirse de acuerdo con los principios de confidencialidad establecidos en los Lineamientos que Regulan la Protección a la Confidencialidad y el Flujo Transfronterizo de Información Personal de la OCDE (1980), y tomando en cuenta la Declaración Ministerial sobre la Protección de la Confidencialidad en Redes Globales de la OCDE (1998).

**EDUCACION Y ADVERTENCIAS**

Los gobiernos, las empresas y los representantes de consumidores deberán trabajar conjuntamente para educar a los consumidores acerca del comercio electrónico; fomentar en los consumidores que participan en el mismo, la toma de decisiones informada; así como incrementar entre las empresas y los consumidores el conocimiento del Marco Legal de Protección al Consumidor aplicable a sus operaciones en línea.

Los Gobiernos, las Empresas, los Medios de Comunicación, las Instituciones Educativas y los Representantes de Consumidores, deberán hacer uso de todos los medios efectivos para educar a los consumidores y a los proveedores, incorporando técnicas innovadoras posibles de utilizar mediante las redes globales.

Los Gobiernos, los Representantes de Consumidores y las Empresas deberán trabajar conjuntamente para proporcionar información global a las empresas y a los consumidores acerca de las leyes relevantes de protección al consumidor y recursos a utilizar, de una forma accesible y entendible.

**TERCERA PARTE  
IMPLANTACION**

Para lograr los propósitos de estas recomendaciones, los países miembros deberán a un nivel nacional e internacional y en cooperación con las empresas, los consumidores y sus representantes:

Revisar y, en su caso, promover prácticas autorregulatorias y/o adoptar o adaptar leyes y prácticas para hacerlas aplicables al comercio electrónico tomando en cuenta los principios de la tecnología y la neutralidad de los medios de comunicación.

Fomentar un continuo liderazgo del sector privado que incluya la participación de los representantes de los consumidores en el desarrollo de mecanismos efectivos de autorregulación que contengan reglas específicas y sustantivas para la solución de controversias y mecanismos de cumplimiento.

Impulsar un continuo liderazgo del sector privado en el desarrollo de la tecnología como herramienta para proteger y fortalecer al consumidor.

Promover la existencia, objetivos y contenidos de estos Lineamientos lo más ampliamente posible, así como fomentar su uso.

Facilitar la capacidad de los consumidores tanto para acceder a la educación, información y asesoría, como para presentar quejas relativas al comercio electrónico.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN****CUARTA PARTE  
COOPERACION GLOBAL**

Con objeto de proporcionar una protección efectiva al consumidor en el contexto del comercio electrónico global, los países miembro deberán:

Facilitar la comunicación, la cooperación y, en donde resulte apropiado, el desarrollo y la aplicación de iniciativas conjuntas a nivel internacional entre Empresas, Representantes de Consumidores y Gobiernos.

A través de sus autoridades judiciales, legislativas y ejecutivas, cooperar en forma apropiada a un nivel internacional en el intercambio de información, la coordinación, la comunicación y la acción conjunta tendientes a combatir fraudes transfronterizos y conductas comerciales engañosas e inequitativas.

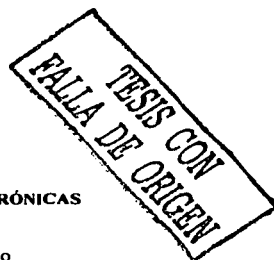
Hacer uso de las redes internacionales existentes y celebrar acuerdos bilaterales y/o multilaterales o bien otro tipo de arreglos que fueran necesarios y apropiados para lograr tal cooperación.

Trabajar hacia la construcción de consensos a nivel nacional e internacional en la protección al consumidor para fomentar las metas de acrecentar la confianza del consumidor, asegurar la predecibilidad de los negocios y proteger a los consumidores.

Cooperar y trabajar hacia el desarrollo de convenios y otros acuerdos para el reconocimiento mutuo y la ejecución de sentencias, resultantes de controversias entre consumidores y empresas, así como de los juicios derivados de acciones legales ejecutables adoptadas para combatir conductas comerciales fraudulentas, engañosas e inequitativas.

## ANEXO 3

## LEY MODELO DE LA CNUDMI SOBRE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS



(Extracto del informe de la Comisión de las Naciones Unidas sobre el Derecho Mercantil Internacional sobre la labor de su trigésimo cuarto período de sesiones, celebrado en Viena, desde el 25 de junio al 13 de julio de 2001. El texto de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Firmas Electrónicas fue adoptado el 5 de julio de 2001)

**Ley Modelo de la CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas (2001)****Artículo 1****Ámbito de aplicación**

La presente Ley será aplicable en todos los casos en que se utilicen firmas electrónicas en el contexto\* de actividades comerciales\*\*. No derogará ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor.

\* La Comisión propone el texto siguiente para los Estados que deseen ampliar el ámbito de aplicación de la presente Ley:

"La presente Ley será aplicable en todos los casos en que se utilicen firmas electrónicas, excepto en las situaciones siguientes: [ Y]."

\*\* El término "comercial" deberá ser interpretado en forma lata de manera que abarque las cuestiones que dimanen de toda relación de índole comercial, sea o no contractual. Las relaciones de índole comercial comprenden, aunque no exclusivamente, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; acuerdos de distribución; representación o mandato comercial; facturaje ( Afactoring@); arrendamiento con opción de compra ( Aleasing@); construcción de obras; consultoría; ingeniería; concesión de licencias; inversiones; financiación; banca; seguros; acuerdos o concesiones de explotación; empresas conjuntas y otras formas de cooperación industrial o comercial; transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea o por carretera.

**Artículo 2****Definiciones**

Para los fines de la presente Ley:

- a) Por "firma electrónica" se entenderán los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante en relación con el mensaje de datos e indicar que el firmante aprueba la información recogida en el mensaje de datos;
- b) Por "certificado" se entenderá todo mensaje de datos u otro registro que confirme el vínculo entre un firmante y los datos de creación de la firma;
- c) Por "mensaje de datos" se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;
- d) Por "firmante" se entenderá la persona que posee los datos de creación de la firma y que actúa por cuenta propia o por cuenta de la persona a la que representa;
- e) Por "prestador de servicios de certificación" se entenderá la persona que expide certificados y puede prestar otros servicios relacionados con las firmas electrónicas;



f) Por "parte que confía" se entenderá la persona que pueda actuar sobre la base de un certificado o de una firma electrónica.

### **Artículo 3**

#### **Igualdad de tratamiento de las tecnologías para la firma**

Ninguna de las disposiciones de la presente Ley, con la excepción del artículo 5, será aplicada de modo que excluya, restrinja o prive de efecto jurídico cualquier método para crear una firma electrónica que cumpla los requisitos enunciados en el párrafo 1) del artículo 6 o que cumpla de otro modo los requisitos del derecho aplicable.

### **Artículo 4**

#### **Interpretación**

1. En la interpretación de la presente Ley se tendrán en cuenta su origen internacional y la necesidad de promover la uniformidad en su aplicación y de asegurar la observancia de la buena fe.
2. Las cuestiones relativas a las materias que se rigen por la presente Ley que no estén expresamente resueltas en ella se dirimirán de conformidad con los principios generales en los que se basa esta Ley.

### **Artículo 5**

#### **Modificación mediante acuerdo**

Las partes podrán establecer excepciones a la presente Ley o modificar sus efectos mediante acuerdo, salvo que ese acuerdo no sea válido o eficaz conforme al derecho aplicable.

### **Artículo 6**

#### **Cumplimiento del requisito de firma**

1. Cuando la ley exija la firma de una persona, ese requisito quedará cumplido en relación con un mensaje de datos si se utiliza una firma electrónica que, a la luz de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo aplicable, sea fiable y resulte igualmente apropiada para los fines con los cuales se generó o comunicó ese mensaje.

2. El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito a que se refiere está expresado en forma de una obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias para el caso de que no haya firma.

3. La firma electrónica se considerará fiable a los efectos del cumplimiento del requisito a que se refiere el párrafo 1) si:

- a) los datos de creación de la firma, en el contexto en que son utilizados, corresponden exclusivamente al firmante;
- b) los datos de creación de la firma estaban, en el momento de la firma, bajo el control exclusivo del firmante;
- c) es posible detectar cualquier alteración de la firma electrónica hecha después del momento de la firma; y
- d) cuando uno de los objetivos del requisito legal de firma consista en dar seguridades en cuanto a la integridad de la información a que corresponde, es posible detectar cualquier alteración de esa información hecha después del momento de la firma.

4. Lo dispuesto en el párrafo 3) se entenderá sin perjuicio de la posibilidad de que cualquier persona:

- a) demuestre de cualquier otra manera, a los efectos de cumplir el requisito a que se refiere el párrafo 1), la fiabilidad de una firma electrónica; o
- b) aduzca pruebas de que una firma electrónica no es fiable.

5. Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [Y].



### **Artículo 7**

#### **Cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 6**

1. *[La persona, el órgano o la entidad, del sector público o privado, a que el Estado promulgante haya expresamente atribuido competencia]* podrá determinar qué firmas electrónicas cumplen lo dispuesto en el artículo 6 de la presente Ley.
2. La determinación que se haga con arreglo al párrafo 1) deberá ser compatible con las normas o criterios internacionales reconocidos.
3. Lo dispuesto en el presente artículo se entenderá sin perjuicio de la aplicación de las normas del derecho internacional privado.

### **Artículo 8**

#### **Proceder del firmante**

1. Cuando puedan utilizarse datos de creación de firmas para crear una firma con efectos jurídicos, cada firmante deberá:
  - a) actuar con diligencia razonable para evitar la utilización no autorizada de sus datos de creación de la firma;
  - b) sin dilación indebida, utilizar los medios que le proporcione el prestador de servicios de certificación conforme al artículo 9 de la presente Ley, o en cualquier caso esforzarse razonablemente, para dar aviso a cualquier persona que, según pueda razonablemente prever el firmante, pueda considerar fiable la firma electrónica o prestar servicios que la apoyen si:
    - i) el firmante sabe que los datos de creación de la firma han quedado en entredicho; o
    - ii) las circunstancias de que tiene conocimiento el firmante dan lugar a un riesgo considerable de que los datos de creación de la firma hayan quedado en entredicho;
  - c) cuando se emplee un certificado para refrendar la firma electrónica, actuar con diligencia razonable para cerciorarse de que todas las declaraciones que haya hecho en relación con el ciclo vital del certificado o que hayan de consignarse en él son exactas y cabales.
2. Serán de cargo del firmante las consecuencias jurídicas que entrañe el hecho de no haber cumplido los requisitos enunciados en el párrafo 1).

### **Artículo 9**

#### **Proceder del prestador de servicios de certificación**

1. Cuando un prestador de servicios de certificación preste servicios para apoyar una firma electrónica que pueda utilizarse como firma con efectos jurídicos, ese prestador de servicios de certificación deberá:
  - a) actuar de conformidad con las declaraciones que haga respecto de sus normas y prácticas;
  - b) actuar con diligencia razonable para cerciorarse de que todas las declaraciones importantes que haya hecho en relación con el ciclo vital del certificado o que estén consignadas en él son exactas y cabales;
  - c) proporcionar a la parte que confía en el certificado medios razonablemente accesibles que permitan a ésta determinar mediante el certificado:
    - i) la identidad del prestador de servicios de certificación;
    - ii) que el firmante nombrado en el certificado tenía bajo su control los datos de creación de la firma en el momento en que se expidió el certificado;
    - iii) que los datos de creación de la firma eran válidos en la fecha en que se expidió el certificado o antes de ella;
  - d) proporcionar a la parte que confía en el certificado medios

razonablemente accesibles que, cuando proceda, permitan a ésta determinar mediante el certificado o de otra manera:

- i) el método utilizado para comprobar la identidad del firmante;
- ii) cualquier limitación de los fines o del valor respecto de los cuales puedan utilizarse los datos de creación de la firma o el certificado;
- iii) si los datos de creación de la firma son válidos y no están en entredicho;
- iv) cualquier límite acción del alcance o del grado de responsabilidad que haya establecido el prestador de servicios de certificación;
- v) si existe un medio para que el firmante dé aviso de que los datos de creación de la firma están en entredicho, conforme a lo dispuesto en el apartado b) del párrafo 1) del artículo 8 de la presente Ley;
- vi) si se ofrece un servicio para revocar oportunamente el certificado;
- e) cuando se ofrezcan servicios conforme al inciso v) del apartado d), proporcionar un medio para que el firmante dé aviso conforme al apartado b) del párrafo 1) del artículo 8 de la presente Ley y, cuando se ofrezcan servicios en virtud del inciso vi) del apartado d), cerciorarse de que existe un servicio para revocar oportunamente el certificado;
- f) utilizar, al prestar sus servicios, sistemas, procedimientos y recursos humanos fiables.

2. Serán de cargo del prestador de servicios de certificación las consecuencias jurídicas que entrañe el hecho de no haber cumplido los requisitos enunciados en el párrafo 1).

#### **Artículo 10**

##### **Fiabilidad**

A los efectos del apartado f) del párrafo 1) del artículo 9, para determinar si los sistemas, procedimientos o recursos humanos utilizados por un prestador de servicios de certificación son fiables, y en qué medida lo son, podrán tenerse en cuenta los factores siguientes:

- a) los recursos humanos y financieros, incluida la existencia de activos;
- b) la calidad de los sistemas de equipo y programas informáticos;
- c) los procedimientos para la tramitación del certificado y las solicitudes de certificados, y la conservación de registros;
- d) la disponibilidad de información para los firmantes nombrados en el certificado y para las partes que confían en éste;
- e) la periodicidad y el alcance de la auditoría realizada por un órgano independiente;
- f) la existencia de una declaración del Estado, de un órgano de acreditación o del prestador de servicios de certificación respecto del cumplimiento o la existencia de los factores que anteceden; o
- g) cualesquiera otros factores pertinentes.

#### **Artículo 11**

##### **Proceder de la parte que confía en el certificado**

Serán de cargo de la parte que confía en el certificado las consecuencias jurídicas que entrañe el hecho de que no haya tomado medidas razonables para:

- a) verificar la fiabilidad de la firma electrónica; o
- b) cuando la firma electrónica esté refrendada por un certificado:
- i) verificar la validez, suspensión o revocación del certificado; y
- ii) tener en cuenta cualquier limitación en relación con el certificado.

**Artículo 12****Reconocimiento de certificados extranjeros y de firmas electrónicas extranjeras**

1. Al determinar si un certificado o una firma electrónica producen efectos jurídicos, o en qué medida los producen, no se tomará en consideración:

a) el lugar en que se haya expedido el certificado o en que se haya creado o utilizado la firma electrónica; ni

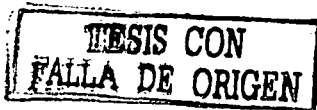
b) el lugar en que se encuentre el establecimiento del expedidor o del firmante.

2. Todo certificado expedido fuera [*del Estado promulgante*] producirá los mismos efectos jurídicos en [*el Estado promulgante*] que todo certificado expedido en [*el Estado promulgante*] si presenta un grado de fiabilidad sustancialmente equivalente.

3. Toda firma electrónica creada o utilizada fuera [*del Estado promulgante*] producirá los mismos efectos jurídicos en [*el Estado promulgante*] que toda firma electrónica creada o utilizada en [*el Estado promulgante*] si presenta un grado de fiabilidad sustancialmente equivalente.

4. A efectos de determinar si un certificado o una firma electrónica presentan un grado de fiabilidad sustancialmente equivalente para los fines de párrafo 2), o del párrafo 3), se tomarán en consideración las normas internacionales reconocidas y cualquier otro factor pertinente.

5. Cuando, sin perjuicio de lo dispuesto en los párrafos 2), 3) y 4), las partes acuerden entre sí la utilización de determinados tipos de firmas electrónicas o certificados, se reconocerá que ese acuerdo es suficiente a efectos del reconocimiento transfronterizo, salvo que el acuerdo no sea válido o eficaz conforme al derecho aplicable.



## ANEXO 4

**CONVENCIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS.**

**PARTE I. AMBITO DE APLICACION Y DISPOSICIONES GENERALES  
CAPITULO I. AMBITO DE APLICACION**

Artículo 1

- 1) La presente Convención se aplicará a los contratos de compraventa de mercaderías entre partes que tengan sus establecimientos en Estados diferentes:
- a) cuando esos Estados sean Estados Contratantes; o
  - b) cuando las normas de derecho internacional privado prevean la aplicación de la ley de un Estado Contratante.
- 2) No se tendrá en cuenta el hecho de que las partes tengan sus establecimientos en Estados diferentes cuando ello no resulte del contrato, ni de los tratos entre ellas, ni de información revelada por las partes en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración.
- 3) A los efectos de determinar la aplicación de la presente Convención, no se tendrán en cuenta ni la nacionalidad de las partes ni el carácter civil o comercial de las partes o del contrato.

Artículo 2

La presente Convención no se aplicará a las compraventas:

- a) de mercaderías compradas para uso personal, familiar o doméstico, salvo que el vendedor, en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración, no hubiera tenido ni debiera haber tenido conocimiento de que las mercaderías se compraban para ese uso;
- b) en subastas;
- c) judiciales;
- d) de valores mobiliarios, títulos o efectos de comercio y dinero;
- e) de buques, embarcaciones, aerodeslizadores y aeronaves;
- f) de electricidad.

Artículo 3

- 1) Se considerarán compraventas los contratos de suministro de mercaderías que hayan de ser manufacturadas o producidas, a menos que la parte que las encargue asuma la obligación de proporcionar una parte sustancial de los materiales necesarios para esa manufactura o producción.
- 2) La presente Convención no se aplicará a los contratos en los que la parte principal de las obligaciones de la parte que proporcione las mercaderías consista en suministrar mano de obra o prestar otros servicios.

Artículo 4

La presente Convención regula exclusivamente la formación del contrato de compraventa y los derechos y obligaciones del vendedor y del comprador dimanantes de ese contrato. Salvo disposición expresa en contrario de la presente Convención, ésta no concierne, en particular:

- a) a la validez del contrato ni a la de ninguna de sus estipulaciones, ni tampoco a la de cualquier uso;
- b) a los efectos que el contrato pueda producir sobre la propiedad de las mercaderías vendidas.

Artículo 5

La presente Convención no se aplicará a la responsabilidad del vendedor por la muerte o las lesiones corporales causadas a una persona por las mercaderías.

Artículo 6

Las partes podrán excluir la aplicación de la presente Convención o, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12, establecer excepciones a cualquiera de sus disposiciones o modificar sus efectos.

**CAPITULO II. DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 7

- 1) En la interpretación de la presente Convención se tendrán en cuenta su carácter internacional y la necesidad de promover la uniformidad en su aplicación y de asegurar la observancia de la buena fe en el comercio internacional.
- 2) Las cuestiones relativas a las materias que se rigen por la presente Convención que no estén expresamente resueltas en ella se dirimirán de conformidad con los principios generales en los que se basa la presente Convención o, a falta de tales principios, de conformidad con la ley aplicable en virtud de las normas de derecho internacional privado.

Artículo 8

1) A los efectos de la presente Convención, las declaraciones y otros actos de una parte deberán interpretarse conforme a su intención cuando la otra parte haya conocido o no haya podido ignorar cuál era esa intención.  
2) Si el párrafo precedente no fuere aplicable, las declaraciones y otros actos de una parte deberán interpretarse conforme al sentido que les habría dado en igual situación una persona razonable de la misma condición que la otra parte.

3) Para determinar la intención de una parte o el sentido que habría dado una persona razonable deberán tenerse debidamente en cuenta todas las circunstancias pertinentes del caso, en particular las negociaciones, cualesquiera prácticas que las partes hubieran establecido entre ellas, los usos y el comportamiento ulterior de las partes.

Artículo 9

1) Las partes quedarán obligadas por cualquier uso en que hayan convenido y por cualquier práctica que hayan establecido entre ellas.

2) Salvo pacto en contrario, se considerará que las partes han hecho tácitamente aplicable al contrato o a su formación un uso del que tenían o debían haber tenido conocimiento y que, en el comercio internacional, sea ampliamente conocido y regularmente observado por las partes en contratos del mismo tipo en el tráfico mercantil de que se trate.

Artículo 10

A los efectos de la presente Convención:

a) si una de las partes tiene más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde la relación más estrecha con el contrato y su cumplimiento, habida cuenta de las circunstancias conocidas o previstas por las partes en cualquier momento antes de la celebración del contrato o en el momento de su celebración;

b) si una de las partes no tiene establecimiento, se tendrá en cuenta su residencia habitual.

Artículo 11

El contrato de compraventa no tendrá que celebrarse ni probarse por escrito ni estará sujeto a ningún otro requisito de forma. Podrá probarse por cualquier medio, incluso por testigos.

Artículo 12

No se aplicará ninguna disposición del artículo 11, del artículo 29 ni de la Parte II de la presente Convención que permita que la celebración, la modificación o la extinción por mutuo acuerdo del contrato de compraventa o la oferta, la aceptación o cualquier otra manifestación de intención se hagan por un procedimiento que no sea por escrito, en el caso de que cualquiera de las partes tenga su establecimiento en un Estado Contratante que haya hecho una declaración con arreglo al artículo 96 de la presente Convención. Las partes no podrán establecer excepciones a este artículo ni modificar sus efectos.

Artículo 13

A los efectos de la presente Convención, la expresión "por escrito" comprende el telegrama y el télex.

**PARTE II. FORMACION DEL CONTRATO**

Artículo 14

1) La propuesta de celebrar un contrato dirigida a una o varias personas determinadas constituirá oferta si es suficientemente precisa e indica la intención del oferente de quedar obligado en caso de aceptación. Una propuesta es suficientemente precisa si indica las mercaderías y, expresa o tácitamente, señala la cantidad y el precio o prevé un medio para determinarlos.

2) Toda propuesta no dirigida a una o varias personas determinadas será considerada como una simple invitación a hacer ofertas, a menos que la persona que haga la propuesta indique claramente lo contrario.

Artículo 15

1) La oferta surtirá efecto cuando llegue al destinatario.

2) La oferta, aun cuando sea irrevocable, podrá ser retirada si su retiro llega al destinatario antes o al mismo tiempo que la oferta.

Artículo 16

1) La oferta podrá ser revocada hasta que se perfeccione el contrato si la revocación llega al destinatario antes que éste haya enviado la aceptación.

2) Sin embargo, la oferta no podrá revocarse:

a) si indica, al señalar un plazo fijo para la aceptación o de otro modo, que es irrevocable; o

b) si el destinatario podía razonablemente considerar que la oferta era irrevocable y ha actuado basándose en esa oferta.

Artículo 17

La oferta, aun cuando sea irrevocable, quedará extinguida cuando su rechazo llegue al oferente.

Artículo 18

- 1) Toda declaración u otro acto del destinatario que indique asentimiento a una oferta constituirá aceptación. El silencio o la inacción, por sí solos, no constituirán aceptación.
- 2) La aceptación de la oferta surtirá efecto en el momento en que la indicación de asentimiento llegue al oferente. La aceptación no surtirá efecto si la indicación de asentimiento no llega al oferente dentro del plazo que éste haya fijado o, si no se ha fijado plazo, dentro de un plazo razonable, habida cuenta de las circunstancias de la transacción y, en particular, de la rapidez de los medios de comunicación empleados por el oferente. La aceptación de las ofertas verbales tendrá que ser inmediata a menos que de las circunstancias resulte otra cosa.
- 3) No obstante, si, en virtud de la oferta, de prácticas que las partes hayan establecido entre ellas o de los usos, el destinatario puede indicar su asentimiento ejecutando un acto relativo, por ejemplo, a la expedición de las mercaderías o al pago del precio, sin comunicación al oferente, la aceptación surtirá efecto en el momento en que se ejecute ese acto, siempre que esa ejecución tenga lugar dentro del plazo establecido en el párrafo precedente.

Artículo 19

- 1) La respuesta a una oferta que pretenda ser una aceptación y que contenga adiciones, limitaciones u otras modificaciones se considerará como rechazo de la oferta y constituirá una contraoferta.
- 2) No obstante, la respuesta a una oferta que pretenda ser una aceptación y que contenga elementos adicionales o diferentes que no alteren sustancialmente los de la oferta constituirá aceptación a menos que el oferente, sin demora injustificada, objete verbalmente la discrepancia o envíe una comunicación en tal sentido. De no hacerlo así, los términos del contrato serán los de la oferta con las modificaciones contenidas en la aceptación.
- 3) Se considerará que los elementos adicionales o diferentes relativos, en particular, al precio, al pago, a la calidad y la cantidad de las mercaderías, al lugar y la fecha de la entrega, al grado de responsabilidad de una parte con respecto a la otra o a la solución de las controversias alteran sustancialmente los elementos de la oferta.

Artículo 20

- 1) El plazo de aceptación fijado por el oferente en un telegrama o en una carta comenzará a correr desde el momento en que el telegrama sea entregado para su expedición o desde la fecha de la carta o, si no se hubiere indicado ninguna, desde la fecha que figure en el sobre. El plazo de aceptación fijado por el oferente por teléfono, télex u otros medios de comunicación instantánea comenzará a correr desde el momento en que la oferta llegue al destinatario.
- 2) Las días feriados oficiales o no laborables no se excluirán del cómputo del plazo de aceptación. Sin embargo, si la comunicación de aceptación no pudiere ser entregada en la dirección del oferente el día del vencimiento del plazo, por ser ese día feriado oficial o no laborable en el lugar del establecimiento del oferente, el plazo se prorrogará hasta el primer día laborable siguiente.

Artículo 21

- 1) La aceptación tardía surtirá, sin embargo, efecto como aceptación si el oferente, sin demora, informa verbalmente de ello al destinatario o le envía una comunicación en tal sentido.
- 2) Si la carta u otra comunicación por escrito que contenga una aceptación tardía indica que ha sido enviada en circunstancias tales que si su transmisión hubiera sido normal habría llegado al oferente en el plazo debido, la aceptación tardía surtirá efecto como aceptación a menos que, sin demora, el oferente informe verbalmente al destinatario de que considera su oferta caducada o le envíe una comunicación en tal sentido.

Artículo 22

La aceptación podrá ser retirada si su retiro llega al oferente antes que la aceptación haya surtido efecto o en ese momento.

Artículo 23

El contrato se perfeccionará en el momento de surtir efecto la aceptación de la oferta conforme a lo dispuesto en la presente Convención.

Artículo 24

A los efectos de esta Parte de la presente Convención, la oferta, la declaración de aceptación o cualquier otra manifestación de intención "llega" al destinatario cuando se le comunica verbalmente o se entrega por cualquier otro medio al destinatario personalmente, o en su establecimiento o dirección postal o, si no tiene establecimiento ni dirección postal, en su residencia habitual.

**PARTE III. COMPRAVENTA DE MERCADERIAS  
CAPITULO I. DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 25

El incumplimiento del contrato por una de las partes será esencial cuando cause a la otra parte un perjuicio tal que la prive sustancialmente de lo que tenía derecho a esperar en virtud del contrato, salvo que la parte que haya incumplido no hubiera previsto tal resultado y que una persona razonable de la misma condición no lo hubiera previsto en igual situación.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Artículo 26

La declaración de resolución del contrato surtirá efecto sólo si se comunica a la otra parte.

Artículo 27

Salvo disposición expresa en contrario de esta Parte de la presente Convención, si una de las partes hace cualquier notificación, petición u otra comunicación conforme a dicha Parte y por medios adecuados a las circunstancias, las demoras o los errores que puedan producirse en la transmisión de esa comunicación o el hecho de que no llegue a su destino no privarán a esa parte del derecho a invocar tal comunicación.

Artículo 28

Si, conforme a lo dispuesto en la presente Convención, una parte tiene derecho a exigir de la otra el cumplimiento de una obligación, el tribunal no estará obligado a ordenar el cumplimiento específico a menos que lo hiciere, en virtud de su propio derecho, respecto de contratos de compraventa similares no regidos por la presente Convención.

Artículo 29

- 1) El contrato podrá modificarse o extinguirse por mero acuerdo entre las partes.
- 2) Un contrato por escrito que contenga una estipulación que exija que toda modificación o extinción por mutuo acuerdo se haga por escrito no podrá modificarse ni extinguirse por mutuo acuerdo de otra forma. No obstante, cualquiera de las partes quedará vinculada por sus propios actos y no podrá alegar esa estipulación en la medida en que la otra parte se haya basado en tales actos.

**CAPITULO II. OBLIGACIONES DEL VENDEADOR**

Artículo 30

El vendedor deberá entregar las mercaderías, transmitir su propiedad y entregar cualesquiera documentos relacionados con ellas en las condiciones establecidas en el contrato y en la presente Convención.

Sección I. Entrega de las mercaderías y de los documentos

Artículo 31

Si el vendedor no estuviere obligado a entregar las mercaderías en otro lugar determinado, su obligación de entrega consistirá:

- a) cuando el contrato de compraventa implique el transporte de las mercaderías, en ponerlas en poder del primer porteador para que las traslade al comprador;
- b) cuando, en los casos no comprendidos en el apartado precedente, el contrato verse sobre mercaderías ciertas o sobre mercaderías no identificadas que hayan de extraerse de una masa determinada o que deban ser manufacturadas o producidas y cuando, en el momento de la celebración del contrato, las partes sepan que las mercaderías se encuentran o deben ser manufacturadas o producidas en un lugar determinado, en ponerlas a disposición del comprador en ese lugar;
- c) en los demás casos, en poner las mercaderías a disposición del comprador en el lugar donde el vendedor tenga su establecimiento en el momento de la celebración del contrato.

Artículo 32

- 1) Si el vendedor, conforme al contrato o a la presente Convención, pusiere las mercaderías en poder de un porteador y éstas no estuvieren claramente identificadas a los efectos del contrato mediante señales en ellas, mediante los documentos de expedición o de otro modo, el vendedor deberá enviar al comprador un aviso de expedición en el que se especifiquen las mercaderías.
- 2) El vendedor, si estuviere obligado a disponer el transporte de las mercaderías, deberá concertar los contratos necesarios para que éste se efectúe hasta el lugar señalado por los medios de transporte adecuados a las circunstancias y en las condiciones usuales para tal transporte.
- 3) El vendedor, si no estuviere obligado a contratar un seguro de transporte, deberá proporcionar al comprador, a petición de éste, toda la información disponible que sea necesaria para contratar ese seguro.

Artículo 33

El vendedor deberá entregar las mercaderías:

- a) cuando, con arreglo al contrato, se haya fijado o pueda determinarse una fecha, en esa fecha; o
- b) cuando, con arreglo al contrato, se haya fijado o pueda determinarse un plazo, en cualquier momento dentro de ese plazo, a menos que de las circunstancias resulte que corresponde al comprador elegir la fecha; o
- c) en cualquier otro caso, dentro de un plazo razonable a partir de la celebración del contrato.

Artículo 34

El vendedor, si estuviere obligado a entregar documentos relacionados con las mercaderías, deberá entregarlos en el momento, en el lugar y en la forma fijados por el contrato. En caso de entrega anticipada de documentos, el vendedor podrá, hasta el momento fijado para la entrega, subsanar cualquier falta de conformidad de los documentos, si el ejercicio de ese derecho no ocasiona al comprador inconvenientes ni gastos excesivos. No



obstante, el comprador conservará el derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios conforme a la presente Convención.

## **Sección II. Conformidad de las mercaderías y pretensiones de terceros**

### **Artículo 35**

- 1) El vendedor deberá entregar mercaderías cuya cantidad, calidad y tipo correspondan a los estipulados en el contrato y que estén envasadas o embaladas en la forma fijada por el contrato.
- 2) Salvo que las partes hayan pactado otra cosa, las mercaderías no serán conformes al contrato a menos:
  - a) que sean aptas para los usos a que ordinariamente se destinen mercaderías del mismo tipo;
  - b) que sean aptas para cualquier uso especial que expresa o tácitamente se haya hecho saber al vendedor en el momento de la celebración del contrato, salvo que de las circunstancias resulte que el comprador no confió, o no era razonable que confiara, en la competencia y el juicio del vendedor;
  - c) que posean las cualidades de la muestra o modelo que el vendedor haya presentado al comprador;
  - d) que estén envasadas o embaladas en la forma habitual para tales mercaderías o, si no existe tal forma, de una forma adecuada para conservarlas y protegerlas.
- 3) El vendedor no será responsable, en virtud de los apartados a) a d) del párrafo precedente, de ninguna falta de conformidad de las mercaderías que el comprador conociera o no hubiera podido ignorar en el momento de la celebración del contrato.

### **Artículo 36**

- 1) El vendedor será responsable, conforme al contrato y a la presente Convención, de toda falta de conformidad que exista en el momento de la transmisión del riesgo al comprador, aun cuando esa falta sólo sea manifiesta después de ese momento.
- 2) El vendedor también será responsable de toda falta de conformidad ocurrida después del momento indicado en el párrafo precedente y que sea imputable al incumplimiento de cualquiera de sus obligaciones, incluido el incumplimiento de cualquier garantía de que, durante determinado período, las mercaderías seguirán siendo aptas para su uso ordinario o para un uso especial o conservarán las cualidades y características especificadas.

### **Artículo 37**

En caso de entrega anticipada, el vendedor podrá, hasta la fecha fijada para la entrega de las mercaderías, bien entregar la parte o cantidad que falte de las mercaderías o entregar otras mercaderías en sustitución de las entregadas que no sean conformes, bien subsanar cualquier falta de conformidad de las mercaderías entregadas, siempre que el ejercicio de ese derecho no ocasione al comprador inconvenientes ni gastos excesivos. No obstante, el comprador conservará el derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios conforme a la presente Convención.

### **Artículo 38**

- 1) El comprador deberá examinar o hacer examinar las mercaderías en el plazo más breve posible atendidas las circunstancias.
- 2) Si el contrato implica el transporte de las mercaderías, el examen podrá aplazarse hasta que éstas hayan llegado a su destino.
- 3) Si el comprador cambia en tránsito el destino de las mercaderías o las reexpide sin haber tenido una oportunidad razonable de examinarlas y si en el momento de la celebración del contrato el vendedor tenía o debía haber tenido conocimiento de la posibilidad de tal cambio de destino o reexpedición, el examen podrá aplazarse hasta que las mercaderías hayan llegado a su nuevo destino.

### **Artículo 39**

- 1) El comprador perderá el derecho a invocar la falta de conformidad de las mercaderías si no lo comunica al vendedor, especificando su naturaleza, dentro de un plazo razonable a partir del momento en que la haya o debiera haberla descubierto.
- 2) En todo caso, el comprador perderá el derecho a invocar la falta de conformidad de las mercaderías si no lo comunica al vendedor en un plazo máximo de dos años contados desde la fecha en que las mercaderías se pusieron efectivamente en poder del comprador, a menos que ese plazo sea incompatible con un período de garantía contractual.

### **Artículo 40**

El vendedor no podrá invocar las disposiciones de los artículos 38 y 39 si la falta de conformidad se refiere a hechos que conocía o no podía ignorar y que no haya revelado al comprador.

### **Artículo 41**

El vendedor deberá entregar las mercaderías libres de cualesquiera derechos o pretensiones de un tercero, a menos que el comprador convenga en aceptarlas sujetas a tales derechos o pretensiones. No obstante, si tales derechos o

pretensiones se basan en la propiedad industrial u otros tipos de propiedad intelectual, la obligación del vendedor se registrará por el artículo 42.

**Artículo 42**

1) El vendedor deberá entregar las mercaderías libres de cualesquiera derechos o pretensiones de un tercero basados en la propiedad industrial u otros tipos de propiedad intelectual que conociera o no hubiera podido ignorar en el momento de la celebración del contrato, siempre que los derechos o pretensiones se basen en la propiedad industrial u otros tipos de propiedad intelectual:

a) en virtud de la ley del Estado en que hayan de revenderse o utilizarse las mercaderías, si las partes hubieren previsto en el momento de la celebración del contrato que las mercaderías se revenderían o utilizarían en ese Estado;

o

b) en cualquier otro caso, en virtud de la ley del Estado en que el comprador tenga su establecimiento.

2) La obligación del vendedor conforme al párrafo precedente no se extenderá a los casos en que:

a) en el momento de la celebración del contrato, el comprador conociera o no hubiera podido ignorar la existencia del derecho o de la pretensión; o

b) el derecho o la pretensión resulten de haberse ajustado el vendedor a fórmulas, diseños y dibujos técnicos o a otras especificaciones análogas proporcionados por el comprador.

**Artículo 43**

1) El comprador perderá el derecho a invocar las disposiciones del artículo 41 o del artículo 42 si no comunica al vendedor la existencia del derecho o la pretensión del tercero, especificando su naturaleza, dentro de un plazo razonable a partir del momento en que haya tenido o debiera haber tenido conocimiento de ella.

2) El vendedor no tendrá derecho a invocar las disposiciones del párrafo precedente si conocía el derecho o la pretensión del tercero y su naturaleza.

**Artículo 44**

No obstante lo dispuesto en el párrafo 1) del artículo 39 y en el párrafo 1) del artículo 43, el comprador podrá rebajar el precio conforme al artículo 50 o exigir la indemnización de los daños y perjuicios, excepto el lucro cesante, si puede aducir una excusa razonable por haber omitido la comunicación requerida.

**Sección III. Derechos y acciones en caso de incumplimiento del contrato por el vendedor**

**Artículo 45**

1) Si el vendedor no cumple cualquiera de las obligaciones que le incumben conforme al contrato o a la presente Convención, el comprador podrá:

a) ejercer los derechos establecidos en los artículos 46 a 52;

b) exigir la indemnización de los daños y perjuicios conforme a los artículos 74 a 77.

2) El comprador no perderá el derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios aunque ejercite cualquier otra acción conforme a su derecho.

3) Cuando el comprador ejercite una acción por incumplimiento del contrato, el juez o el árbitro no podrán conceder al vendedor ningún plazo de gracia.

**Artículo 46**

1) El comprador podrá exigir al vendedor el cumplimiento de sus obligaciones, a menos que haya ejercitado un derecho o acción incompatible con esa exigencia.

2) Si las mercaderías no fueren conformes al contrato, el comprador podrá exigir la entrega de otras mercaderías en sustitución de aquellas sólo si la falta de conformidad constituye un incumplimiento esencial del contrato y la petición de sustitución de las mercaderías se formula al hacer la comunicación a que se refiere el artículo 39 o dentro de un plazo razonable a partir de ese momento.

3) Si las mercaderías no fueren conformes al contrato, el comprador podrá exigir al vendedor que las repare para subsanar la falta de conformidad, a menos que esto no sea razonable habida cuenta de todas las circunstancias. La petición de que se reparen las mercaderías deberá formularse al hacer la comunicación a que se refiere el artículo 39 o dentro de un plazo razonable a partir de ese momento.

**Artículo 47**

1) El comprador podrá fijar un plazo suplementario de duración razonable para el cumplimiento por el vendedor de las obligaciones que le incumban.

2) El comprador, a menos que haya recibido la comunicación del vendedor de que no cumplirá lo que le incumbe en el plazo fijado conforme al párrafo precedente, no podrá, durante ese plazo, ejercitar acción alguna por incumplimiento del contrato. Sin embargo, el comprador no perderá por ello el derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios por demora en el cumplimiento.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

Artículo 48

- 1) Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 49, el vendedor podrá, incluso después de la fecha de entrega, subsanar a su propia costa todo incumplimiento de sus obligaciones, si puede hacerlo sin una demora excesiva y sin causar al comprador inconvenientes excesivos o incertidumbre en cuanto al reembolso por el vendedor de los gastos anticipados por el comprador. No obstante, el comprador conservará el derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios conforme a la presente Convención.
- 2) Si el vendedor pide al comprador que le haga saber si acepta el cumplimiento y el comprador no atiende la petición en un plazo razonable, el vendedor podrá cumplir sus obligaciones en el plazo indicado en su petición. El comprador no podrá, antes del vencimiento de ese plazo, ejercer ningún derecho o acción incompatible con el cumplimiento por el vendedor de las obligaciones que le incumban.
- 3) Cuando el vendedor comunique que cumplirá sus obligaciones en un plazo determinado, se presumirá que pide al comprador que le haga saber su decisión conforme al párrafo precedente.
- 4) La petición o comunicación hecha por el vendedor conforme al párrafo 2) o al párrafo 3) de este artículo no surtirá efecto a menos que sea recibida por el comprador.

Artículo 49

- 1) El comprador podrá declarar resuelto el contrato:
  - a) si el incumplimiento por el vendedor de cualquiera de las obligaciones que le incumban conforme al contrato o a la presente Convención constituye un incumplimiento esencial del contrato; o
  - b) en caso de falta de entrega, si el vendedor no entrega las mercaderías dentro del plazo suplementario fijado por el comprador conforme al párrafo 1) del artículo 47 o si declara que no efectuará la entrega dentro del plazo así fijado.
- 2) No obstante, en los casos en que el vendedor haya entregado las mercaderías, el comprador perderá el derecho a declarar resuelto el contrato si no lo hace:
  - a) en caso de entrega tardía, dentro de un plazo razonable después de que haya tenido conocimiento de que se ha efectuado la entrega;
  - b) en caso de incumplimiento distinto de la entrega tardía, dentro de un plazo razonable:
    - i) después de que haya tenido o debiera haber tenido conocimiento del incumplimiento;
    - ii) después del vencimiento del plazo suplementario fijado por el comprador conforme al párrafo 1) del artículo 47, o después de que el vendedor haya declarado que no cumplirá sus obligaciones dentro de ese plazo suplementario; o
    - iii) después del vencimiento del plazo suplementario indicado por el vendedor conforme al párrafo 2) del artículo 48, o después de que el comprador haya declarado que no aceptará el cumplimiento.

Artículo 50

Si las mercaderías no fueren conformes al contrato, háyase pagado o no el precio, el comprador podrá rebajar el precio proporcionalmente a la diferencia existente entre el valor que las mercaderías efectivamente entregadas tenían en el momento de la entrega y el valor que habrían tenido en ese momento mercaderías conformes al contrato. Sin embargo, el comprador no podrá rebajar el precio si el vendedor subsana cualquier incumplimiento de sus obligaciones conforme al artículo 37 o al artículo 48 o si el comprador se niega a aceptar el cumplimiento por el vendedor conforme a esos artículos.

Artículo 51

- 1) Si el vendedor sólo entrega una parte de las mercaderías o si sólo una parte de las mercaderías entregadas es conforme al contrato, se aplicarán los artículos 46 a 50 respecto de la parte que falte o que no sea conforme.
- 2) El comprador podrá declarar resuelto el contrato en su totalidad sólo si la entrega parcial o no conforme al contrato constituye un incumplimiento esencial de éste.

Artículo 52

- 1) Si el vendedor entrega las mercaderías antes de la fecha fijada, el comprador podrá aceptar o rehusar su recepción.
- 2) Si el vendedor entrega una cantidad de mercaderías mayor que la expresada en el contrato, el comprador podrá aceptar o rehusar la recepción de la cantidad excedente. Si el comprador acepta la recepción de la totalidad o de parte de la cantidad excedente, deberá pagarla al precio del contrato.

**CAPITULO III. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR**

Artículo 53

El comprador deberá pagar el precio de las mercaderías y recibirlas en las condiciones establecidas en el contrato y en la presente Convención.



## Sección I. Pago del precio

### Artículo 54

La obligación del comprador de pagar el precio comprende la de adoptar las medidas y cumplir los requisitos fijados por el contrato o por las leyes o los reglamentos pertinentes para que sea posible el pago.

### Artículo 55

Cuando el contrato haya sido válidamente celebrado pero en él ni expresa ni tácitamente se haya señalado el precio o estipulado un medio para determinarlo, se considerará, salvo indicación en contrario, que las partes han hecho referencia implícitamente al precio generalmente cobrado en el momento de la celebración del contrato por tales mercaderías, vendidas en circunstancias semejantes, en el tráfico mercantil de que se trate.

### Artículo 56

Cuando el precio se señale en función del peso de las mercaderías, será el peso neto, en caso de duda, el que determine dicho precio.

### Artículo 57

- 1) El comprador, si no estuviere obligado a pagar el precio en otro lugar determinado, deberá pagarlo al vendedor:
  - a) en el establecimiento del vendedor; o
  - b) si el pago debe hacerse contra entrega de las mercaderías o de documentos, en el lugar en que se efectúe la entrega.
- 2) El vendedor deberá soportar todo aumento de los gastos relativos al pago ocasionado por un cambio de su establecimiento acaecido después de la celebración del contrato.

### Artículo 58

- 1) El comprador, si no estuviere obligado a pagar el precio en otro momento determinado, deberá pagarlo cuando el vendedor ponga a su disposición las mercaderías o los correspondientes documentos representativos conforme al contrato y a la presente Convención. El vendedor podrá hacer del pago una condición para la entrega de las mercaderías o los documentos.
- 2) Si el contrato implica el transporte de las mercaderías, el vendedor podrá expedirlas estableciendo que las mercaderías o los correspondientes documentos representativos no se pondrán en poder del comprador más que contra el pago del precio.
- 3) El comprador no estará obligado a pagar el precio mientras no haya tenido la posibilidad de examinar las mercaderías, a menos que las modalidades de entrega o de pago pactadas por las partes sean incompatibles con esa posibilidad.

### Artículo 59

El comprador deberá pagar el precio en la fecha fijada o que pueda determinarse con arreglo al contrato y a la presente Convención, sin necesidad de requerimiento ni de ninguna otra formalidad por parte del vendedor.

## Sección II. Recepción

### Artículo 60

La obligación del comprador de proceder a la recepción consiste:

- a) en realizar todos los actos que razonablemente quepa esperar de él para que el vendedor pueda efectuar la entrega; y
- b) en hacerse cargo de las mercaderías.

## Sección III. Derechos y acciones en caso de incumplimiento del contrato por el comprador

### Artículo 61

- 1) Si el comprador no cumple cualquiera de las obligaciones que le incumben conforme al contrato o a la presente Convención, el vendedor podrá:
  - a) ejercer los derechos establecidos en los artículos 62 a 65;
  - b) exigir la indemnización de los daños y perjuicios conforme a los artículos 74 a 77.
- 2) El vendedor no perderá el derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios aunque ejercite cualquier otra acción conforme a su derecho.
- 3) Cuando el vendedor ejercite una acción por incumplimiento del contrato, el juez o el árbitro no podrán conceder al comprador ningún plazo de gracia.

### Artículo 62

El vendedor podrá exigir al comprador que pague el precio, que reciba las mercaderías o que cumpla las demás obligaciones que le incumban, a menos que el vendedor haya ejercitado un derecho o acción incompatible con esa exigencia.

**Artículo 63**

- 1) El vendedor podrá fijar un plazo suplementario de duración razonable para el cumplimiento por el comprador de las obligaciones que le incumban.
- 2) El vendedor, a menos que haya recibido comunicación del comprador de que no cumplirá lo que le incumbe en el plazo fijado conforme al párrafo precedente, no podrá, durante ese plazo, ejercitar acción alguna por incumplimiento del contrato. Sin embargo, el vendedor no perderá por ello el derecho que pueda tener a exigir la indemnización de los daños y perjuicios por demora en el cumplimiento.

**Artículo 64**

- 1) El vendedor podrá declarar resuelto el contrato:
- a) si el incumplimiento por el comprador de cualquiera de las obligaciones que le incumban conforme al contrato o a la presente Convención constituye un incumplimiento esencial del contrato; o
- b) si el comprador no cumple su obligación de pagar el precio o no recibe las mercaderías dentro del plazo suplementario fijado por el vendedor conforme al párrafo 1) del artículo 63 o si declara que no lo hará dentro del plazo así fijado.
- 2) No obstante, en los casos en que el comprador haya pagado el precio, el vendedor perderá el derecho a declarar resuelto el contrato si no lo hace:
- a) en caso de cumplimiento tardío por el comprador, antes de que el vendedor tenga conocimiento de que se ha efectuado el cumplimiento; o
- b) en caso de incumplimiento distinto del cumplimiento tardío por el comprador, dentro de un plazo razonable:
- i) después de que el vendedor haya tenido o debiera haber tenido conocimiento del incumplimiento; o
- ii) después del vencimiento del plazo suplementario fijado por el vendedor conforme al párrafo 1) del artículo 63, o después de que el comprador haya declarado que no cumplirá sus obligaciones dentro de ese plazo suplementario.

**Artículo 65**

- 1) Si conforme al contrato correspondiere al comprador especificar la forma, las dimensiones u otras características de las mercaderías y el comprador no hiciere tal especificación en la fecha convenida o en un plazo razonable después de haber recibido un requerimiento del vendedor, éste podrá, sin perjuicio de cualesquiera otros derechos que le correspondan, hacer la especificación él mismo de acuerdo con las necesidades del comprador que le sean conocidas.
- 2) El vendedor, si hiciere la especificación él mismo, deberá informar de sus detalles al comprador y fijar un plazo razonable para que éste pueda hacer una especificación diferente. Si, después de recibir esa comunicación, el comprador no hiciere uso de esta posibilidad dentro del plazo así fijado, la especificación hecha por el vendedor tendrá fuerza vinculante.

**CAPITULO IV. TRANSMISION DEL RIESGO**

**Artículo 66**

La pérdida o el deterioro de las mercaderías sobrevenidos después de la transmisión del riesgo al comprador no liberarán a éste de su obligación de pagar el precio, a menos que se deban a un acto u omisión del vendedor.

**Artículo 67**

- 1) Cuando el contrato de compraventa implique el transporte de las mercaderías y el vendedor no esté obligado a entregarlas en un lugar determinado, el riesgo se transmitirá al comprador en el momento en que las mercaderías se pongan en poder del primer porteador para que las traslade al comprador conforme al contrato de compraventa. Cuando el vendedor esté obligado a poner las mercaderías en poder de un porteador en un lugar determinado, el riesgo no se transmitirá al comprador hasta que las mercaderías se pongan en poder del porteador en ese lugar. El hecho de que el vendedor esté autorizado a retener los documentos representativos de las mercaderías no afectará a la transmisión del riesgo.
- 2) Sin embargo, el riesgo no se transmitirá al comprador hasta que las mercaderías estén claramente identificadas a los efectos del contrato mediante señales en ellas, mediante los documentos de expedición, mediante comunicación enviada al comprador o de otro modo.

**Artículo 68**

El riesgo respecto de las mercaderías vendidas en tránsito se transmitirá al comprador desde el momento de la celebración del contrato. No obstante, si así resultare de las circunstancias, el riesgo será asumido por el comprador desde el momento en que las mercaderías se hayan puesto en poder del porteador que haya expedido los documentos acreditativos del transporte. Sin embargo, si en el momento de la celebración del contrato de compraventa el

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

vendedor tuviera o debiera haber tenido conocimiento de que las mercaderías habían sufrido pérdida o deterioro y no lo hubiera revelado al comprador, el riesgo de la pérdida o deterioro será de cuenta del vendedor.

Artículo 69

- 1) En los casos no comprendidos en los artículos 67 y 68, el riesgo se transmitirá al comprador cuando éste se haga cargo de las mercaderías o, si no lo hace a su debido tiempo, desde el momento en que las mercaderías se pongan a su disposición e incurra en incumplimiento del contrato al rehusar su recepción.
- 2) No obstante, si el comprador estuviere obligado a hacerse cargo de las mercaderías en un lugar distinto de un establecimiento del vendedor, el riesgo se transmitirá cuando deba efectuarse la entrega y el comprador tenga conocimiento de que las mercaderías están a su disposición en ese lugar.
- 3) Si el contrato versa sobre mercaderías aún sin identificar, no se considerará que las mercaderías se han puesto a disposición del comprador hasta que estén claramente identificadas a los efectos del contrato.

Artículo 70

Si el vendedor ha incurrido en incumplimiento esencial del contrato, las disposiciones de los artículos 67, 68 y 69 no afectarán a los derechos y acciones de que disponga el comprador como consecuencia del incumplimiento.

**CAPITULO V. DISPOSICIONES COMUNES A LAS OBLIGACIONES DEL  
VENDEDOR Y DEL COMPRADOR**

**Sección I. Incumplimiento previsible y contratos  
con entregas sucesivas**

Artículo 71

- 1) Cualquiera de las partes podrá diferir el cumplimiento de sus obligaciones si, después de la celebración del contrato, resulta manifiesto que la otra parte no cumplirá una parte sustancial de sus obligaciones a causa de:
  - a) un grave menoscabo de su capacidad para cumplirlos o de su solvencia, o
  - b) su comportamiento al disponerse a cumplir o al cumplir el contrato.
- 2) El vendedor, si ya hubiere expedido las mercaderías antes de que resulten evidentes los motivos a que se refiere el párrafo precedente, podrá oponerse a que las mercaderías se pongan en poder del comprador, aun cuando éste sea tenedor de un documento que le permita obtenerlas. Este párrafo concierne sólo a los derechos respectivos del comprador y del vendedor sobre las mercaderías.
- 3) La parte que difiera el cumplimiento de lo que le incumbe, antes o después de la expedición de las mercaderías, deberá comunicarlo inmediatamente a la otra parte y deberá proceder al cumplimiento si esa otra parte da seguridades suficientes de que cumplirá sus obligaciones.

Artículo 72

- 1) Si antes de la fecha de cumplimiento fuere patente que una de las partes incurrirá en incumplimiento esencial del contrato, la otra parte podrá declararlo resuelto.
- 2) Si hubiere tiempo para ello, la parte que tuviere la intención de declarar resuelto el contrato deberá comunicarlo con antelación razonable a la otra parte para que ésta pueda dar seguridades suficientes de que cumplirá sus obligaciones.
- 3) Los requisitos del párrafo precedente no se aplicarán si la otra parte hubiere declarado que no cumplirá sus obligaciones.

Artículo 73

- 1) En los contratos que estipulen entregas sucesivas de mercaderías, si el incumplimiento por una de las partes de cualquiera de sus obligaciones relativas a cualquiera de las entregas constituye un incumplimiento esencial del contrato en relación con esa entrega, la otra parte podrá declarar resuelto el contrato en lo que respecta a esa entrega.
- 2) Si el incumplimiento por una de las partes de cualquiera de sus obligaciones relativas a cualquiera de las entregas da a la otra parte fundados motivos para inferir que se producirá un incumplimiento esencial del contrato en relación con futuras entregas, esa otra parte podrá declarar resuelto el contrato para el futuro, siempre que lo haga dentro de un plazo razonable.
- 3) El comprador que declare resuelto el contrato respecto de cualquier entrega podrá, al mismo tiempo, declararlo resuelto respecto de entregas ya efectuadas o de futuras entregas si, por razón de su interdependencia, tales entregas no pudieren destinarse al uso previsto por las partes en el momento de la celebración del contrato.

**Sección II. Indemnización de daños y perjuicios**

Artículo 74

La indemnización de daños y perjuicios por el incumplimiento del contrato en que haya incurrido una de las partes comprenderá el valor de la pérdida sufrida y el de la ganancia dejada de obtener por la otra parte como consecuencia del incumplimiento. Esa indemnización no podrá exceder de la pérdida que la parte que haya incurrido en incumplimiento hubiera previsto o debiera haber previsto en el momento de la celebración del contrato, tomando en

consideración los hechos de que tuvo o debió haber tenido conocimiento en ese momento, como consecuencia posible del incumplimiento del contrato.

#### Artículo 75

Si se resuelve el contrato y si, de manera razonable y dentro de un plazo razonable después de la resolución, el comprador procede a una compra de reemplazo o el vendedor a una venta de reemplazo, la parte que exija la indemnización podrá obtener la diferencia entre el precio del contrato y el precio estipulado en la operación de reemplazo, así como cualesquiera otros daños y perjuicios exigibles conforme al artículo 74.

#### Artículo 76

1) Si se resuelve el contrato y existe un precio corriente de las mercaderías, la parte que exija la indemnización podrá obtener, si no ha procedido a una compra de reemplazo o a una venta de reemplazo conforme al artículo 75, la diferencia entre el precio señalado en el contrato y el precio corriente en el momento de la resolución, así como cualesquiera otros daños y perjuicios exigibles conforme al artículo 74. No obstante, si la parte que exija la indemnización ha resuelto el contrato después de haberse hecho cargo de las mercaderías, se aplicará el precio corriente en el momento en que se haya hecho cargo de ellas en vez del precio corriente en el momento de la resolución.

2) A los efectos del párrafo precedente, el precio corriente es el del lugar en que debiera haberse efectuado la entrega de las mercaderías o, si no hubiere precio corriente en ese lugar, el precio en otra plaza que pueda razonablemente sustituir ese lugar, habida cuenta de las diferencias de costo del transporte de las mercaderías.

#### Artículo 77

La parte que invoque el incumplimiento del contrato deberá adoptar las medidas que sean razonables, atendidas las circunstancias, para reducir la pérdida, incluido el lucro cesante, resultante del incumplimiento. Si no adopta tales medidas, la otra parte podrá pedir que se reduzca la indemnización de los daños y perjuicios en la cuantía en que debía haberse reducido la pérdida.

### **Sección III. Intereses**

#### Artículo 78

Si una parte no paga el precio o cualquier otra suma adeudada, la otra parte tendrá derecho a percibir los intereses correspondientes, sin perjuicio de toda acción de indemnización de los daños y perjuicios exigibles conforme al artículo 74.

### **Sección IV. Exoneración**

#### Artículo 79

1) Una parte no será responsable de la falta de cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones si prueba que esa falta de cumplimiento se debe a un impedimento ajeno a su voluntad y si no cabía razonablemente esperar que tuviese en cuenta el impedimento en el momento de la celebración del contrato, que lo evitase o superase o que evitase o superase sus consecuencias.

2) Si la falta de cumplimiento de una de las partes se debe a la falta de cumplimiento de un tercero al que haya encargado la ejecución total o parcial del contrato, esa parte sólo quedará exonerada de responsabilidad:

- a) si está exonerada conforme al párrafo precedente, y
- b) si el tercero encargado de la ejecución también estaría exonerado en el caso de que se le aplicaran las disposiciones de ese párrafo.

3) La exoneración prevista en este artículo surtirá efecto mientras dure el impedimento.

4) La parte que no haya cumplido sus obligaciones deberá comunicar a la otra parte el impedimento y sus efectos sobre su capacidad para cumplirlos. Si la otra parte no recibiera la comunicación dentro de un plazo razonable después de que la parte que no haya cumplido tuviera o debiera haber tenido conocimiento del impedimento, esta última parte será responsable de los daños y perjuicios causados por esa falta de recepción.

5) Nada de lo dispuesto en este artículo impedirá a una u otra de las partes ejercer cualquier derecho distinto del derecho a exigir la indemnización de los daños y perjuicios conforme a la presente Convención.

#### Artículo 80

Una parte no podrá invocar el incumplimiento de la otra en la medida en que tal incumplimiento haya sido causado por acción u omisión de aquélla.

### **Sección V. Efectos de la resolución**

#### Artículo 81

1) La resolución del contrato liberará a las dos partes de sus obligaciones, salvo a la indemnización de daños y perjuicios que pueda ser debida. La resolución no afectará a las estipulaciones del contrato relativas a la solución de controversias ni a ninguna otra estipulación del contrato que regule los derechos y obligaciones de las partes en caso de resolución.

2) La parte que haya cumplido total o parcialmente el contrato podrá reclamar a la otra parte la restitución de lo que haya suministrado o pagado conforme al contrato. Si las dos partes están obligadas a restituir, la restitución deberá realizarse simultáneamente.

**Artículo 82**

1) El comprador perderá el derecho a declarar resuelto el contrato o a exigir al vendedor la entrega de otras mercaderías en sustitución de las recibidas cuando le sea imposible restituir éstas en un estado sustancialmente idéntico a aquél en que las hubiera recibido.

2) El párrafo precedente no se aplicará:

- a) si la imposibilidad de restituir las mercaderías o de restituir las en un estado sustancialmente idéntico a aquél en que el comprador las hubiera recibido no fuere imputable a un acto u omisión de éste;
- b) si las mercaderías o una parte de ellas hubieren perecido o se hubieren deteriorado como consecuencia del examen prescrito en el artículo 38; o
- c) si el comprador, antes de que descubriera o debiera haber descubierto la falta de conformidad, hubiere vendido las mercaderías o una parte de ellas en el curso normal de sus negocios o las hubiere consumido o transformado conforme a un uso normal.

**Artículo 83**

El comprador que haya perdido el derecho a declarar resuelto el contrato o a exigir al vendedor la entrega de otras mercaderías en sustitución de las recibidas, conforme al artículo 82, conservará todos los demás derechos y acciones que le correspondan conforme al contrato y a la presente Convención.

**Artículo 84**

1) El vendedor, si estuviere obligado a restituir el precio, deberá abonar también los intereses correspondientes a partir de la fecha en que se haya efectuado el pago.

2) El comprador deberá abonar al vendedor el importe de todos los beneficios que haya obtenido de las mercaderías o de una parte de ellas:

- a) cuando deba restituir las mercaderías o una parte de ellas; o
- b) cuando le sea imposible restituir la totalidad o una parte de las mercaderías o restituir la totalidad o una parte de las mercaderías en un estado sustancialmente idéntico a aquél en que las hubiera recibido, pero haya declarado resuelto el contrato o haya exigido al vendedor la entrega de otras mercaderías en sustitución de las recibidas.

**Sección VI. Conservación de las mercaderías**

**Artículo 85**

Si el comprador se demora en la recepción de las mercaderías o, cuando el pago del precio y la entrega de las mercaderías deban hacerse simultáneamente, no paga el precio, el vendedor, si está en posesión de las mercaderías o tiene de otro modo poder de disposición sobre ellas, deberá adoptar las medidas que sean razonables, atendidas las circunstancias, para su conservación. El vendedor tendrá derecho a retener las mercaderías hasta que haya obtenido del comprador el reembolso de los gastos razonables que haya realizado.

**Artículo 86**

1) El comprador, si ha recibido las mercaderías y tiene la intención de ejercer cualquier derecho a rechazarlas que le corresponda conforme al contrato o a la presente Convención, deberá adoptar las medidas que sean razonables, atendidas las circunstancias, para su conservación. El comprador tendrá derecho a retener las mercaderías hasta que haya obtenido del vendedor el reembolso de los gastos razonables que haya realizado.

2) Si las mercaderías expedidas al comprador han sido puestas a disposición de éste en el lugar de destino y el comprador ejerce el derecho a rechazarlas, deberá tomar posesión de ellas por cuenta del vendedor, siempre que ello pueda hacerse sin pago del precio y sin inconvenientes ni gastos excesivos. Esta disposición no se aplicará cuando el vendedor o una persona facultada para hacerse cargo de las mercaderías por cuenta de aquél esté presente en el lugar de destino. Si el comprador toma posesión de las mercaderías conforme a este párrafo, sus derechos y obligaciones se regirán por el párrafo precedente.

**Artículo 87**

La parte que esté obligada a adoptar medidas para la conservación de las mercaderías podrá depositarlas en los almacenes de un tercero a expensas de la otra parte, siempre que los gastos resultantes no sean excesivos.

**Artículo 88**

1) La parte que esté obligada a conservar las mercaderías conforme a los artículos 85 u 86 podrá venderlas por cualquier medio apropiado si la otra parte se ha demorado excesivamente en tomar posesión de ellas, en aceptar su devolución o en pagar el precio o los gastos de su conservación, siempre que comunique con antelación razonable a esa otra parte su intención de vender.



2) Si las mercaderías están expuestas a deterioro rápido, o si su conservación entraña gastos excesivos, la parte que esté obligada a conservarlas conforme a los artículos 85 u 86 deberá adoptar medidas razonables para venderlas. En la medida de lo posible deberá comunicar a la otra parte su intención de vender.

3) La parte que venda las mercaderías tendrá derecho a retener del producto de la venta una suma igual a los gastos razonables de su conservación y venta. Esa parte deberá abonar el saldo a la otra parte.

#### **PARTE IV. DISPOSICIONES FINALES**

##### Artículo 89

El Secretario General de las Naciones Unidas queda designado depositario de la presente Convención.

##### Artículo 90

La presente Convención no prevalecerá sobre ningún acuerdo internacional ya celebrado o que se celebre que contenga disposiciones relativas a las materias que se rigen por la presente Convención, siempre que las partes tengan sus establecimientos en Estados partes en ese acuerdo.

##### Artículo 91

1) La presente Convención estará abierta a la firma en la sesión de clausura de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías y permanecerá abierta a la firma de todos los Estados en la Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, hasta el 30 de septiembre de 1981.

2) La presente Convención estará sujeta a ratificación, aceptación o aprobación por los Estados signatarios.

3) La presente Convención estará abierta a la adhesión de todos los Estados que no sean Estados signatarios desde la fecha en que quede abierta a la firma.

4) Los instrumentos de ratificación, aceptación, aprobación y adhesión se depositarán en poder del Secretario General de las Naciones Unidas.

##### Artículo 92

1) Todo Estado Contratante podrá declarar en el momento de la firma, la ratificación, la aceptación, la aprobación o la adhesión que no quedará obligado por la Parte II de la presente Convención o que no quedará obligado por la Parte III de la presente Convención.

2) Todo Estado Contratante que haga una declaración conforme al párrafo precedente respecto de la Parte II o de la Parte III de la presente Convención no será considerado Estado Contratante a los efectos del párrafo 1) del artículo 1) de la presente Convención respecto de las materias que se rijan por la Parte a la que se aplique la declaración.

##### Artículo 93

1) Todo Estado Contratante integrado por dos o más unidades territoriales en las que, con arreglo a su constitución, sean aplicables distintos sistemas jurídicos en relación con las materias objeto de la presente Convención podrá declarar en el momento de la firma, la ratificación, la aceptación, la aprobación o la adhesión que la presente Convención se aplicará a todas sus unidades territoriales o sólo a una o varias de ellas y podrá modificar en cualquier momento su declaración mediante otra declaración.

2) Esas declaraciones serán notificadas al depositario y en ellas se hará constar expresamente a qué unidades territoriales se aplica la Convención.

3) Si, en virtud de una declaración hecha conforme a este artículo, la presente Convención se aplica a una o varias de las unidades territoriales de un Estado Contratante, pero no a todas ellas, y si el establecimiento de una de las partes está situado en ese Estado, se considerará que, a los efectos de la presente Convención, ese establecimiento no está en un Estado Contratante, a menos que se encuentre en una unidad territorial a la que se aplique la Convención.

4) Si el Estado Contratante no hace ninguna declaración conforme al párrafo 1) de este artículo, la Convención se aplicará a todas las unidades territoriales de ese Estado.

##### Artículo 94

1) Dos o más Estados Contratantes que, en las materias que se rigen por la presente Convención, tengan normas jurídicas idénticas o similares podrán declarar, en cualquier momento, que la Convención no se aplicará a los contratos de compraventa ni a su formación cuando las partes tengan sus establecimientos en esos Estados. Tales declaraciones podrán hacerse conjuntamente o mediante declaraciones unilaterales recíprocas.

2) Todo Estado Contratante que, en las materias que se rigen por la presente Convención, tenga normas jurídicas idénticas o similares a las que uno o varios Estados no contratantes podrá declarar, en cualquier momento, que la Convención no se aplicará a los contratos de compraventa ni a su formación cuando las partes tengan sus establecimientos en esos Estados.

3) Si un Estado respecto del cual se haya hecho una declaración conforme al párrafo precedente llega a ser ulteriormente Estado Contratante, la declaración surtirá los efectos de una declaración hecha con arreglo al párrafo 1) desde la fecha en que la Convención entre en vigor respecto del nuevo Estado Contratante, siempre que el nuevo Estado Contratante suscriba esa declaración o haga una declaración unilateral de carácter recíproco.

##### Artículo 95

Todo Estado podrá declarar en el momento del depósito de su instrumento de ratificación, aceptación, aprobación o adhesión que no quedará obligado por el apartado b) del párrafo 1) del artículo 1 de la presente Convención.

Artículo 96

El Estado Contratante cuya legislación exija que los contratos de compraventa se celebren o se prueben por escrito podrá hacer en cualquier momento una declaración conforme al artículo 12 en el sentido de que cualquier disposición del artículo 11, del artículo 29 o de la Parte II de la presente Convención que permita que la celebración, la modificación o la extinción por mutuo acuerdo del contrato de compraventa, o la oferta, la aceptación o cualquier otra manifestación de intención, se hagan por un procedimiento que no sea por escrito no se aplicará en el caso de que cualquiera de las partes tenga su establecimiento en ese Estado.

Artículo 97

- 1) Las declaraciones hechas conforme a la presente Convención en el momento de la firma estarán sujetas a confirmación cuando se proceda a la ratificación, la aceptación o la aprobación,
- 2) Las declaraciones y las confirmaciones de declaraciones se harán constar por escrito y se notificarán formalmente al depositario.
- 3) Toda declaración surtirá efecto en el momento de la entrada en vigor de la presente Convención respecto del Estado de que se trate. No obstante, toda declaración de la que el depositario reciba notificación formal después de tal entrada en vigor surtirá efecto el primer día del mes siguiente a la expiración de un plazo de seis meses contados desde la fecha en que haya sido recibida por el depositario. Las declaraciones unilaterales recíprocas hechas conforme al artículo 94 surtirán efecto el primer día del mes siguiente a la expiración de un plazo de seis meses contados desde la fecha en que el depositario haya recibido la última declaración.
- 4) Todo Estado que haga una declaración conforme a la presente Convención podrá retirarla en cualquier momento mediante la notificación forma hecha por escrito al depositario. Este retiro surtirá efecto el primer día del mes siguiente a la expiración de un plazo de seis meses contados desde la fecha en que el depositario haya recibido la notificación.
- 5) El retiro de una declaración hecha conforme al artículo 94 hará ineficaz, a partir de la fecha en que surta efecto el retiro, cualquier declaración de carácter recíproco hecha por otro Estado conforme a ese artículo.

Artículo 98

No se podrán hacer más reservas que las expresamente autorizadas por la presente Convención.

Artículo 99

- 1) La presente Convención entrará en vigor, sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 6) de este artículo, el primer día del mes siguiente a la expiración de un plazo de doce meses contados desde la fecha en que haya sido depositado el décimo instrumento de ratificación, aceptación, aprobación o adhesión, incluido todo instrumento que contenga una declaración hecha conforme al artículo 92.
- 2) Cuando un Estado ratifique, acepte o apruebe la presente Convención, o se adhiera a ella, después de haber sido depositado el décimo instrumento de ratificación, aceptación, aprobación o adhesión, la Convención, salvo la parte excluida, entrará en vigor respecto de ese Estado, sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 6) de este artículo, el primer día del mes siguiente a la expiración de un plazo de doce meses contados desde la fecha en que haya depositado su instrumento de ratificación, aceptación, aprobación o adhesión.
- 3) Todo Estado que ratifique, acepte o apruebe la presente Convención, o se adhiera a ella, y que sea parte en la Convención relativa a una Ley uniforme sobre la formación de contratos para la venta internacional de mercaderías hecha en La Haya el 1º de julio de 1964 (Convención de La Haya sobre la formación, de 1964) o en la Convención relativa a una Ley uniforme sobre la venta internacional de mercaderías hecha en La Haya el 1º de julio de 1964 (Convención de La Haya sobre la venta, de 1964), o en ambas Convenciones, deberá denunciar al mismo tiempo, según el caso, la Convención de La Haya sobre la venta, de 1964, la Convención de La Haya sobre la formación, de 1964, o ambas Convenciones, mediante notificación al efecto al Gobierno de los Países Bajos.
- 4) Todo Estado parte en la Convención de La Haya sobre la venta, de 1964, que ratifique, acepte o apruebe la presente Convención, o se adhiera a ella, y que declare o haya declarado conforme al artículo 92 que no quedará obligado por la Parte II de la presente Convención denunciará en el momento de la ratificación, la aceptación, la aprobación o la adhesión la Convención de La Haya sobre la venta, de 1964, mediante notificación al efecto al Gobierno de los Países Bajos.
- 5) Todo Estado parte en la Convención de La Haya sobre la formación, de 1964, que ratifique, acepte o apruebe la presente Convención, o se adhiera a ella, y que declare o haya declarado conforme al artículo 92 que no quedará obligado por la Parte III de la presente Convención denunciará en el momento de la ratificación, la aceptación, la aprobación o la adhesión la Convención de La Haya sobre la formación, de 1964, mediante notificación al efecto al Gobierno de los Países Bajos.

6) A los efectos de este artículo, las ratificaciones, aceptaciones, aprobaciones y adhesiones formuladas respecto de la presente Convención por Estados partes en la Convención de La Haya sobre la formación, de 1964, o en la Convención de La Haya sobre la venta, de 1964, no surtirán efecto hasta que las denuncias que esos Estados deban hacer, en su caso, respecto de estas dos últimas Convenciones hayan surtido a su vez efecto. El depositario de la presente Convención consultará con el Gobierno de los Países Bajos, como depositario de las Convenciones de 1964, a fin de lograr la necesaria coordinación a este respecto.

Artículo 100

1) La presente Convención se aplicará a la formación del contrato sólo cuando la propuesta de celebración del contrato se haga en la fecha de entrada en vigor de la Convención respecto de los Estados Contratantes a que se refiere el apartado a) del párrafo 1) del artículo 1 o respecto del Estado Contratante a que se refiere el apartado b) del párrafo 1) del artículo 1, o después de esa fecha.

2) La presente Convención se aplicará a los contratos celebrados en la fecha de entrada en vigor de la presente Convención respecto de los Estados Contratantes a que se refiere el apartado a) el párrafo 1) del artículo 1 o respecto del Estado Contratante a que se refiere el apartado b) del párrafo 1) del artículo 1, o después de esa fecha.

Artículo 101

1) Todo Estado Contratante podrá denunciar la presente Convención, o su Parte II o su Parte III, mediante notificación formal hecha por escrito al depositario.

2) La denuncia surtirá efecto el primer día del mes siguiente a la expiración de un plazo de doce meses contados desde la fecha en que la notificación haya sido recibida por el depositario. Cuando en la notificación se establezca un plazo más largo para que la denuncia surta efecto, la denuncia surtirá efecto a la expiración de ese plazo, contado desde la fecha en que la notificación haya sido recibida por el depositario.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.

### ⇒ Libros.

GUADALAJARA, Javier.- "Como Vender en Internet y ganar dinero"; Grupo E-Extra. España, 2001.

JAVIER Rivas, Alejandro.- "Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en Internet".- Aranzadi Editorial.-Pamplona, 1999.

MANTILLA Molina, Roberto.- "Derecho Mercantil" 29ª edición. Cuarta reimpresión.- Editorial Porrúa.- México, 1998.

MARTÍNEZ Nada Apolaina.- "La ley de Firma Electrónica"; Serie Monografías. Madrid España, Civitas 2000.

PÉREZ Fernández del Castillo, Bernardo.- "Contratos Civiles" Sexta Edición.- Editorial Porrúa.- México 1999.

PEREZNIETO, Castro Leonel.- "Derecho Internacional Privado. Parte General" Séptima Edición.- Editorial Oxford.-México, 2000.

PEREZNIETO Castro, Leonel y Silva Silva Jorge Alberto.- Derecho Internacional Privado. Parte Especial.- Editorial Oxford.- México, 2000.

RODRÍGUEZ Rodríguez, Joaquín.- "Derecho Mercantil" Vigésimoquinta Edición.- Editorial Porrúa.- México, 2001.

SILVA Silva, Jorge Alberto.- "Arbitraje Comercial Internacional en México" Segunda edición.- Editorial Oxford.- México 2001.

### ⇒ Hemerografía.

Asociación Mexicana para el Comercio Electrónico Boletín Productividad Digital  
No. 7 Noviembre de 2001

Asociación Mexicana para el Comercio Electrónico Boletín Estándares  
No. 37 Enero 2001

Asociación Mexicana para el Comercio Electrónico Boletín Productividad Digital  
No. 4 Agosto de 2001

Revista El Mercado de Valores, No. 6 año LXI, Junio 2001. México, D.F.-  
"Integración de Cadenas Productivas Electronicas".- CASTELLANOS Carmona,  
Alan.

**Revista Derecho de la alta tecnología, Año X No. 115, Marzo 1998. Buenos, Aires Argentina.- "Ley Modelo de la UNCITRAL sobre comercio electrónico".- EDITORIAL.**

**Revista Derecho de la Alta Tecnología, Año XI, No. 124-125 Diciembre – Enero 1998-1999. Buenos Aires, Argentina "El Comercio Electrónico en el Derecho Latinoamericano.**

**Revista El Mercado de Valores, No. 6 año LXI, Junio 2001. México, D.F.- "Comercio Electrónico en México".- GUTIÉRREZ Guerrero, Israel.**

**Revista Derecho de la Alta Tecnología, Año XI, No. 124-125 Diciembre – Enero 1998-1999. Buenos Aires, Argentina.- "Comercio Electrónico y Derecho. La problemática jurídica del Comercio Electrónico".- JIJENA Leiva, Renato Javier.**

**Revista del Consumidor No. 287 Enero 2001. México.- "Protección al Consumidor. Lineamientos del Comercio Electrónico".- PROFECO.**

**Revista Comercio Exterior, Vol. 49 No. 10, Octubre 1999. México.- "El comercio electrónico como mecanismo de apoyo a las exportaciones mexicanas".- LAJUD Desentis, César.**

**Prontuario de Actualización Fiscal, Número 288. Primera quincena de Octubre del 2001.- "Tarjeta de Crédito Bancaria, Herramienta de apoyo para la comercialización".- L.C.A. MONTAÑO Sánchez, Francisco Arturo.**

**Revista Emprendedores, No. 69 Mayo- junio 2001. México D.F.- "La herramienta del Comercio Electrónico en el ámbito internacional".- MEJÍA Estaño, Raúl.**

**Revista Emprendedores, No. 73 Enero – Febrero 2002. México, D.F.- "¿Qué es e-México?".- MARGAIN y Compeán, Julio César.**

**Revista Emprendedores, No. 77 Septiembre - Octubre 2002. México, D.F.- "¿Cómo vender en el extranjero?".- OLIVARES Chapa, Alejandro.**

**Revista Pemex Lex. No. 139-140 , Enero –Febrero 2000. México...- "El comercio electrónico y su trascendencia Jurídica".- PACHECO Martínez, Filiberto.**

**Revista Emprendedores, No. 73 Enero – Febrero 2002. México, D.F.- "¿Qué te ofrece la Asociación Mexicana de Estándares en el Comercio Electrónico?".- PERALTA, Miguel Angel**

**Revista Comercio Exterior, Vol. 49 No. 10, Octubre 1999. México.- "El Comercio Electrónico ¿Una revolución en marcha?".- RAMÍREZ, Miguel Angel**

Ernesto Revista Investigaciones Jurídicas, Vol. IV No. 62, Enero- Julio 1997. México.- "Comercio Electrónico, Documento y seguridad jurídica".- GARCÍA, Refugio.

Revista Gaceta de Comparación Económica, Año 2, No. 4 Mayo- Agosto 1999. México D.F.- "Efectos del Comercio Electrónico sobre el mercado y la regulación".- ROMERO, Carlos.

Revista Derecho de la Alta Tecnología, Año XI No. 134 Octubre 1999. Buenos Aires, Argentina.- "Intercambio de Consentimiento en el Comercio Electrónico".- THOUMYRE, Lionel.

Revista Ars Iuris, No. 24, 2000 México D.F.- "El Nuevo Marco Legal para el Comercio Electrónico".- TORRES Landa, Juan Francisco.

Gaceta UNAM no. 3556, suplemento mensual entérate no. 9, 27 de junio de 2002. Ciudad Universitaria.- "Legislación del Comercio Electrónico: ¿será solo una moda?".- TSURU, Kiyoshi.

#### ⇒ **Enciclopedias.**

"Enciclopedia Curso de Comercio Electrónico para Internet".- Grupo E-EXTRA.- Madrid España. 2001.

"Diccionario Enciclopédico Salvat Universal".- Salvat Editores.-México 1981.

#### ⇒ **Legislación**

Código Civil Federal Vigente.  
Agenda Civil Federal 2003.  
Ediciones Fiscales ISEF, S.A.  
México 2003.

Código de Comercio Vigente.  
Colección Mercantil 2003.  
Ediciones Delma.  
México 2003.

**Ley Federal de Protección al Consumidor.**  
Colección Mercantil 2003.  
Ediciones Delma.  
México 2003.

**Código Civil para el Distrito Federal Vigente.**  
Agenda Civil del Distrito Federal 2003.  
Ediciones Fiscales ISEF, S.A.  
México 2003.

**Proyecto de Norma Oficial Mexicana (NOM) PROY-NOM-SCFI-2001, Prácticas Comerciales.- Requisitos que deben observarse para la conservación de mensajes de datos. (D.O.F. Viernes 16 de noviembre de 2001).**

**Convención de Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.**  
1° de Enero de 1988.  
<http://www.uncitral.org/spanish/text/sales/CISG-s.htm>

**Ley Modelo de CNUDMI sobre Comercio Electrónico.**  
16 de Diciembre de 1996.  
<http://www.uncitral.org/spanish/text/electcom/ml-ecomm-s.htm>

**Ley Modelo de CNUDMI sobre Firmas Electrónicas.**  
5 de Julio de 2001.  
<http://www.uncitral.org/spanish/text/electcom/ML-ELECSIGNnew.pdf>

**Lineamientos para la protección al consumidor en el contexto del Comercio Electrónico.**  
Abril 1998  
<http://www.profeco.gob.mx/html/ecomercio/ecomercio-anexo.htm>

⇒ **Documentos.**

**Apuntes de Clase de Derecho Internacional Privado I.**  
Dra. María Elena Mansilla y Mejía  
Facultad de Derecho

**Apuntes de Clase de Contratos Mercantiles.**  
Lic. Gerardo Barajas Rodríguez  
Facultad de Derecho.

**Memorias del VIII Congreso Iberoamericano de Derecho e Informática Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México**  
25- 29 de noviembre de 2000.

**⇒ Sitios en Internet.**

<http://www.amazon.com>

<http://www.amece.com.mx>

<http://ecomerce.wipo.int>

<http://www.iccmex.org.mx>

<http://www.iccwbo.org>

<http://www.ocde.org>

<http://www.ompi.org>

<http://www.profeco.gob.mx>

<http://www.uncitral.org>

<http://www.ebay.com>