



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE  
MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLAN**

**“ANÁLISIS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA  
ELECTRÓNICO”.**

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

**PRESENTA:  
VICTORIA MIGUELINA MIRANDA VÁZQUEZ**

**ASESOR: LIC. MARIA GUADALUPE MELESIO GONZÁLEZ**



**FEBRERO 2006.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

# TEMARIO

## Capítulo 1 Antecedentes del Comercio Electrónico

- 1.1 Concepto de informática
  1. Evolución de la informática
  2. Aparición de las computadoras
  3. Redes
  4. La Internet
1. Comercio
2. Antecedentes de comercio electrónico
  1. Comercio electrónico
  2. Beneficios del Comercio electrónico

## Capítulo 2 Contrato de Compraventa

- 1 Contratos
  - 1 Antecedentes
  - 2 Autonomía de la voluntad
  - 3 Concepto de Contrato
- 2 Elementos de los contratos
  - 1 Elementos de existencia
    - 1 El Consentimiento
      - 1 La oferta
      - 2 La aceptación
      - 3 Momento en el que se integra el consentimiento entre ausentes
  - 2 Objeto
    - 1 El Objeto-cosa del contrato
    - 2 El Objeto-hecho del contrato
  - 3 Elementos de validez
    - 1 Capacidad
      - 4 Representación
    - 2 La Forma
    - 3 Objeto Lícito
- 3 Vicios de la voluntad
  - 1 El Error
  - 2 El Error-Obstáculo
  - 3 El Error-Nulidad
  - 4 El Error Indiferente
  - 5 Dolo o Mala Fe
  - 6 La Violencia
  - 7 La Lesión
- 4 Contrato de compraventa
  - 1 La Compraventa en Roma
  - 2 Perfección del Contrato de Compraventa

- 3 Clasificación de la Compraventa
- 4 Elementos personales del contrato de Compraventa
- 5 El Precio
- 6 Modalidades de la compraventa
  - 4 La venta con reserva de dominio
  - 5 Venta Judicial
  - 6 Contrato de Compraventa Civil y Mercantil
- 7 Obligaciones de las partes
  - 1 Obligaciones del vendedor
  - 2 Obligaciones del comprador

### **Capítulo 3 Contrato de compraventa electrónico**

- 1 El Contrato de Compraventa Electrónico
- 2 Momento de perfeccionamiento del Contrato de Compraventa Electrónico
  - 1 La contratación entre ausentes
- 3 Forma del Contrato de Compraventa Electrónico.
- 4 Momento del pago en la contratación electrónica
  - 1 Dinero electrónico
  - 2 Transferencia electrónica de fondos
  - 3 Tarjeta electrónica
- 5 Firma electrónica
- 6 Lugar de celebración del contrato de Compraventa electrónico
- 7 La entrega de la cosa
- 8 Derecho de desistimiento del consumidor

### **Capítulo 4 Protección a los consumidores en materia de contratos de compraventa electrónicos**

- 4.1 Noción de consumidor
  - 1 Concepto de Consumidor
  - 2 Ley Federal de Protección al consumidor
  - 3 La protección de los consumidores en el comercio electrónico
    - 1 Actos que atentan contra la inseguridad en la Internet
    - 2 Recomendaciones para celebrar contratos de compraventa electrónicos
    - 3 Los servidores seguros
    - 4 Nombres de dominio
    - 5 Las claves
    - 6 El certificado de autenticidad
    - 7 Requisitos para contratos electrónicos confiables
    - 8 El deber de información previa a la celebración del contrato de compraventa electrónico
  - 4 Derechos básicos de los consumidores informáticos
  - 5 El deber de información previa a la celebración del contrato de compraventa electrónico
  - 6 Actos que atentan contra la seguridad de los consumidores en Internet.
  - 7 Recomendaciones para celebrar contratos de compraventa vía Internet.

### **CONCLUSIONES**

## **OBJETIVO**

**Las transacciones realizadas a través de computadoras, requieren de una regulación que se adecue al nuevo modo de contratar que se basa en mensajes emitidos y recibidos, con claves y códigos, sin documentos escritos, ni relación directa de los contratantes, por tal motivo el objetivo principal de esta investigación, es analizar la compraventa a través de medios electrónicos, así como la regulación del comercio electrónico con consumidores del Derecho mexicano, además de plantear la necesidad de nuevos marcos jurídicos que respondan al movimiento globalizador-informático, que preserve la seguridad y libertad contractuales de los individuos. Entre todos los temas de reflexión y debate que se pretenden abarcar en el presente trabajo, se busca sin duda encontrar una relación jurídica entre el mundo electrónico y el mundo físico que nos permitan obtener seguridad jurídica en una comunidad paralela a nosotros, el llamado ciberespacio, que se pretende convertir en un gigante comercial.**

## **JUSTIFICACIÓN**

**Está Investigación pretende presentar los más importantes problemas relacionados con la contratación electrónica, desde una perspectiva del Derecho Mercantil. Como es suficientemente conocido, el comercio está experimentando grandes cambios con la aparición del internet . Este y otros desarrollos tecnológicos son muy importantes, ya que ahora juegan un significativo papel en la nueva forma de comerciar. Algunas iniciativas en México han estado dirigidas no solamente a solucionar los problemas causados por la tecnología sino también para asegurar un mecanismo de intercambio rápido y ágil, la preocupación se sitúa entonces en la manera poco eficaz en la que se han establecido infraestructuras jurídicas, que resultan insuficientes en la práctica, sin proporcionar una protección legal a los consumidores y usuarios que tienen un rol especial en el crecimiento de un mercado que mueve actualmente trillones de dólares. En realidad, se muestran complejos todos las cuestiones relacionados con la contratación electrónica que esperan soluciones legales, ya que cualquier respuesta legal en muchos casos no pueden ser definitiva, al encontrarse sujetas a constantes cambios. En consecuencia es necesario y urgente proporcionar los elementos pertinentes que alimenten al Derecho Informático, él cual se encargará de regular las relaciones contractuales que tengan lugar a través de medios electrónicos, reduciendo las repercusiones negativas que trae consigo el fenómeno tecnológico.**

**Lo anterior nos permite entender la relevancia jurídica que ha llegado ha adquirir el comercio electrónico, en razón al aumento de computadoras conectadas a la Red. Sin duda para un desarrollo del mismo es necesario dotar de normas jurídicas, que reglamenten cuestiones específicas, garantizando a los usuarios información ética, además de promover una libertad de acceso y competencia para los empresarios.**

**Ahora bien, ésta investigación pretende analizar la contratación por internet, en especial la figura del contrato de compraventa que se realiza vía electrónica, todo esto desde las respectivas modalidades de la compraventa y siempre considerando las garantías y responsabilidades inherentes al contrato en cuestión. La finalidad es satisfacer inquietudes respecto al fenómeno informático, el cual se encontraba aparentemente fuera de influencia del campo jurídico, y que ahora es materia de numerosos estudios tratados. Hasta hoy en México ha sido olvidado, a pesar de la importancia que cobra día a día, por lo que me parece que se requiere que se generen conocimientos frescos que nos permitan integrarnos al nuevo entorno regulatorio mundial, conscientes de los contenidos normativos a los que incorporaremos con**

**tan sólo acceder a las carreteras de la información**

## INTRODUCCIÓN

Gracias a la permanente innovación y desarrollo de los instrumentos electrónicos, la expansión del comercio a través de tales medios se ha ido configurando como uno de los fenómenos más trascendentales de los últimos tiempos y cuyo crecimiento está experimentando un mayor auge, lo que implica la necesidad de una rápida evolución de la legislación para adaptarse y contribuir directamente a conformar este nuevo escenario, pues la normatividad aplicable debe ser continuamente revisada e interpretada de manera que se supere la inseguridad jurídica que es un freno para el aprovechamiento de los recursos que proporciona el Internet.

El comercio por su parte, como dice Del Peso Navarro, “pionero en innovaciones jurídicas introducidas en el pasado por medio de la costumbre, una vez más toma la delantera en innumerables transacciones económicas que se vienen realizando a través de medios electrónicos”<sup>1</sup>. De esta manera la evolución tecnológica ha propiciado la necesidad de replantear el contexto de actuación de los ciudadanos, dado el número de usuarios del Internet y el valor de las transacciones que celebran por este medio, sin olvidar la presencia de elementos clave, como la información, que actualmente es uno de los puntos medulares de nuestra sociedad. Sin embargo, no debemos olvidar que, junto con los innegables avances que presenta su desarrollo y consolidación, la tecnología y el progreso que representa no es ajeno a los distintos riesgos que toda novedad conlleva, sobre todo si tiene repercusiones en la sociedad.

Cuando se trata de conducir los nuevos hechos a las figuras jurídicas existentes se presentan diferencias, mismas que derivan en dificultades. Las instituciones jurídicas clásicas, que a través de los siglos han incorporado las nuevas realidades sociales, tendrán que adoptar sin reservas nuevos conceptos y adaptarse al contexto de la tecnología y la información.

En la era de la información, dentro del marco tecnológico, Internet constituye una puerta de posibilidades para nuevas sociedades mercantiles que buscan hacer negocios en este potencial mercado, en el que se mueve una multitud de usuarios que compran los productos

y contratan los servicios que se les ofrezcan y que nos acerca a una nueva forma de contratar. Se trata de un nuevo mercado sin fronteras que tiene como base la conexión de miles de computadoras, permitiendo a una enorme variedad de personas (vendedores, proveedores, intermediarios, usuarios) relacionarse a través de la Internet, lo que resulta tener algunas ventajas sobre los mercados físicos, como la rapidez en las transacciones, la reducción de costos, la disminución de las barreras de acceso a nuevos mercados, ampliando la posibilidades del consumidor para elegir la mejor oferta.

La aplicación del Internet en el ámbito económico ha derivado en la transformación de las relaciones jurídicas, en especial las contractuales, ya que a las formas tradicionales de contratación se han venido a sumar aquellas que se realizan a través de instrumentos electrónicos. La contratación sobre papel se está viendo así sustituida paulatinamente, por la contratación electrónica, lo que supone un cambio en determinados aspectos de la contratación tradicional, de tal manera que estos cambios han traído como consecuencia el empleo de contratos de adhesión con condiciones generales y es que cuando compramos en una página web normalmente se emplean cláusulas redactadas por el oferente, pues los dueños de las páginas suelen establecer un conjunto de estipulaciones o clausulados que marcan las condiciones en los que se adquieren los productos o servicios.

Así, pese a las ventajas que representa el mundo de los negocios por Internet, la contratación electrónica, provoca inseguridad jurídica para el adherente, ya que es lógica la incertidumbre que envuelve al comprador en el momento de aceptar las condiciones del oferente, añadiendo la peculiaridad de la falta de presencia física de las partes.

Dadas estas condiciones, debemos considerar las particularidades de la contratación electrónica como: El momento de perfección, el lugar, las formas de pago, llegando a ser apreciadas por algunos autores<sup>2</sup> como otro modo de contratar, adicional a la forma verbal y escrita.

Hemos pues tratado de elaborar un documento en el que se analicen las condiciones del nuevo marco económico mundial y en consecuencia hemos considerado los siguientes

puntos:

- a) Describir la formas y modalidades del comercio electrónico.
- b) Analizar los aspectos conceptuales que rodean al comercio electrónico.
- c) Argumentar sobre la necesidad de dotar de seguridad jurídica al consumidor en el contexto del comercio electrónico.

Con base a lo anterior, esta investigación se divide en cuatro capítulos determinados por los siguientes contenidos:

El primer capítulo inicia con una reseña histórica del comercio, el concepto de comercio, el origen, evolución, formas del comercio electrónico.

El segundo capítulo contiene los conceptos generales de los contratos.

El tercer capítulo contiene los aspectos técnicos, tales como la firma electrónica, el intercambio de datos, pagos por Internet y el desarrollo de la compraventa electrónica.

Finalmente en el capítulo cuarto se establece el origen y los conceptos generales de los derechos de los consumidores, se identifican los actos que atentan contra la seguridad del consumidor por Internet, se señalan pautas para evitar los fraudes por medio electrónicos y se analiza la legislación de protección al consumidor en México.

Pues bien tanto los juristas como los profesionales nos vemos abocados a realizar un esfuerzo constante para amoldarnos profesionalmente a las nuevas exigencias derivadas de la imparable evolución tecnológica y la pluralidad de normas que vienen a colmar los contratos electrónicos, en busca de soluciones que disminuyan la acentuada inseguridad de todo aquel que consume por medios electrónicos.

# CAPITULO I

## ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRONICO

- 1.1 Concepto de informática
  - 1. Evolución de la informática
  - 2. Aparición de las computadoras
  - 3. Redes
  - 4. La Internet
- 1. Comercio
  - 2. Antecedentes de comercio electrónico
    - 1. Comercio electrónico
  - 1 Beneficios del Comercio electrónico

## CONTRATO DE COMPRAVENTA

### 2.1 CONTRATOS

#### 2.1.1 ANTECEDENTES

Históricamente concurrieron dos factores, uno filosófico y otro económico, para conceder un valor único al individuo y a su voluntad. Los filósofos del siglo XVIII postularon las ideas del individualismo liberal al afirmar que el hombre nace libre y sólo pierde su libertad por las restricciones a las que él mismo se somete, únicamente cuando ha consentido obligarse, o bien la Ley, a cuyo imperio decidió someterse libremente por un contrato celebrado con la sociedad, esto es el Contrato Social.

En el plano económico, la doctrina del liberalismo afirma que el permitir la libre actividad del individuo es la mejor fórmula para obtener el beneficio común, dejar a las voluntades individuales es la mejor forma de lograr la justicia.

#### 2.1.2 AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD

Bajo la influencia de tales teorías se consagró el principio de la libertad contractual, la libertad de las convenciones, lo que para entonces fue llamado “autonomía de la voluntad”, lo cual consiste en afirmar la importancia de la voluntad individual, permitiendo al individuo crear a su arbitrio, las obligaciones o los contratos que libremente decidan. Este principio subsiste hasta la fecha, aunque con las limitaciones impuestas por la propia sociedad.

Actualmente la intervención del Estado en la creación de restricciones a la libertad de contratar se hace más evidente, ya que en la mayoría de los casos se busca a través de normas prohibitivas la protección de los grupos más vulnerables de la sociedad. La

autonomía de la voluntad queda así reducida a la posibilidad de los propios individuos para obligarse libremente, siempre que no vayan en contra de las normas establecidas, las buenas costumbres y el derecho de terceros.

### 2.1.3 CONCEPTO DE CONTRATO

Conforme a nuestro sistema jurídico, son fuentes de las obligaciones: el contrato, la declaración unilateral de la voluntad, el riesgo profesional, el enriquecimiento ilegítimo, la gestión de negocios y el acto ilícito. Definido en los artículos 1792 y 1793 del Código Civil, podemos asegurar que el contrato se encuentra como la más importante fuente de las obligaciones.

El contrato escribe Rojina Villegas, se define como “un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones; es una especie dentro del género de los convenios. El convenio es un acuerdo de voluntades para crear, transmitir, modificar o extinguir obligaciones y derechos reales o personales; por lo tanto tiene dos funciones, por un lado crear o transmitir obligaciones y derechos y por otro el modificarlos o bien extinguirlos” Se deja entonces al contrato la función positiva de crear o transmitir derechos y obligaciones y al convenio la función negativa de modificarlos o extinguirlos.

Manuel Bejarano Sánchez define: “El contrato es un acto jurídico bilateral, una manifestación exterior de la voluntad, tendiente a la producción de efectos de Derechos sancionados por la Ley. Es una doble manifestación de la voluntad, ésta es la de los contratantes que se ponen de acuerdo”.<sup>2</sup>

Como conclusión debemos decir que los contratos dan vida a distintos tipos de derechos, como ejemplo mencionaremos el contrato de compraventa el cual da nacimiento a derechos personales y reales. Al transferir la propiedad del vendedor al comprador se da origen a un derecho real. Pero la compraventa también crea derechos personales en el momento de que existe la obligación de dar, es decir, entregar la cosa, de garantizar la posesión pacífica; de responder de los vicios o defectos ocultos y de la evicción. Respecto al comprador se

deberá cubrir el precio convenido y entregarlo en tiempo y forma convenida.

## 2.2 ELEMENTOS DE LOS CONTRATOS

### 2.2.1 ELEMENTOS DE EXISTENCIA

Los artículos 1794 y 1795 del Código Civil enumeran por separado los elementos necesarios para la existencia del acto jurídico, así como los indispensables para su validez, por supuesto refiriéndolos al contrato.

Es importante diferenciar los elementos considerando las consecuencias producidas por la ausencia de alguno de ellos, por lo que debemos empezar señalando aquellos que resultan esenciales y sin los cuales el acto no existe:

#### 2.2.1.1 EL CONSENTIMIENTO

El primer elemento de existencia es el consentimiento, del cual estudiaremos su significado. En primer lugar en su sentido etimológico (*cum sentire*) expresa el acuerdo de las voluntades de las partes en cuanto al contrato. La palabra consentimiento tiene, además, otra acepción más restringida que es la que vamos a atribuirle aquí. Designa “el asentimiento dado por cada una de las partes a las condiciones del contrato proyectado, con la voluntad de hacerle producir efectos jurídicos. A fin de reunirse y de establecer entre ellas la relación de derecho, las partes deben expresarse su adhesión individual. El consentimiento deberá darse por todos los contratantes recíprocamente”<sup>3</sup>. Esas manifestaciones que emanan de las partes, deberán ser cruzadas y cambiadas entre sí, con la finalidad de conseguir el mutuo consentimiento.

Luis Muñoz entiende el consentimiento como “las declaraciones distintas que emanan de cada una de las partes, aunque éstas puedan ser plúrimas. Semejantes declaraciones tienen que emitirse por cada parte de manera expresa o tácita, y ser comunicadas o notificadas a fin de que sean conocidas y comprendidas por la contraparte”.<sup>4</sup>

Como hemos visto, la voluntad de celebrar el contrato es el elemento principal, dicha voluntad recibe el nombre de consentimiento y es un factor complejo formado por la integración de dos voluntades. Para ser formado el consentimiento es necesario dos emisiones de voluntad sucesivas, de dos declaraciones unilaterales: la oferta y la aceptación. Determinar el momento en que se logra el acuerdo es importante, ya que en ese momento nace el contrato y comienza a tener efectos legales, pues antes de éste no hay convenio ni obligaciones. El acuerdo de voluntades surge, en el momento en el que la oferta es aceptada, es decir oferta y aceptación se unen.

Las voluntades dirigidas a formar el consentimiento tienen que existir con una intención determinada y haber sido exteriorizada; sólo entonces se puede hablar de una manifestación de la voluntad. Tal exteriorización de la voluntad debe darse en forma expresa, esto es, cuando se manifiesta de forma verbal, por escrito o por signos inequívocos. Existen casos especiales en los que ciertos actos o hechos hagan suponer o presumir que existe una aceptación, siempre y cuando la ley (artículo 1803 del Código Civil) no exija la manifestación de manera expresa.

“Por otra parte debemos señalar que el consentimiento deberá ser libre y espontáneo, sin que existan vicios que sean capaces de evitar su eficacia, ya que podemos considerar al consentimiento como la base misma del contrato”.<sup>5</sup> Aunque la manifestación del consentimiento de cada una de las partes puede darse de muy variada forma, en todo caso el consentimiento se debe haber formado y manifestado libre y conscientemente, y además por persona que tenga la capacidad de contratar.

Si faltara dicha libertad y conciencia, nos encontraríamos con una voluntad viciada, que

posibilitaría la anulación del contrato, por parte de aquel contratante que ha sufrido tales interferencias en la formación de su consentimiento.

En el consentimiento podemos señalar la existencia de dos elementos importantes de analizar: la oferta y la aceptación.

#### 2.2.1.1.1 LA OFERTA

La oferta consiste en la manifestación de la voluntad unilateral de contratar, de tal manera que el oferente dirige una propuesta a una persona determinada o no, presente o ausente, con el fin de que la acepte. La oferta debe señalar ciertas características básicas del negocio que pretende celebrar, principalmente la clase de acto y las condiciones en las que se desea contratar.

La oferta siempre debe ir dirigida a otra persona que debe recibir y aceptar, ya que sólo así se completará el acuerdo de voluntades. El destinatario deberá emitir su aceptación inmediatamente (artículo 1805 del Código Civil) siempre que se encuentren presentes ambas partes, o bien se puedan comunicar inmediatamente (teléfono). También es posible que las partes establezcan comunicación por vías mediatas, esto en el caso de la contratación entre ausentes, por lo que siguen reglas especiales.

#### 2.2.1.1.2 LA ACEPTACIÓN

Es también una manifestación unilateral de la voluntad que concuerda con la propuesta emitida por el oferente. En la práctica, los contratos se forman por una oferta seguida de una aceptación, ya se acepte la oferta tal como se hiciera, o bien, habiéndose hecho determinadas modificaciones, si el autor de la oferta acepta esas modificaciones. La aceptación cristalizará la formación del contrato siempre que se haga en tiempo y en la forma requerida.

Por su parte se debe verificar la vigencia de la oferta, ya que ésta no tiene eficacia

permanente. En el caso de las ofertas con plazo, la vigencia se prolonga por el tiempo previsto. El artículo 1804 del Código Civil dispone que: “Toda persona que propone a otra celebrar un contrato, fijándole un plazo para aceptar, queda ligada por su oferta hasta la expiración del plazo”.

En el caso de las ofertas sin plazo, se deben considerar dos supuestos, pues cuando se trata de una oferta entre presentes la aceptación debe emitirse al momento, mientras que entre ausentes se prolonga el tiempo necesario para la ida y vuelta regular del correo público más tres días. (Artículo 1816 C. C). La oferta se extingue además en el caso de la muerte del oferente antes de ser aceptada, a menos que al momento de la aceptación, el aceptante ignore el hecho (artículo 1809 del C. C.) La propuesta entonces produce obligaciones al oferente en sólo dos casos: la oferta con plazo y la oferta entre ausentes. En ambos aparece el emisor como obligado a mantener su proposición durante el plazo legalmente indicado. En el caso de no ser aceptada la oferta de contratar no produce ningún efecto.

#### 2.2.1.1.3 MOMENTO EN EL QUE SE INTEGRA EL CONSENTIMIENTO ENTRE AUSENTES

Determinar el momento es importante para definir algunos aspectos, ya que el problema se presenta cuando nos encontramos frente a contratantes que no están en comunicación inmediata, pues resulta impreciso saber cuándo se celebró el contrato, el lugar de su formación y lo más importante, conocer desde cuando se encuentran obligados los contratantes.

Al respecto, la doctrina ha elaborado cuatro teorías sobre la formación del contrato. Estas teorías son: de la declaración, de la expedición, de la recepción y del conocimiento. Veamos brevemente cada una de ellas.

a) La teoría de la declaración. Es la teoría más simple, también se conoce como la de la manifestación. Según esta teoría el contrato se forma cuando el aceptante manifiesta o declara, su aceptación de celebrar el contrato conforme a los términos y condiciones de la

oferta.

b) La teoría de la expedición. De acuerdo con esta teoría no es suficiente que el aceptante declare o manifieste su aceptación, sino que será necesario que se desprenda de ella, enviándola o dirigiéndola al oferente.

c) La teoría de la recepción. Según esta teoría, el contrato se forma cuando la aceptación llega al domicilio del oferente, no siendo necesario que el oferente esté enterado del contenido, pues basta que llegue fehacientemente la aceptación al ámbito de acción o esfera jurídica del oferente. “Esta es la teoría más aceptada en la doctrina comparada y legislación mundial”.<sup>6</sup>

d) La teoría del conocimiento. Conocida también como la teoría de la información, propone que la formación del contrato se da en el momento en el que el oferente conoce la aceptación de su oferta, surgiendo en consecuencia consentimiento o voluntad común de ambos contratantes.

Sobre la formación del contrato, cada país ha optado por una regla propia al considerarla la más apropiada. Así en México, según el artículo 1807 del Código Civiles sigue la teoría de la recepción.

Por último debemos considerar que la ausencia de voluntad provoca la inexistencia del negocio jurídico. A veces la voluntad existe sólo en apariencia, pero no en derecho; cuando falta edad, existe demencia o ausencia accidental de la razón, cuando se manifiesta en broma, en los casos de simulación absoluta, etc.

### 2.2.2 OBJETO

En sentido general, se entiende por objeto de las obligaciones, lo que el obligado debe dar, hacer o no hacer, es decir lo que el obligado debe prestar, de acuerdo a las diferentes fuentes de las obligaciones. Por lo tanto es necesario delimitar la definición de objeto a una

sola de éstas fuentes: el contrato.

El objeto del contrato, de acuerdo con el artículo 1824 del Código Civil, “es la cosa que el obligado debe dar y el hecho que el obligado debe hacer o no hacer”. Considerando la definición legal del objeto, resulta útil el uso de la terminología objeto-cosa y objeto-hecho para su análisis.

### 2.2.1 EL OBJETO-COSA DEL CONTRATO

El llamado objeto-cosa del contrato debe reunir ciertos requisitos señalados en el artículo 1825 del Código Civil y que a continuación se señalan:

a) La cosa debe existir en la naturaleza, o ser susceptible de existir cuando se trate de cosas futuras. En el artículo 1826 se permite el contrato sobre cosas futuras, sin embargo, se prohíbe el contrato sobre la herencia de persona viva aunque ésta preste su consentimiento, principalmente por razones de moralidad.

b) La cosa objeto del contrato debe ser determinada o determinable en cuanto a su especie y a su cuota o cantidad. La determinación se pueden dar de manera individual, que es aquella por la que se hubieran detallado algunas características, que hicieran imposible la confusión con otra. En este caso la cosa o prestación prometida por el deudor debe mencionarse en materia precisa, es a lo que llama Galindo Garfias “cuerpo cierto”.<sup>7</sup>

Y la determinación en la que se atiende a los datos de género, cantidad, calidad, peso o medida, se aportan con el fin de cubrir con las características necesarias para su determinación. Estableciendo, además, que en caso de que no se especifique la calidad, de acuerdo con lo dispuesto en el Art. 2016 el Código Civil, el deudor cumple con la obligación al entregar un cosa de mediana calidad.

c) La cosa debe estar en el comercio; respecto a este requisito el Art. 748 establece que las cosas pueden estar fuera del comercio por su naturaleza o por ley; mientras que el Art.

749 determina que las cosas están fuera del comercio por su naturaleza cuando no pueden ser poseídas por algún individuo exclusivamente, o cuando las declaren de uso común o de servicio público (Art. 768 y 770 del Código Civil).

En el caso de aquellos bienes que sean del dominio público y por lo tanto se encuentren fuera del comercio, no se podrán celebrar contratos traslativos de dominio o aquellos que constituyan derechos reales sobre dichos bienes, sin embargo éstos bienes pueden ser objeto de contratos válidos, por ejemplo los de arrendamiento o comodato de zonas federales que celebra el Estado con particulares.

El último requisito del objeto-cosa consiste en que el deudor sea titular del derecho sobre la cosa objeto del contrato, ya que dicho derecho se trasladará o constituirá a favor del acreedor. No es meramente necesario que el deudor tenga la titularidad en el momento de celebrar el contrato, siempre y cuando lo sea en el momento de constituir o transmitir ese derecho al acreedor.

Sin embargo, debemos señalar que en el caso de los contratos no traslativos de dominio, como el arrendamiento o el comodato, no es necesario que la cosa sea ajena al contratante, siempre que se encuentre legitimado para conceder el uso de ella.

#### 2.2.2.2 EL OBJETO-HECHO DEL CONTRATO

El hecho-objeto del contrato puede ser manifestado de manera positiva ( hacer una cosa) o de manera negativa (no hacer determinada cosa) tomando en cuenta que el hecho deberá ser posible y lícito.

El objeto al que atienden las voluntades de los contratantes deberá ser de realización física y jurídicamente viable. Esto es, que las prestaciones a las que las partes se comprometan, puedan ser realizadas tanto en el sentido material, como en el sentido jurídico. Hay conductas que no se pueden efectuar, ya sea porque se encuentran obstaculizadas por el orden natural o porque se trata de hechos ilícitos o legalmente imposibles. El contrato con

un contenido imposible no puede existir como tal.

Debemos señalar como hecho ilícito “el que contradice leyes del orden público o las buenas costumbres. Por normas de orden público interno deben entenderse las relativas a la organización política, judicial o al régimen de bienes inmuebles, a la capacidad, al estado civil de las personas y en general las normas de Derecho Público y Privado que tengan el carácter de imperativas o prohibitivas”.

Por su parte existen algunos contratos en los que el objeto-hecho consiste en realizar determinada actuación, pudiendo ser de dos maneras, la primera consiste en una exigencia para que el deudor realice determinada actividad o diligencia, como en el caso del contrato de servicios profesionales. En la segunda se atiende al resultado o beneficio que obtiene el acreedor por la actuación realizada por el deudor.

Sergio T. Azúa Reyes establece “que el contrato sólo podrá tener por objeto la obligación que el mismo crea”.<sup>8</sup> Lo que el obligado deberá dar, hacer o abstenerse de hacer, por lo que podemos concluir que el objeto es la conducta específica y determinada, que se establece por el acuerdo de voluntades de las partes.

### 2.2.3 ELEMENTOS DE VALIDEZ

Nos toca encargarnos del análisis de los elementos de validez de los contratos, son cuatro los elementos que se deben conjuntar para tener efectos jurídicos, ya que si faltara alguno de estos elementos podrá ser declarado nulo.

#### 2.2.3.1 CAPACIDAD

Es necesario reunir ciertos requisitos, como lo son ser mayores de edad y estar en pleno uso de sus facultades mentales, sin embargo, existen ciertos casos en los que es necesario reunir otros factores. Primero nos avocaremos a mencionar las especies de capacidades que podemos encontrar:

Capacidad de goce. “Es la capacidad que toda persona tiene para ser titular de derechos y obligaciones”.<sup>9</sup> Haciendo énfasis en el hecho de que las personas por el simple hecho de ser personas tienen esta capacidad.

Podemos afirmar que todas las personas tienen capacidad de goce, pero también debemos considerar que las personas deben encontrarse en las situaciones idóneas para hacer valer sus derechos por sí mismas, esta aptitud recibe el nombre de capacidad de ejercicio, es importante mencionar que en el caso de la capacidad de ejercicio no todas las personas la tienen.

Capacidad de ejercicio. “Es la aptitud que tienen determinadas personas para hacer valer sus derechos y cumplir por sí mismas con sus obligaciones”.<sup>10</sup> De lo anterior se desprende que la capacidad que constituye el elemento de validez de los contratos es la capacidad de ejercicio, ya que dicha capacidad de obrar o negociar es la necesaria para que tenga validez un contrato. En el caso de que alguna persona carente de capacidad de goce llegara a contratar, el contrato celebrado será nulo, a menos que lo hiciera a través de sus representantes legales.

La capacidad de ejercicio no aparece en el momento del nacimiento como sucede con la capacidad de goce, sino que es necesario llegar a la mayoría de edad, que empieza a los dieciocho años, como lo establece el artículo 34 constitucional y se pierde por la muerte.

La emancipación suele ser una especie de adelanto de la capacidad de ejercicio, ya que el menor de edad al contraer matrimonio es emancipado y sale definitivamente de la patria potestad (Art.641), ya que no se regresa a ésta aunque se anule el matrimonio.

La capacidad de ejercicio se pierde de forma natural con la muerte. Esto debe entenderse sólo tratándose de personas normales, es decir, que se encuentren en pleno goce de sus facultades mentales. Pero también puede acontecer que alguna persona padezca alguna enfermedad psíquica que la sitúe en un contexto de incapacidad para contratar. El asunto de los incapaces se resuelve por medio del juicio de interdicción y a través del mencionado

juicio se da fin a la capacidad de ejercicio.

Podemos notar que la finalidad de establecer las incapacidades es la protección de aquellos que por su especial situación podrían ser fácilmente engañados, aunado a ello la imposibilidad para pedir el auxilio judicial. Por lo que la falta de capacidad de uno de los contratantes, producirá la nulidad relativa del mismo.

#### 2.2.3.1.1 REPRESENTACIÓN

“La representación se refiere a la actuación que realiza una persona en nombre de otro”.<sup>11</sup> La ley establece a la representación como auxiliar de las incapacidades de ejercicio. De tal manera que todas aquellas personas que no cuentan con capacidad de ejercicio podrán contratar a través de sus representantes. La representación podrá ser: legal o voluntaria.

La representación legal es la que establece el Código Civil con la finalidad de proteger a los incapaces señalados en el Art. 450, dicha representación la ejercerán los que tengan la tutela o la patria potestad, según el caso.

La representación voluntaria consiste en el auxilio que se le da a la persona con capacidad de goce y de ejercicio para actuar por sí misma por no encontrarse en el lugar en el que se dé el acto jurídico, por no contar con el tiempo necesario para realizar las actuaciones, o bien, con el fin de que se represente a una persona moral, ya que no pueden celebrar actos por sí misma. En el caso de la representación voluntaria, se deberá celebrar un contrato de mandato, en el que el mandatario se obliga a ejecutar por cuenta del mandante los actos jurídicos que se le encarguen. El contrato de mandato es también conocido como poder.

La capacidad en el contrato de compraventa se da de manera distinta entre los vendedores y los compradores. El vendedor además de tener la capacidad para contratar, deberá ser el legítimo dueño de la cosa, objeto del contrato, ya que de no ser propietario no se puede trasladar el dominio, que sería el fin básico de este contrato. Sin embargo, existen algunos contratos válidos y que producen efectos jurídicos sobre el patrimonio de una persona

distinta a la que los celebró, unas veces porque en el contrato consta que una persona es la que lo celebra y otra diferente es la que recibe los efectos jurídicos sobre su patrimonio o en el caso de que el representante se encuentre debidamente autorizado para celebrar contratos en sustitución del titular de los bienes.<sup>12</sup>

### 2.2.3.2 LA FORMA

El Código Civil establece un principio fundamental de “libertad de forma”, ya que establece que “los contratos serán obligatorios, cualquiera que sea la forma en que se hayan celebrado, siempre que en ellos concurran las condiciones esenciales para su validez”. El artículo 2316 establece, que “el contrato de compraventa no requiere para su validez formalidad alguna especial, sino cuando recae sobre un bien inmueble”.

En los contratos de compraventa de bienes inmuebles la ley no exige una manera especial para dar nacimiento a un contrato, siempre y cuando no exceda de trescientas sesenta veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal (Art. 2317), podrá otorgarse en documento privado con la firma de los contratantes ante dos testigos cuyas firmas de ratifiquen ante notario. En cambio el contrato de compraventa de bienes muebles si debe cubrir ciertos requisitos de forma, como lo son el celebrarse en escritura pública, en documento privado, con o sin testigos.

Ahora bien si la ley exigiere el otorgamiento de escritura pública u otra forma especial, como en el caso de la compraventa de bienes inmuebles, para hacer efectivas las obligaciones propias del contrato, cualquiera de los contratantes puede exigir que se le dé al contrato la forma legal, siempre que hubiese intervenido el consentimiento y los demás requisitos necesarios para la validez.

De lo que desprende que el contrato de venta de inmuebles es un contrato formal, ya que la ley exige una formalidad determinada para su validez, podemos entonces desprender que la formalidad que exige la ley para los contratos de compraventa sobre bienes inmuebles, es que deben constar en escritura pública.

Además para que la venta sobre un bien inmueble surta efectos frente a terceros, es necesario que se inscriba el Registro Público de la Propiedad, según lo dispuesto en el Art. 2322 del Código Civil. De no hacerse la inscripción correspondiente, la compraventa sólo produce efectos entre los contratantes, pero no frente a un tercero que reclame algún derecho. La falta de esta formalidad no afecta la validez del contrato, por lo que se puede decir que es un requisito para oponerlo frente a terceros, sin que la falta de registro afecte su validez.

### 2.2.3 VICIOS DEL CONSENTIMIENTO

La existencia del contrato se ve determinada por la concurrencia de dos elementos, que son: el consentimiento y el objeto. Por lo que la validez del contrato depende de que la voluntad de las partes no esté determinada por situaciones que adulteren la verdadera intención que las llevó a obligarse.

El acto contractual debe ser libre, consciente y espontáneo para que puedan dar al contrato fuerza obligatoria. De lo que podemos deducir que cuando a un individuo lo mueve el error o la violencia al declarar algo contrario a sus deseos, el acto jurídico no existe pues carecería de voluntad.

El profesor Ortiz Urquidi hace una clasificación de los vicios de la voluntad en autónomos y no autónomos, de la manera siguiente:

“Son autónomos los que existen por sí mismos, con independencia de cualquier otro, éstos son: el error, la violencia, miedo o temor. No autónomos son los vicios que sólo afectan a la voluntad si logran convertirse en error, tales como el dolo o la mala fe, ignorancia y la reticencia”.<sup>13</sup>

#### 2.3.1 EL ERROR

El error es la idea falsa o inexacta que se tiene sobre una cosa, el concepto equivocado que se tiene acerca de una cosa.

El profesor Sergio Azúa de Reyes lo define como: “la discordancia de la realidad con lo pensado, afecta al consentimiento de las partes o de una de ellas de tal forma que el acto jurídico puede resultar viciado en diferentes grados, según sea el nivel de error padecido”.<sup>14</sup>

Puede ser que el error más grande se de cuando las partes no determinaron el objeto, o bien no acordaron la naturaleza del contrato. Por ejemplo, se celebró un contrato de compraventa, pensando que se trataba de uno de donación. El error en el objeto se da cuando cada una de las personas piensa en objetos distintos sin que se haya hecho la debida aclaración.

Luis Muñoz<sup>15</sup> hace la diferencia entre error en el motivo y el error en el contenido. El primero tiene que ver con el motivo que dio origen al contrato, mientras que el segundo va dirigido a las cualidades previstas en las cosas, como lo son el valor, precio, características, etc.

El profesor Ortiz Urquidi distingue tres grados de error: “El error-obstáculo, el error nulidad y el error indiferente, clasificación que atiende a los efectos que tienen sobre la eficacia de la voluntad”.<sup>16</sup>

### 2.3.2 ERROR OBSTÁCULO

Se caracteriza porque impide la formación del contrato, ya que el error recae sobre la naturaleza del negocio originando la inexistencia del mismo. Podemos entonces considerar que el contrato nunca llega a existir al adolecer del acuerdo de voluntades sobre la naturaleza del negocio o bien sobre la cosa objeto del contrato, por lo que se presenta una

falsa representación de la situación, interviniendo así en el proceso formativo de la declaración de la voluntad, de tal manera que de no haber mediado el error la voluntad se hubiera formado dando paso al nacimiento del negocio jurídico.

### 2.3.3 ERROR-NULIDAD.

Es un error de menor trascendencia ya que se da sobre alguno de los elementos del contrato, pero su presencia no impide el nacimiento del negocio jurídico, por lo que la voluntad aparece, pero con la presencia del error- nulidad, se permite en un momento dado que se invalide el contrato.

El error nulidad se da en dos formas según el artículo 1813: el error de hecho y el error de derecho. Estos errores tienen en común que invalidan el contrato cuando recaen sobre la voluntad de las partes, siempre y cuando se pruebe por las circunstancias del negocio, que éste se celebró en el falso supuesto que lo originó y no por otras causas.

El error de hecho se da cuando se supone que el objeto del contrato ha sido plenamente identificado por las partes y en realidad resulta substancialmente distinto.

En el caso del error de derecho se da cuando las partes celebran un contrato pensando que la ley hará que produzca consecuencias que no se dan en el plano real.

### ERROR-INDIFERENTE

Este tipo de error no impide que el negocio jurídico nazca, ni recae sobre el motivo determinante de la voluntad, por lo que el negocio surte plenos efectos. El artículo 1814 del Código Civil contempla el error de cálculo, el cual solo da lugar a que se rectifique, de tal manera que este tipo de error de ninguna manera produce la inexistencia o la nulidad del negocio jurídico.

Por último debemos distinguir el error fortuito del error provocado, atendiendo a las

circunstancias de las que derivan. El error fortuito se da cuando no media dolo o mala fe o en el caso de que ambas partes incurran en el error, es decir, ninguno de los contratantes tenían la intención de valerse del error del otro.

### 2.3.5 DOLO O MALA FE

A diferencia del error fortuito, en el error provocado se manifiesta el dolo, el cual puede provenir de cualquiera de las partes, de ambas partes o bien de un tercero en contra de los contratantes. De inicio debemos establecer el concepto de dolo, el cual podemos localizar en el artículo 1815 del Código Civil, y menciona lo siguiente: “Se entiende por dolo en los contratos cualquiera sugestión o artificio que se emplee para inducir a error o mantener en él a alguno de los contratantes; y por mala fe la disimulación del error de uno de los contratantes, una vez conocido”.

En el caso de que hubiera mala fe en las dos partes el contrato será válido, pues según el artículo 1817 se sancionara la conducta de los contratantes negándoles la nulidad. Por lo contrario en el caso de que el dolo provenga de uno de los contratantes, se podrá demandar la nulidad a favor de la parte engañada. Cuando el dolo se provoca por un tercero en contra de las partes el contrato será válido, siempre y cuando no se haya hecho constar el motivo determinante de la voluntad, se manejará como si fuera un error fortuito.

Cuando el error lo haya provocado un tercero en contra de las partes y una de ellas se haya percatado, manteniendo en el error a la otra parte buscando su propio beneficio, el contrato será nulo ya que la parte beneficiada habrá procedido con mala fe. Por el contrario si la parte beneficiada no se diera cuenta del engaño, el contrato será válido, ya que nunca medió la mala fe en su actuación.

Dolo bueno y Dolo malo. Cuando el dolo o la mala fe hayan afectado de una manera determinante la voluntad de las partes, se tendrá como efecto la nulidad, de tal manera que nos encontramos con el dolo malo o determinante. Cuando el dolo se da en menor medida, y solo consisten en exageraciones sobre las cualidades del objeto, dando solo como

resultado el encarecimiento del mismo, nos encontramos frente al dolo bueno.

El profesor Sergio Azúa Reyes afirma: “El dolo y la mala fe no son vicios del consentimiento ya que por sí solos no afectan a la voluntad, sino que será preciso que un sujeto lo padezca cayendo en error”<sup>17</sup>. Debemos especificar que es posible que exista dolo o mala fe y que a pesar de eso las partes descubran los engaños, evitando así que su voluntad resulte viciada.

### 2.3.6 LA VIOLENCIA

El artículo 1819 del código Civil establece: “Hay violencia cuando se emplea fuerza física o amenazas que importen peligro de perder la vida, la honra, la libertad, la salud o una parte considerable de los bienes del contratante, de su cónyuge, de sus ascendientes, de sus descendientes o de sus parientes colaterales en segundo grado”.

Debemos indicar que en el artículo 1819 se establecen dos tipos de violencia: La violencia física y la violencia moral. La violencia física origina el miedo que produce el dolor físico que puede sufrir la persona, atentado contra su salud o su vida, manifestándose la voluntad en el sentido que desea el agresor. La violencia moral se da a través de todo tipo de amenazas fundadas de perder la vida, la honra o la libertad, como lo señala el artículo 1819. toda amenaza deberá ser seria y emitida por alguien que cuente con la capacidad de cumplirla.

La violencia según el Profesor Sánchez Medal existe: “Cuando se emplea la fuerza física o algún agente material que prive de libertad al contratante; y hay violencia moral, cuando por miedo de amenazas o de fuerza física se coloca a un contratante en esta disyuntiva: aceptar un mal presente o futuro para él o para persona muy allegadas al mismo, o bien para el mismo”<sup>18</sup>

Algunos escritores como Ramón Sánchez Medal, Sergio Azúa Reyes y Raúl Ortiz Urquidi coinciden en afirmar que la violencia física no es propiamente un vicio del consentimiento,

sino que debe ser considerada propiamente como la causa del mismo, siendo el temor lo que vicia en realidad a la voluntad.

Por último, debemos mencionar que el sujeto que se ve afectado por el miedo podrá pedir la nulidad del contrato, de acuerdo al artículo 1818 del Código Civil, sin embargo, se requiere que la violencia sea de tal manera intensa que produzca que el violentado se crea expuesto a un peligro inminente.

### 2.3.7 LA LESIÓN

Dentro de cualquier contrato debe existir un equilibrio entre los contratantes, regla que contempla el artículo 1817 del Código Civil, que maneja lo siguiente: “cuando absolutamente fuere imposible resolver las dudas de las reglas establecidas en los artículos precedentes si (el contrato) fuera oneroso, se resolverá la duda a favor de la mayor reciprocidad de intereses”. Basándonos en el artículo anterior se debe señalar que en cualquier contrato de tipo oneroso las partes desean recibir algún tipo de ganancia, sin embargo, tal provecho no deberá fincarse en la ignorancia, inexperiencia o estado de necesidad de la otra parte.

En el artículo 17 del Código Civil se establece lo siguiente: “Cuando alguno, explotando la suma ignorancia, notoria inexperiencia o extrema miseria de otro; obtiene un lucro excesivo que sea evidentemente desproporcionado a lo que él por su parte se obliga, el perjudicado tiene derecho a pedir la nulidad del contrato o la reducción equitativa de su obligación, más el pago del correspondiente pago de los daños y perjuicios”.

En el artículo anterior no encontramos un parámetro que nos de una idea más clara de la desproporción que da lugar a la lesión, lo que si establece son los elementos que dan paso a la lesión, en primer lugar encontramos el elemento subjetivo, el cual es la suma ignorancia, notoria experiencia o extrema miseria; el elemento objetivo por su parte es el lucro excesivo y desproporcionado de una de las partes.

Para finalizar es necesario comentar que la lesión que se maneja en materia civil no se da de igual manera en el ámbito mercantil, ya que según el artículo 385 del Código de Comercio no se rescindirán las compraventas lesivas, pero en cambio concede la acción de daños y perjuicios al perjudicado. La razón por la que el Código de Comercio no considera a la lesión como vicio, es al parecer porque en el caso de los comerciantes no se encuentra el elemento subjetivo, es decir, es imposible que sé de la suma ignorancia, la extrema miseria o la notoria ignorancia en una persona moral de naturaleza mercantil, en opinión de Arturo Díaz Bravo.<sup>19</sup>

#### 2.2.2.7 OBJETO LICITO

Además de los requisitos que anteriormente se plantearon para el objeto, debemos considerar la licitud del objeto como parte de los elementos de validez del mismo. Podemos empezar determinando el concepto de lo lícito, tomando en cuenta lo que señala el Código Civil en su Art. 1830, en el cual se establece como ilícito aquel hecho contrario a la ley o a las buenas costumbres. Sólo nos bastaría deducir el concepto de licitud como aquello opuesto a lo que establece como ilícito el Art. 1830.

Conforme al artículo 1830 es ilícito el hecho que es contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres. De tal manera que debemos aclarar que el término buenas costumbres es muy relativo y que varía de acuerdo a la época y al lugar, por lo que tenemos que concluir que las buenas costumbres son en realidad la buena conducta o conducta moral que ha establecido la sociedad en ese momento y en ese lugar.

Por su parte debemos determinar que las disposiciones de orden público son todas aquellas normas de Derecho Público (constitucionales, administrativas, penales, e internacionales públicas) además son de orden público las leyes de Derecho Privado que se encuentren motivadas por el interés general. Las leyes de Derecho Privado de orden público se pueden clasificar en cuatro categorías principales:

1. Las que reglamenta el estado y la capacidad de las personas.

2. Las que organizan l propiedad, sobre todo la propiedad inmueble.
3. Las que imponen a las partes prohibiciones y medidas a favor de los terceros.
4. Las que tienden a la protección de uno de los contratantes frente al otro.

Debemos mencionar que la licitud a la que se refiere el Código Civil es con respecto a los actos o hechos relacionados con los contratos, dado que sólo a la conducta de las personas se les puede atribuir tal calificativo.

## 2.4 CONTRATO DE COMPRAVENTA

Contrato que surge y evoluciona a partir del trueque, la compraventa se mantiene como el más común de los contratos, ya que es la manera más ágil y sencilla de adquirir satisfactores, muchos de ellos necesarios para la vida.

Para definir el contrato de compraventa es necesario remitirnos al artículo 2248 del Código Civil que menciona lo siguiente: “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 por ellos un precio cierto y en dinero”.

El profesor Rojina Villegas define al contrato de compraventa como: “El contrato por virtud del cual una parte, llamada vendedor, transmite la propiedad de una cosa o de un derecho a otra, llamada comprador, mediante el pago de un precio cierto y en dinero”<sup>20</sup>

### 2.4.1 LA COMPRAVENTA EN ROMA

La compraventa nace de la evolución del trueque, cuando aparece la moneda como unidad de intercambio. En Roma por su parte, la compraventa no generaba derechos reales a favor del comprador, tan sólo se establecían obligaciones entre las partes.

De acuerdo al Profesor Margadant,<sup>21</sup> la compraventa romana tenía las siguientes características, que la hacen diferente a la compraventa actual:

A) No era un contrato traslativo de dominio: El vendedor sólo se obligaba a garantizar la pacífica posesión de la cosa. Por lo tanto sólo se establecía la obligación de entregar. En nuestro Derecho se maneja que una vez satisfechos precio y objeto, se debe trasladar el dominio.

B) En el Derecho Romano se aceptaba la venta de una cosa ajena, ya que sólo era necesario garantizar la posesión. De esta forma el vendedor sólo transmitía la pacífica posesión de la cosa, en espera que el comprador pudiera adquirir la propiedad de la cosa a través de alguna otra figura, como la usucapio, mediante la cual el comprador poseyendo la cosa por uno o dos años adquiriría el dominium, adquiriría la plena propiedad.

### 2.4.3 PERFECCIÓN

La compraventa se perfecciona según el Art. 2249 del Código Civil “cuando se ha convenido sobre la cosa y el precio, aunque la primera no haya sido entregada, ni el segundo satisfecho”. Lo que implica que es suficiente con que las partes otorguen el consentimiento sobre la cosa y el precio, para que la compraventa sea perfecta y para que la obligación de entregar la cosa sea una consecuencia de la celebración del contrato.

En el contrato de compraventa, el consentimiento de las partes puede mediar, no solamente entre presentes, ya que también se puede realizar entre ausentes, ya sea por correspondencia, telefónicamente o por terceras personas. Dicho consentimiento debe darse sobre los siguientes factores: el objeto, precio y la voluntad de vender y comprar, todo dirigido a perfeccionar el contrato de compraventa.

### 2.4.4 CLASIFICACIÓN DE LA COMPRAVENTA

Para finalizar haremos a continuación una clasificación del contrato de compraventa, con la finalidad de dejar más clara la naturaleza del mismo.

El contrato de compraventa es un contrato oneroso, lo que implica que hay un gravamen recíproco, es decir, las dos partes realizan alguna aportación; generalmente es conmutativo

pues las partes se percatan al momento de la pérdida o beneficio que se producirá; será consensual en el caso de bienes muebles y formales cuando se trata de bienes muebles; y son reales ya que el contrato no se constituye solo por la manifestación de la voluntad, sino que se debe acompañar por la entrega de la cosa.

Es un contrato principal debido a que existe y se mantiene por sí mismo, es decir, no depende de ningún otro para tener plenos efectos. Es bilateral porque causa efectos para ambas partes, además de causar ganancias y obligaciones de manera recíproca, por ejemplo, el vendedor tiene una carga al entregar la cosa, y recibe un beneficio cuando le pagan el precio de la misma. Algunas veces puede ser un contrato aleatorio, esto es cuando la prestación no es cierta o determinada. Por ejemplo, la compra de cosa futura.

En esencia el contrato de compraventa consiste en la transferencia que hace el vendedor al comprador, quedando el primero sin la propiedad de la cosa que vende, ya que debe trasladarla al comprador, quien deberá pagar cierto precio en dinero al otro contratante.

#### 2.4.5 ELEMENTOS PERSONALES DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Las personas que intervienen en el contrato de compraventa, deben tener cierta capacidad que ya antes habíamos mencionado, de manera que bastará ser mayor de dieciocho años y estar en pleno goce de sus capacidades mentales. Existen algunos casos en los que la ley fija algunas restricciones a los compradores, prohibiéndoles realizar cierto tipo de compraventas, tanto civiles como mercantiles. La falta de legitimación es la razón de dichas limitaciones, el profesor Sánchez Medal las señala como “incapacidades especiales”<sup>22</sup> que no pueden desaparecer con la intervención de un representante legal.

Los casos de falta de legitimación para contratar en materia de compraventa, son las siguientes:

Prohibición para los extranjeros:

Se prohíbe a los extranjeros adquirir el dominio directo sobre tierras y aguas en una faja de 100 Km. a lo largo de las fronteras y de 50 Km. en las costas. (Frac. I del Art. 27

Constitucional).

Prohibición para las asociaciones religiosas:

Se prohíbe a las asociaciones religiosas que se constituyan en los términos del Art. 130 Constitucional, adquirir, poseer o administrar más bienes de los indispensables para su objeto.

Restricciones impuestas a las instituciones de beneficencia:

Las instituciones públicas o privadas que se dediquen a la beneficencia, a la investigación científica o a la enseñanza, no podrán adquirir más inmuebles que los que necesiten para cumplir con su objeto y que estén directamente destinados al mismo.

Prohibiciones a las sociedades:

Las sociedades podrán adquirir, poseer o administrar terrenos únicamente en la extensión en que sea estrictamente necesaria para los establecimientos o servicios indicados en el objeto de la sociedad (Art. 27 Frac. IV Constitucional).

Prohibiciones a los bancos:

Los bancos debidamente autorizados conforme a la Ley de Instituciones de Crédito, no podrán tener más inmuebles que los estrictamente necesarios para llevar a cabo su objeto (Frac. V Art. 27 Constitucional).

Las compraventas entre consortes:

Los cónyuges no pueden celebrar entre sí contratos de compraventa, a menos que se encuentren casados bajo el régimen de separación de bienes (Art. 176 del Código Civil del DF).

Los magistrados, jueces, el ministerio público, los defensores de oficio, los abogados, los procuradores y los peritos no pueden adquirir bienes que hayan objeto de algún juicio en el que ellos formen parte.

Los hijos sujetos a patria potestad no pueden vender a sus padres los bienes que adquieran por cualquier otro medio distinto a su trabajo.

Los copropietarios no podrán vender la parte alícuota, sino cumpliendo con lo dispuesto con lo que señala el Código Civil, respecto a la copropiedad. De la misma manera el Código Civil establece algunas medidas sobre la venta que puedan realizar legatarios o herederos de su parte de la herencia.

Por último, debemos señalar que los tutores y curadores, mandatarios, ejecutores testamentarios y los que fueren nombrados en caso de intestado, los interventores nombrados por el testador por los herederos, los representantes, administradores no pueden comprar los bienes de cuya administración se encuentren encargados.

#### 2.4.6 EL PRECIO

En el contrato de compraventa se presenta el objeto como directo e indirecto como ya antes lo habíamos explicado para los contratos en general, pero en el contrato de compraventa se da además el precio que forma parte del objeto indirecto junto con la cosa.

El precio es la suma de dinero que el comprador se obliga a pagar al vendedor a cambio de la cosa, el precio deberá ser cierto y en dinero, ya que si el vendedor recibe a cambio otra cosa estaremos frente a la figura de la permuta. En algunas ocasiones se puede pactar que el precio de la cosa se pague parte en dinero y parte en especie, sin embargo el Código Civil es claro al manifestar en el Art. 2250, que la parte que se pague en dinero deberá ser mayor o igual a la parte que se pague con el valor de otra cosa.

Las partes deberán llegar a un acuerdo para fijar el precio, pero también pueden acudir a un tercero encargado de establecer la cantidad. En caso de acudir a un tercero, las partes deberán obligarse a l precio que éste asigne.

El precio deberá ser justo, ya que de ser exagerado se estaría configurando la lesión, afectando al contrato de nulidad relativa. Podemos determinar que el precio no es justo cuando existe una notable desproporción entre él y el valor de la cosa vendida.

Deberá hacerse el pago en el lugar y la fecha en la que se haga entrega de la cosa, salvo pacto en contrario (artículo 2294 del Código Civil), además el comprador tiene la facultad de suspender el pago en caso de ser perturbado en su posesión o derecho o bajo justo temor de serlo, mientras que el vendedor no le asegure la posesión o le dé fianza.

## 2.4.7 MODALIDADES DE LA COMPRAVENTA

### 2.4.7.1 LA VENTA CON RESERVA DE DOMINIO

Consiste en que la propiedad de la cosa no será transmitida, sino hasta que se haya satisfecho el pago correspondiente. La transferencia del dominio se suspende en espera de un acto futuro, que es el pago. Rojina Villegas<sup>23</sup> considera que la venta en la que se pacta la reserva del dominio va dirigida a todas aquellas personas que no tienen la posibilidad de pagar el precio al contado, por lo que el pago se da en varias exhibiciones, buscando que el precio se cubra aunque de manera lenta, quedando entonces suspendida para el comprador la disposición de la cosa.

### 2.4.7.2 VENTA JUDICIAL

Llega el momento de hablar de la venta judicial, que muchos consideran una figura jurídica que se aleja de lo que propiamente se considera como un contrato, en razón de que carece de uno de los elementos esenciales de los contratos. Se trata pues de un acto de autoridad, en el que se realiza la venta de bienes, y que tiene como principal finalidad el pago a los acreedores del vendedor. Por lo que el consentimiento del vendedor es sustituido por un mandamiento judicial, obligándolo a la venta de sus bienes, distribuyendo el precio entre los acreedores.

Como podemos apreciar el vendedor es obligado a la venta de sus bienes, notándose así la

ausencia de la voluntad, que es uno de los elementos esenciales para que se constituya un contrato. Basta con esto para darnos cuenta que la venta judicial es una figura distinta a la compraventa.

El Art. 2323 dispone que la venta judicial sólo se rige por los principios del contrato de compraventa por lo que respecta a las obligaciones del comprador y del vendedor; por los demás términos y condiciones se rige por el Código de Procedimientos Civiles.

#### 2.4.7.3 CONTRATO DE COMPRAVENTA CIVIL Y MERCANTIL. DISTINCIÓN

La definición que el Art. 2248 del Código Civil es válida para la compraventa civil, así como para la mercantil. La distinción se da en la división entre la materia civil y la mercantil. Entendiendo entonces al Derecho Mercantil como el Derecho de los comerciantes, específico de los actos de comercio (Art. 75 C. de Comercio). Tal Derecho se desprende de la materia civil de manera histórica, ante la necesidad de dotar de celeridad y seguridad a las transacciones que se concertaban en ferias y mercados por los comerciantes, por lo que los actos y contratos mercantiles nacen a consecuencia de la insuficiencia del Derecho común para satisfacer los requerimientos del comercio.

La segunda diferencia que puede parecernos importante consiste en la falta de formalismos en el Derecho mercantil, ya que la libertad de formalidad proporciona la rapidez necesaria en el comercio al celebrar y ejecutar contratos.

Por lo tanto la compraventa será mercantil en los siguientes casos:

- a) Cuando uno de los sujetos que intervienen sea un comerciante, a menos que la naturaleza del acto sea estrictamente civil. La ley tiene por mercantiles a las compraventas que efectúen las empresas, ya sea como productoras, distribuidoras o intermediarias ( artículo 75 Fracción V, VII, IX).
- b) Cuando el objeto, es decir, aquello a lo que se obliga el deudor es mercantil: como los títulos de crédito ( artículo 1º LGOC).

c) Las que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar (artículo 371 del Código de Comercio). De manera que el carácter mercantil de la compraventa no necesariamente se lo da el ánimo de lucro, sino el fin de comerciar, negociar con el dinero y las mercaderías, comprando o vendiendo, o con otras operaciones similares. Mejor dicho, para que una compraventa reciba el calificativo de mercantil deberá formar parte de varias operaciones similares realizadas por el mismo sujeto, por lo que no será mercantil una compraventa ocasional aunque persiga el lucro.

Parece conveniente mencionar la conclusión realizada por el profesor Rodríguez y Rodríguez cuando menciona que “la compraventa es un contrato formado por dos prestaciones inseparables: la del comprador que da dinero; la del vendedor que da la cosa . Cada una de las prestaciones puede ser mercantil por destino del objeto, por el objeto mismo o por el sujeto. El contrato será mercantil, con que lo sea una de ellas”.<sup>24</sup>

#### 2.4.8 OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Como antes habíamos mencionado la compraventa es un contrato bilateral, en el que se originan obligaciones y prestaciones para ambas partes. Es necesario estudiar las obligaciones, del comprador y del vendedor.

##### 2.4.8.1 OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

La principal obligación impuesta al vendedor es la entrega de la cosa o derecho; dicha obligación se encuentra establecida en el Art. 2283 del Código Civil de la siguiente forma: “El vendedor está obligado a entregar al comprador la cosa vendida”.

La entrega de la cosa sólo significa el cumplimiento de la obligación, sin que esto tenga que ver con la perfección del contrato, es decir, la entrega consiste en integrar todas las condiciones necesarias para que el comprador pueda disponer de la cosa, como su legítimo dueño.

Según el Art. 2284 la entrega de la cosa se puede dar en tres formas: real, virtual y jurídica. La entrega real se da en el momento de la entrega material de la cosa vendida. Por otra parte habrá entrega jurídica cuando, la ley considera como entregada la cosa, aún cuando no se haya realizado un traspaso material. Por último se da la entrega virtual cuando, el comprador acepta que la cosa ha quedado a su disposición, de tal manera que el vendedor al mantener en sus manos la cosa, sólo cumplirá con la función de depositario.

La entrega de la cosa debe realizarse en el lugar y la plaza convenidos, de no haberse acordado, la entrega se realizará en el lugar en que se encontraba la cosa en el momento de haber sido vendida. Por su parte el 2285 del Código de Civil designa a cargo del vendedor todos aquellos gastos que se ocasionen por la entrega de la cosa vendida.

El vendedor tiene además la carga del saneamiento a favor del comprador, en el caso de evicción. “Hay evicción cuando el adquirente es privado parcial o totalmente de la cosa, por virtud de un derecho de tercero reconocido en sentencia ejecutoriada y anterior a la enajenación”<sup>25</sup>. Es decir, se le impone la responsabilidad al vendedor por la pérdida total o parcial que sufra el comprador por una resolución judicial, derivada de hechos anteriores a la venta. En el caso de que la evicción haya sido declarada por fallo judicial, el vendedor deberá indemnizar al comprador de acuerdo a los artículos 2126 y 2127 del Código Civil, los cuales establecen que se deberá pagar el precio íntegro de la cosa, además del correspondiente pago de daños y perjuicios por parte del que enajenó a aquel que sufrió la evicción.

El vendedor también es responsable del saneamiento por vicios que son causados por aquellos defectos que tenga la cosa y por los que el vendedor deberá responder hasta que la cosa vuelva a adquirir las condiciones necesarias para su normal utilización. En el caso de que se llegue a la conclusión de que la cosa es inservible el vendedor deberá resarcir el precio de la cosa, además del respectivo pago de daños y perjuicios, según sea el caso.

#### 2.4.8.2 OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

El comprador por su parte deberá cumplir con todas aquellas obligaciones a las que se comprometió, la más importante es pagar el precio de la cosa en el tiempo y forma convenidos (Art. 2293 del Código Civil). Dicho pago deberá realizarse en los términos y plazos convenidos por las partes, de no haberse acordado la entrega se hará en el momento y lugar de la entrega.

Puede pactarse que el pago se realice en varias exhibiciones, que se empiece a pagar después de la venta, o bien que el pago sea al contado. Con respecto al pago de intereses el Art. 2296 menciona tres casos en los que hará el cobro de intereses por parte del vendedor, los casos son los siguientes: “Sí así se hubiere convenido; sí la cosa entregada produce fruto o renta; y sí se hubiera constituido en mora, de acuerdo a los Art. 2104 y 2105”. Se constituye en mora cuando hay un retraso en el cumplimiento de las obligaciones que han sido adquiridas, sobre todo en el caso de la principal obligación del comprador”.

La segunda obligación del comprador la constituye la recepción de la cosa en las condiciones que se hayan acordado, teniendo que cubrir todos aquellos gastos que se hayan generado para el vendedor por la tardanza del comprador de recibir la cosa, tales gastos los pueden constituir el alquiler de almacenes o los lugares en los que haya permanecido la cosa hasta que el comprador la recibe. Por otra parte queda eliminada cualquier obligación para el vendedor del cuidado de la cosa.

De igual manera es obligación del comprador, correr con los gastos de transporte o traslación de la cosa, siempre y cuando no se haya pactado lo contrario; para finalizar el comprador deberá pagar por la mitad los gastos de escritura y registro, conforme al artículo 2263 del Código Civil.

### 3.1 EL CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICO

A través de la historia han ido evolucionado las formas de contratar, sobre todo por los cambios materiales que han surgido en los soportes en los que se han plasmado los contratos; debemos recordar que de principio el material de soporte era de madera, más adelante se empezó a hacer uso de los pergaminos de tela y más tarde de piel. Es necesario mencionar que las formalidades y rituales de igual forma han ido cambiando a través de la historia, encontrando la aparición de mecanismos como la firma, mismos que han servido para asegurar la obligación que adquieren los contratantes, dicha evolución de mecanismos

que sirven para conferir certeza a la negociación ha llegado a un punto en el que las contrataciones se realizan por documentos electrónicos, los cuales contienen un texto en un lenguaje poco convencional (alfanumérico), que se guardan en memorias que se encuentran en computadoras. De alguna manera debe ser considerado escritura, aunque en realidad tenga un trasfondo técnico más complicado.

En atención a las nuevas formas de contratación realizaremos algunas interpretaciones de textos vigentes, en especial el Código Civil y el Código de Comercio, además de tomar muy en cuenta la Ley Federal de Protección al Consumidor. De tal manera que buscaremos encontrar las particularidades del Contrato de Compraventa Electrónico, tratando de adecuarlas a las necesidades de la investigación.

De tal manera que tenemos 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 por ellos un precio cierto y en dinero, artículo 2248 del Código Civil.

La particularidad del contrato de compraventa electrónico consiste en que la manifestación del consentimiento es por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, concretados por medio del Internet, medio ópticos o cualquier otro medio electrónico.

Entre otras peculiaridades, el contrato de compraventa electrónico es celebrado sin la presencia física simultánea de las partes, expresándose el consentimiento por medios electrónicos y quedando asentado en un documento electrónico, el cual será únicamente el soporte, manteniendo los mismos principios del contrato tradicional.

Destacando la despersonalización, no sólo por la intervención de máquinas en la gestión de la compraventa, sino por la posibilidad del anonimato, ya que la mayoría de las veces la persona jurídica (empresario) se encuentra presente virtualmente en el momento de la perfección del contrato.

El estudio del contrato de compraventa electrónico lo enfocaremos a las ventas hechas a consumidores, usuarios e incluso empresarios en cuanto a destinatarios finales, quedando pues excluido el comercio entre empresarios, a fin de delimitar la investigación.

El contrato de compraventa electrónico cuenta en esencia con todos los elementos de la compraventa tradicional, la diferencia radica en el medio por el cual se manifiesta la voluntad, hablamos específicamente de la Internet, misma que por su naturaleza generadora de cambios cada vez más complejos permite variantes que requieren de una regulación especial. Debemos señalar algunas operaciones que han surgido a la par de la compraventa electrónica como las ventas por subasta. Las nuevas formas de contratación avanzan a pasos agigantados y el Derecho en busca de alcanzar a la tecnología.

### 3.2 MOMENTO DE PERFECCIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Según el artículo 2249 del Código Civil, la compraventa será perfecta y obligatoria para las partes cuando se han convenido sobre la cosa y su precio, aunque la primera no haya sido entregada ni el segundo cubierto. Debemos considerar por lo tanto que el contrato se forma en el momento en el que el proponente recibe la aceptación estando ligado por su oferta según las reglas de este cuerpo legal.

El contrato de compraventa sin problema se puede celebrar entre personas que no se encuentran en el mismo espacio físico, tal es el caso del contrato de compraventa telefónico, siempre y cuando se cumplan con las formalidades establecidas en la ley. Como ya hemos dejado ver los medios electrónicos constituyen un soporte en el que se puede manifestar la voluntad de algún sujeto, sin embargo, tal vez el uso de los medios electrónicos puede acrecentar las causas de alteraciones, por el hecho de no ser soportes tangibles, sin ser una característica básica, pues dichas alteraciones aparecen también en los soportes físicos.

La peculiaridad de la contratación entre ausentes, considerando al Código Civil, radica en el plazo en que el receptor debe aceptar la propuesta y el oferente está obligado a mantenerla.

Sin duda uno de los problemas principales que se han presentado por la utilización del Comercio Electrónico, es la determinación del momento en el que se perfecciona el contrato, es decir el momento preciso en el que se emite la oferta y se manifiesta la aceptación. En una de las reformas más importantes en materia de Comercio Electrónico en el Código Civil, se señala que el consentimiento que se manifiesta a través de cualquier medio óptico o electrónico, será considerado sin duda como válida.

Nos parece pertinente marcar la diferencia que maneja la doctrina entre la contratación entre presentes y ausentes. Habrá contratación entre presentes cuando las declaraciones de voluntad se dan casi de manera simultánea, ya que los contratantes se encuentran presentes físicamente o se encuentran enlazados por medios que permiten que la voluntad se manifieste de manera simultánea. En el segundo caso, dado que los contratantes se encuentran distantes, hay que determinar el momento en el que se perfecciona el contrato. La importancia que tiene el momento de perfección reside en el tiempo que deberá el proponente de mantener su oferta. 1

Luis Muñoz 2señala que la doctrina más especializada ha reconocido que el contrato que es celebrado por teléfono debe considerarse y regularse como contratación entre presentes. Parece congruente si consideramos que la manifestación de las voluntades se dan de manera simultánea, ya que el contexto permite una comunicación plena, sin importar que las partes se encuentren distantes.

### 3.2.1 LA CONTRATACIÓN ENTRE AUSENTES

Los contratos a distancia son aquellos en los que la perfección de la compraventa no se da en presencia de las partes. Sin importar que hubieran existido reuniones anteriores para acordar el contrato en las cuales no se hubiera dado un acuerdo de voluntades.

Se han formado tres teorías al respecto: la primera consiste en la emisión de la oferta por parte del proponente, la del conocimiento por parte del que debe aceptar y la de la recepción de la aceptación por parte del oferente<sup>3</sup>. El Código Civil ha escogido la última teoría,

sentando el principio de que el contrato se forma en el momento en que el oferente recibe la aceptación.

Por su parte en los medios electrónicos, el correo electrónico constituye la forma más usada por las compañías para entrar en contacto directo con los consumidores potenciales. Ya sea en un primer mensaje o después de un intercambio previo de correos. El consumidor tiene acceso a la oferta en el momento de abrir su buzón, por consiguiente la aceptación depende del consumidor, devolviendo por el mismo medio una comunicación en la que acepta la oferta.

Algunos autores,<sup>4</sup> al contrario de las reformas a nuestra legislación, consideran que por lógica la contratación en la Internet es un contrato a distancia, ya que se consideran ventas a distancia “las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación del vendedor y la aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza”<sup>5</sup>. Sin embargo el hecho de que la aceptación de la oferta no sea inmediata porque no ha sido vista, no es presupuesto de contratación a distancia, sino el momento en el que se da la aceptación. Pues si dos personas establecen diálogo a través de una Red, la contratación sería entre presentes, caso distinto si se formula por medio de correo electrónico y no se está en contacto directo con la otra parte pudiendo tardar la propuesta del oferente algunos días en transmitirse, permaneciendo estática en un servidor en espera de que clientes potenciales la consulten. Si bien consideramos que la venta minorista debe tener un trato especial en la Ley la idea de una venta en la que no existe la presencia física simultánea del vendedor y el consumidor, hallándose en distintos lugares, imposibilitados para intercambiar declaraciones mediando en algunas ocasiones un espacio de tiempo considerable.

Por lo tanto se hace necesario analizar las consecuencias de la aplicación de la contratación a distancia en nuestra legislación. En algunas ocasiones se podría presentar el caso de que el mensaje no sea leído inmediatamente por el destinatario, por lo que podrían pasar días para que el contratante manifestara su aceptación; de tal manera que también se deberá acreditar de alguna forma el mensaje electrónico de aceptación. En tales casos se complica el

cómputo de los plazos para realizar los pagos, la entrega del producto, para exigir el cumplimiento de las prestaciones, cual es la ley aplicable mediante conflicto de leyes y cual juez debe intervenir en caso de controversia y lo que nos parece más importante, hay la posibilidad de que el comprador caiga en un error sobre una oferta que ya no es válida, en razón de que para cuando se haya enterado de la misma el oferente se hubiese retractado para entonces, sin que la ley lo obligue a mantenerse ligado a su oferta (art. 1805 del Código Civil) como lo haría en el caso de las ventas entre ausentes.

En el caso de países como España hemos observado que dan a su legislación un enfoque electrónico siguiendo en gran parte la influencia de las leyes modelos de la UNCITRAL, de hecho crearon una ley que regula específicamente el comercio minorista por Internet (Ley 7/1996) dándole un trato de contratación entre ausentes, con el principal objetivo de repartir un poco los riesgos que posiblemente puedan surgir, como la retractación de la oferta por parte del vendedor. De manera que la legislación española toma en cuenta que la contratación electrónica se da entre personas que no se encuentran en el mismo espacio físico. De la misma manera encontramos que en Argentina la ley 24240 trata a los contratos minorista como ventas a distancia, previéndola más bien como una venta por correspondencia, aplicando la teoría de la expedición, ya que el contrato se perfeccionará en el momento en el que el comprador exterioriza su aceptación, con la acreditación del envío del mismo. Consideramos que si bien la legislación argentina al igual que la nuestra se encuentra en un período de evolución, es cierto también que la ley 24240 tiende a brindar una mayor protección al consumidor minorista, sobre todo en el caso en que la oferta se encuentre congelada por algún tiempo en un servidor, sin depender de la presencia activa, ni de la comunicación instantánea.

### 3.3 FORMA DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICO.

La Ley establece algunos supuestos en los que exige que la contratación se realice por escrito para gozar de validez. Antes de las Reformas realizadas en materia de comercio electrónico, la Ley no establecía las formalidades que debía cumplir este tipo de contratación, por esa razón es que se introduce el artículo 1834 Bis del Código Civil, en el

que se determinan las formalidades, que serán cumplidas en tanto la información que se comunica a través de medios electrónicos pueda ser de alguna manera atribuible a la persona que se obliga y quede abierta la posibilidad de consulta de esa información. En los casos en los que la Ley exija la formalidad de manifestar la voluntad ante un fedatario público, las partes deberán comunicar la información al fedatario público, quien deberá hacer constar en dicho instrumento los elementos que generan la obligación de las partes y deberá conservar una copia bajo su resguardo para las futuras consultas.

Resulta relevante mencionar que el “documento electrónico es un conjunto de registros lógicos almacenados en soportes electrónicos, susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos, que documentan operaciones, en este caso de tipo comercial, mismos que tratan de cumplir con los requisitos de los documentos convencionales”.<sup>6</sup>

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, podemos encontrar el principio que recae sobre los empresarios: el deber de la información, es decir, el derecho que tienen los consumidores a ser informados antes y después de la contratación. De la misma forma es necesario que la legislación prevea la necesidad de dar cierta formalidad a los documentos electrónicos, en los cuales deberán quedar asentadas de forma clara los términos en los que se obliga el vendedor, imponiendo algunas sanciones en caso de que no cumpla el requisito formal de informar al consumidor.

La información de preferencia deberá ser proporcionada por el proveedor antes y después de la contratación, nos parece que en primera instancia el proveedor debería manifestar algunos datos relevantes sobre su identidad, características principales y precio del bien o del servicio, gastos de entrega, modalidades del pago y entrega. Es importante que dicha información se encuentre de forma clara en la oferta que envía el proveedor o en los formularios de pedido que casi siempre se encuentran anexos a la misma.

Otro tema que ha quedado ya regulado en la Ley de Protección al Consumidor (arts. 86 y 86 bis), son las exigencias que deberá cumplir un distribuidor para implantar el sistema de

contratación por medios electrónicos, y que ha quedado contemplado por la Ley Modelo del UNCITRAL del 2001. La primera exigencia consiste en crear contratos de adhesión, que deberá presentar el vendedor al órgano correspondiente (PROFECO), en el caso de compraventas realizadas por importantes sumas de dinero, sería oportuno que el usuario mantuviera una copia del contrato de adhesión, de esta manera se asegura para el comprador una acción contractual, además de que al contratar por medios electrónico se pierde la posibilidad de negociar el contenido de los contratos, por lo que se adhiere al texto redactado unilateralmente por el proveedor.

Es evidente que la principal ventaja de la transacción electrónica radica en la comodidad que supone el trato a distancia, sin desplazamientos y a cualquier hora del día. Ello implica la existencia de ofertas que permanecen en la Red y que contienen condiciones accesibles para cualquier usuario de Internet. El cliente por tanto se encuentra en libertad de visitar el sitio web del oferente, valorar los productos, las ofertas y los términos del contrato redactado por el proveedor.

El tema principal de la forma que deberán cubrir los contratos electrónicos versa sobre la información que debe constar por escrito de forma veraz, detallada, objetiva y suficiente sobre los servicios ofrecidos, sobre este punto la Ley Federal de Protección al Consumidor hace referencia en sus artículos 85, 86, 87, 88, 89 y 90. Nos parece que sería más oportuno englobar todos estos temas en una Ley que regulara especialmente al comercio electrónico y que se ocupara de establecer el derecho del consumidor de realizar la transacción por otros medios, la forma de obtener, en caso de desearlo, una copia en papel del contrato, los plazos y condiciones para el desistimiento y la manera en la que pueda acceder por medios electrónicos a la información. En este contexto podemos entender que el documento electrónico, de alguna manera viene a cubrir el requisito de la forma escrita, en todos los casos en los que la Ley así lo exige.

A partir de las adiciones que se realizaron al Código de Procedimientos Civiles artículos 210-A y 210-B se le reconoce a la información generada y trasladada por medios electrónicos como un documento privado, con fuerza probatoria. Aunque debemos aclarar

que la información generada por medios electrónicos deberá ser atribuible a cualquiera de las personas obligadas, además de que deberá ser accesible para su consulta.

### 3.4 MOMENTO DEL PAGO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Desde la época en la que el trueque surgió como el medio idóneo de intercambio, se ha buscado de cualquier manera la forma más ágil para llevar a cabo la actividad comercial de una mejor forma. Hoy en día es cada vez más frecuente que el dinero sea sustituido por medios de pago cada vez más complejos.

Aún cuando un contrato haya sido celebrado por medios electrónicos, el momento del pago se puede llevar a cabo por medios tradicionales, o por los más innovadores que en este momento son permitidos por las nuevas tecnologías. En el plano ideal nada impide que la operación se complete, pero veremos que existen algunas situaciones que hacen que pueda haber algún tipo de distorsión en el momento del pago.

Nos parece necesario mencionar de principio los medios tradicionales de pago, entre los que se encuentran: Dinero en efectivo, giro postal, transferencia bancaria, reembolso o porte por lo que se refiere al pago de transporte, así como medios de crédito como el pagaré, cheque o la letra de cambio.

Entre los medios de pago electrónicos se encuentran: Monedero electrónico, cheque electrónico, efectivo electrónico específico para Internet, transferencia electrónica de fondos y tarjeta de crédito o débito. A continuación analizaremos tres de los medios electrónicos más utilizados por la Internet.

#### 3.4.1 Dinero electrónico

El Código Civil en su artículo 2250 hace mención que el pago se deberá realizar con dinero, debiendo entender a éste como la moneda metálica o el papel moneda de curso legal, sin embargo hoy en día se hace uso de instrumentos que sirven de representantes del dinero.

Aunque el contrato se lleve a cabo por medios electrónicos, esto no impide que el pago se haga con papel moneda nacional o extranjera, aunque en la mayoría de las contrataciones el pago con dinero no parece ser la solución más cómoda y rápida, sobre todo por las circunstancias de distancia que se presentan en las contrataciones por Internet y la falta de seguridad para el proveedor quien puede realizar gastos de entrega y no cobrar.

Podemos señalar que el “dinero electrónico es el instrumento de pago reflejado en un soporte informático y que, a través de las transferencias de fondos bancarios, persigue la misma finalidad del dinero tradicional”.<sup>7</sup> De igual manera creemos que la efectividad de este medio se da hasta que se encuentra el abono en la cuenta del acreedor, disponible para su posesión en papel moneda.

El dinero electrónico deberá cumplir con las siguientes características:

- a) Deberá encontrarse almacenado en un soporte electrónico.
- b) Emitido para transferir una suma igual al valor monetario del objeto vendido.
- c) Debe ser aceptado como medio de pago por el acreedor.

En definitiva el dinero electrónico viene a representar al papel moneda en transacciones por medios electrónicos, sólo que el soporte de éste se encuentra en la memoria de una computadora o bien en una tarjeta inteligente, los cuales han sido diseñados para realizar pagos electrónicos con un monto limitado.

Los soportes en los que se puede encontrar al dinero electrónico son:

- a) Las tarjetas inteligentes o recargables.
- b) A través de archivos que representan sumas de dinero, estos archivos son enviados por un intermediario, el cual es casi siempre un banco especializado en pagos a través de Internet.

En los ejemplos anteriores podemos notar que en los medios de pago electrónicos interviene en la transacción un tercero, se trata de una Institución de crédito, además de dos

cuentas bancarias.

En realidad uno de los propósitos por los que surge el dinero electrónico es acelerar las operaciones, así como asegurar la confidencialidad de las partes que realizan la operación. Pero la confidencialidad y el anonimato han derivado en numerosas formas de cometer abusos, como el lavado de dinero, de esta manera la tecnología ha respondido a la tecnología a través de algunos sistemas de seguridad, por lo que se espera que eventualmente surjan normas jurídicas que se adecuen a esta particular forma de transacción.

#### 3.4.2 Transferencia electrónica de fondos

Se puede decir que la transferencia electrónica de fondos es la operación bancaria mediante la cual los clientes del banco ordenan a éste que con cargo a su cuenta transfiera una determinada suma a otra cuenta, del mismo o distinto titular, situada en el mismo banco o en uno distinto<sup>8</sup>. Es importante señalar que en la transferencia se realiza un cambio de fondos de cuenta a cuenta, sin que intervenga de manera física el dinero, por lo que podríamos decir que la finalidad de la transferencia siempre será realizar un intercambio, en el que intervienen sólo anotaciones contables en una computadora. Por el momento sólo nos importa ver a la transferencia como una de las formas electrónica de pago más utilizadas, por el fomento que han dado los bancos a su utilización.

La relación que existe entre las partes y su banco se da a través de la existencia de un contrato de cuenta corriente o cuenta de ahorro entre cualquiera de las partes y su banco (artículo 291 AL 310 de la Ley General de Títulos y operaciones de Crédito. Es obligación del banco ejecutar el encargo del ordenante y rendir cuentas de su actuación mediante estados de cuenta. Ahora bien la obligación del comprador será la de tener fondos suficientes para llevar a cabo la orden, así como hacer el pago al banco de la comisión por la ejecución de la transferencia.

La transferencia concluirá de manera exitosa en el momento en el que la cuenta del beneficiario haya recibido satisfactoriamente los fondos acordados, la transferencia puede

ser acreditada a través del resumen mensual que los bancos comunican a sus clientes y en el que se señalan fecha, hora y cuenta a la que se realizó la transferencia.

### 3.4.3 Tarjeta electrónica

En la actualidad la forma de pago más usada por la Internet son las tarjetas electrónicas las cuales se pueden utilizar para hacer transferencias de fondos y que tienen una función igual a la de aquellas que cuentan con un soporte plástico. En el comercio electrónico sin embargo, nos encontramos que han cambiado el soporte plástico por uno virtual, empleándose de igual manera para hacer uso del crédito. En este caso la parte de la tarjeta que es utilizada es el número, él cual debería de ir siempre acompañado de un NIP o de una firma electrónica. Entre las tarjetas con soporte plástico se encuentran las tarjetas de débito, crédito, las de garantías de cheques y las de monedero electrónico.

Debemos reconocer que el pago con tarjetas electrónicas han venido a agilizar las transacciones en muchos aspectos, sin embargo, se hace necesario señalar que desde que surgen las formas de pago a través de la red se han tratado de diseñar mecanismos que proporcionen seguridad a las compras realizadas por Internet, por lo que se hace realmente necesario cumplir con los siguientes desafíos:

Que se asegure la confidencialidad de la información que se maneja.

Que se garantice que la persona que hace uso de la tarjeta sea el legítimo usuario de la cuenta.

Que existan autoridades que certifiquen la autenticidad del comerciante, habilitándolo para recibir pagos por Internet.

El uso convencional de la tarjeta de crédito se caracteriza por permitir la identificación del titular de la misma, en el caso del pago por medios electrónicos, el prestador debe procurar en su propio beneficio la identificación del cliente, ya que sólo la tarjeta es segura en tanto su titular sea el único que pueda efectuar pagos con la misma.

Un elemento común de la forma de pago con tarjetas electrónicas es el cobro por anticipado

cuando el producto que se compra on-line no es entregado de inmediato por la distancia o la naturaleza misma del producto, dándose una entrega diferida en la que se debe comprobar el pago. Lo que debemos aclarar es la obligación que tiene el proveedor de rembolsar la suma abonada en caso de no encontrarse disponible el producto objeto del pedido.

Si la identificación del titular por medios electrónicos se hiciera con la firma electrónica y su respectivo certificado de autenticación, dicho certificado de autenticación en un entorno intangible como la Internet sería el equivalente a la garantía de la identificación del titular. Se resolvería el problema relativo a la confiabilidad de la información emitida por medios electrónicos, con base en el uso de claves, contraseñas y demás sistemas de herramientas basándose en una constancia o certificado que le dé cierto valor jurídico similar al que tiene la firma manuscrita. Es entonces necesario la existencia de prestadores de servicios de certificación, los que al emitir un certificado, autentifiquen la identidad del titular de la tarjeta, evitando de esta manera algún cargo, sin que haya sido presentada directamente por el titular, por lo que la prioridad en los pagos por Internet resulta buscar la disminución de abusos que conlleven a la comisión de delitos por la red y la certeza de que la compra haya sido realizada por el titular de la tarjeta, sin embargo para la compra al menudeo resulta impráctico por el costo.

Cuando se hace uso de una tarjeta sin utilizar firma electrónica el vendedor tiene la posibilidad de conocer los datos de la tarjeta, cuando se hace uso de la tarjeta y adicionalmente se cuenta con certificado no los llega a conocer. El comprador se identifica ante el vendedor y éste ante aquél. El comprador hace el pedido, que firma electrónicamente. El vendedor tiene acceso a los datos relativos al objeto de la compra pero no a los de las tarjetas. Los datos de la tarjeta son remitidos al banco del comerciante, sea por éste o directamente por el comprador.

Mediante el certificado, un tercero de confianza garantiza, dando la seguridad, la identidad del firmante. De esta forma, el pago mediante tarjeta, una vez autorizada la operación, resulta absolutamente segura para el vendedor.

Es momento de mencionar los riesgos que se corren al realizar pagos por medios electrónicos, ya que como bien es conocido los medios de pago tradicionales sufren numerosos problemas de seguridad: Falsificación de firmas de billetes, cheques sin fondo, etc. Por otro lado, los medios de pago electrónicos, además de estar sujetos a los mismos problemas, presentan riesgos adicionales, pues a diferencia del mundo físico, en la red la información puede ser copiada perfectamente, además de la facilidad con la que se puede acceder a cierta información sobre números de usuarios o claves.

La Internet se ha convertido en la principal vía de acceso a información, sin embargo el uso es considerado un gran riesgo. En cualquier punto del viaje de la información pueden haber alteraciones, habiendo la posibilidad de que sea destruida o incluso robada. Resulta necesario hacer mención del gran vacío que existe sobre adiciones a la legislación vigente que regule algunos temas importantes del comercio electrónico, entre ellos el manejo de la información y la confidencialidad. La buena aplicación de las normas que regulan al comercio electrónico, procurando dotar de seguridad a las partes, determinaría en gran medida el éxito de las empresas que realizan negocios por la Red.

A la hora de proporcionar seguridad a los pagos hechos por Internet los protocolos han jugado un papel fundamental. La tecnología SET (Transacciones Electrónicas Seguras) es un sistema de seguridad creado por Visa y MasterCard y que hasta ahora es la que se ha posicionado mayoritariamente en las operaciones de pago por Internet. Existe otro sistema alternativo llamado SSL, dotando así de cierto grado de seguridad a las transacciones on-line.<sup>9</sup>

Por su parte el protocolo SET es un sistema de autenticación del titular de la tarjeta, mediante un certificado proporcionado por la entidad bancaria. La información viaja encriptada, evitando que cualquiera pueda acceder a la información. Permite por su parte la privacidad de los datos, ya que el comerciante no puede ver la información de pago del usuario, el banco sólo conoce los datos de transacción, pero no el producto asociado a la misma.

La irrupción del sistema SET está siendo lenta, pero poco a poco va ganando terreno. Cada vez hay más empresas interesadas en su instalación aunque éstas, para rentabilizarlo, tienen que tener un alto volumen de negocio. A finales de 2001, más de 200 entidades bancarias de 18 países europeos utilizaban ya el sistema SET en sus transacciones electrónicas, una cifra que supone un incremento del 108% con respecto al año anterior. En total, en el mundo hay ya 300 bancos de 30 países que han adoptado este medio de certificación y cifrado y su número va en aumento.<sup>10</sup>

Para finalizar nos gustaría mencionar que uno de los requisitos principales para dotar de seguridad a los nuevos medios de pago es que los participantes del sistema (empresarios, banca y consumidores) demuestren que son lo que dicen ser, de tal manera que se hace imprescindible nuevamente la presencia de la entidad, que bien podría ser un órgano administrativo que se encargue de proporcionar certificados de identidad, que cuenten con ciertos protocolos, los cuales deben ir avanzando tan rápido como las habilidades de los hackers.

### 3.5 LA FIRMA ELECTRÓNICA

En el mundo que nos toca vivir se empieza a tornar totalmente normal y frecuente el uso de la firma, para un sin número de fines, sin que haya necesidad de contar con algún tipo de validación. De manera que sólo basta adoptar una firma y hacer uso de ella con toda libertad.

Por firma se entiende:

“El conjunto de signos manuscritos por una persona que sabe leer y escribir, con los cuales habitualmente caracteriza los escritos cuyo contenido aprueba La firma es el nombre y apellido de una persona, que ésta pone en rúbrica al pie de un documento escrito de mano propia o ajena, para darle autenticidad o para obligarse en lo que en él se dice”.<sup>11</sup>

En palabras de Agustín Madrid Parra “ la firma se utiliza como medio de atribución de la autoría de una obra, que puede ser de variada naturaleza, desde una obra de arte hasta un

contrato”<sup>12</sup>. A pesar de que en nuestro Código Civil no se exija el uso de la firma para el perfeccionamiento del Contrato de Compraventa, que es el contrato que en este momento nos ocupa, en realidad es importante señalar que el uso de la firma se encuentra íntimamente ligada con la manifestación de la voluntad de contratar. Por otra parte el Lic. Madrid Parra<sup>13</sup> considera que aún más importante que la declaración de la voluntad en un espacio electrónico, resulta el identificar a la persona a la que se le atribuye esa declaración, es decir, quien es el autor.

Es a través de la firma plasmada en un documento donde surge el nexo jurídico entre el contenido del documento y el firmante y se sujeta de esta manera a los derechos y obligaciones que se establecen en el documento.

Es ahora cuando nos encontramos nuevamente frente a los avances tecnológicos que empiezan a provocar una imparable revolución en los medios de comunicación y en la manera de contratar. Encontramos entonces que las relaciones jurídicas se han empezado a generar en un entorno electrónico y virtual.

En un supuesto ampliamente aceptado en el área de la contratación por medios electrónicos que, así como existen diversas formas de identificar al autor de una declaración de voluntad del mundo no electrónico, existen formas de hacerlo por el mundo electrónico.

La utilización de la firma digital asegura que el emisor y el receptor del mensaje (ya sean dos empresarios, un empresario y un consumidor o un ciudadano con la administración Pública) puedan realizar transacciones fiables.

De la misma manera en la que la firma manuscrita ha actuado como lazo entre el firmante y todos aquellos elementos de un documento en papel, la tecnología se ha visto en la necesidad de innovar en herramientas que cumplan de alguna forma con las funciones de la firma manuscrita, es así como la informática crea claves, llaves o números personales, con el principal objetivo de identificar al autor de un documento electrónico. Resulta importante señalar en este punto que de acuerdo a las adiciones al Código Fiscal publicadas el 5 de

enero del 2004 en el artículo 17G se establece que la firma electrónica avanzada y certificada sustituye en el caso de las comunicaciones electrónicas a la firma manuscrita.

Las claves, llaves o números personales tendrán una complejidad acorde a la importancia de la función que se pretende que cumplan. Es necesario mencionar que no todas las claves o números personales son creados con el fin de suplir a la firma manuscrita, algunos de ellos son diseñadas para dotar de confidencialidad a ciertos documentos electrónicos. La firma electrónica es la herramienta que busca identificar al emisor de algún mensaje transportado por vía electrónica.

Sin embargo, hay algunos puntos que hacen diferente a la firma autógrafa de la firma electrónica. En primer lugar mientras la firma autógrafa descansa en aspectos físicos que se convierten en barreras naturales que impiden la imitación y en caso de darse puede ser detectada. La firma electrónica descansa en la tecnología, normas, obligaciones y sobre todo en la confianza que se pueda dar entre las partes.

Por otra parte es imposible poder ceder la habilidad de dibujar los trazos de la firma autógrafa a otra persona. En comparación la firma electrónica puede ser cedida o puede ser usada sin autorización del titular.

A la fecha se encuentran integrados algunos conceptos de firma electrónica, enseguida señalaremos algunos:

“La firma electrónica se entiende aquella que identifica al autor del texto mediante el uso de claves asimétricas. Una clave privada mediante la cual el emisor encripta o codifica el texto que emite, el cual solo podrá ser descriptado o decodificado mediante una clave pública asociada a ese emisor. El destinatario puede acceder a esa clave pública y existe además un tercero encargado de garantizar que esa clave pública corresponda al emisor”.<sup>14</sup>

Alejandro Ribas considera que “la firma electrónica es el cifrado de un mensaje utilizando un sistema de cifrado asimétrico de manera que la persona que posea el mensaje inicial y la

clave pública pueda determinar de forma fiable si dicho mensaje se hizo usando la clave privada correspondiente a la clave pública del firmante, y si el mensaje ha sido alterado a partir del momento en el que fue cifrado”.<sup>15</sup>

Según se entiende existen varios procedimientos de firma electrónica, el más sencillo parece ser el de la criptografía simétrica, en razón de que es una clave que es utilizada por el emisor y el receptor del mensaje. En la práctica este tipo de firma electrónica es usualmente manejado en aquellas relaciones en las que las partes se conocen previamente y en las cuales impera evidentemente la confianza mutua.

En el caso del comercio electrónico en Redes abiertas (Internet), se crea un procedimiento de criptografía asimétrica que cuenta con una clave privada, de uso exclusivo para el firmante, con la cual se encargará de cifrar sus mensajes. Para descifrar el mensaje en mención se usa una clave pública, dicha clave es para cualquier tercero que desee llevar a cabo el descifrado.

La intención principal del procedimiento de criptografía asimétrica es la de proteger la información transportada por la Red, por tal motivo ningún documento que en el tránsito haya sido alterado durante el transcurso, no podrá ser descifrado por el tercero a través de la llave pública, proporcionando de esta manera cierta seguridad al emisor y al tercero de la inalterabilidad del documento generado, al mismo tiempo de que el tercero puede tener confianza de que el mensaje ha sido cifrado por el titular de la llave privada, ya que cada llave privada debe corresponder de manera lógica a la llave pública que usó.

Partes que intervienen en el procedimiento de criptografía asimétrica.

La firma electrónica es una estructura triangular en la que participan tres personajes: firmante, autoridad certificadora y tercero que confía.

Firmante

“La Ley Modelo de la UNCITRAL sobre firmas utiliza el término firmante para referirse al tenedor de la clave privada”<sup>16</sup>. Por su parte la Ley española RDL 14/1999 le llama

signatario y lo define como “aquella persona física o jurídica que cuenta con un dispositivo de creación de firma y que actúa en nombre propio o en representación de alguna persona moral o jurídica”.<sup>17</sup>

En España a través de la Ley RDL 14/1999 se llega al acuerdo de proporcionar la firma electrónica sólo a personas físicas en el ámbito de Derecho Privado. Por su parte las personas morales podrán hacer uso de una firma electrónica siempre que se haga uso de ella exclusivamente en el Derecho Público, de esta manera la tecnología abre paso a nuevas posibilidades.

El uso de la firma electrónica y la aparición de novedades electrónicas marcarán la pauta para el manejo generalizado de la Internet para contratar, hasta ahora sólo vemos que el uso de la firma electrónica se presenta en aquellas ocasiones en las que la cuantía o la relevancia de la operación así lo requieren, de la misma forma vemos que hasta el momento el costo de cualquier llave o clave se eleva considerablemente de acuerdo a los elementos de seguridad que contengan. La preocupación se mantiene en aquellas operaciones de simple compraventa a través de Internet se cuenta con muy pocos elementos con los que se puedan identificar a los contratantes, sin contar que las claves o números personales suelen ser pocos seguros.

#### Entidad Certificadora

“La Entidad Certificadora es la entidad que da testimonio de la pertenencia o atribución de una determinada firma digital a un usuario o a un certificado de menor nivel”.<sup>18</sup>

La Entidad Certificadora es el elemento encargado de revestir de seguridad a la relación entre el firmante y el tercero que confía, dicha función se vuelve de alguna manera imprescindible, las razones podríamos resumirlas a continuación:

Las partes no se encuentran presentes en algunas ocasiones y actúan sin conocerse previamente, es por lo que se busca que intervenga un tercero lo suficientemente confiable como para certificar la identidad de aquel que firma. La idea es pues que las entidades

certificadoras aporten seguridad jurídica a las operaciones realizadas por Internet.

El 5 de enero del 2004 se publican en el Diario Oficial de la Federación algunas adiciones al Código Fiscal de la Federación. En dichas adiciones se señalan dos organismos encargados de emitir certificados de firmas electrónicas, por un lado las personas físicas deberán tramitar el certificado de autenticidad con las empresas que sean autorizadas por el Banco de México, mientras que las personas morales tendrán que acudir al SAT para obtener su certificado. Se adicionan los requisitos que deben cumplir las personas físicas o morales que deseen adquirir un certificado de firma electrónica avanzada, además de los datos que debe contener el certificado de autenticación. Las reformas al Código Fiscal son un paso importante para la conformación de una legislación clara y completa en México, que cumple cierta uniformidad con las Leyes Modelos propuestas por la UNCITRAL.

En la práctica en México se empieza a crear una infraestructura certificadora, que había surgido de la alianza entre la Asociación Nacional del Notariado Mexicano y el Colegio Nacional de Correduría Pública Mexicana, así como la empresas SeguriDATA e Infosel19. De tal modo que surge una Red de certificación que busca verificar la identidad de usuarios de firmas electrónicas, procediendo a emitir un certificado digital, a través de un proceso totalmente en línea, además de que se pretende formar Registro de llaves públicas, al cual pueda acceder cualquier interesado.

En España por ejemplo, cualquier persona física o moral puede emitir certificados de autenticidad, debiendo recibir una licencia de una entidad superior (organismo público), siempre que el solicitante cubra con todos los requisitos establecidos en ley. “Desde 1997 se encuentra operando la ACE en España, constituida por algunas empresas dedicadas a los negocios por Internet y que promueven directamente el uso del protocolo SET, su principal función se ha vuelto la certificación de la identidad de los usuarios de tarjetas de crédito y de los comercios que operan en Internet”.<sup>20</sup>

La entidad FESTE también se encuentra en España haciendo labores de certificación, por su parte ésta se encuentra conformada por notarios, corredores y la Cámara de Comercio de

Barcelona.

### Responsabilidad de las autoridades de certificación.

Cuando a un usuario se le causa un daño, es necesario plantear el tema de la responsabilidad de las entidades certificadoras, ya que al hablar de dicha responsabilidad es necesario establecer ciertos parámetros que nos dejen ver de manera clara hasta donde se pueden imputar o excluir responsabilidades.

Resulta primordial el equilibrio que debe existir entre las partes, sobre todo al considerar que el tercero que confía en el certificado debe ser responsable de las cargas que adquiere al aceptar y usar la información que un certificado proporciona, siendo cierto también que los terceros que confían suelen ser los más desprotegidos en la mayoría de los casos.

La propuesta de la Ley Modelo de la UNCITRAL nos parece congruente ya que propone un “régimen de responsabilidad por culpa con inversión de la carga de la prueba”<sup>21</sup>, que propone responsabilizar a las entidades certificadoras solo en caso de que no ejecuten sus funciones con la debida diligencia, produciendo daños a un tercero.

### Receptor

El receptor la persona que recibe un mensaje firmado electrónicamente y confía en el certificado que hace constar la identidad del autor del mensaje recibido.<sup>22</sup> La Ley Modelo de la UNCITRAL lo maneja bajo el concepto de tercero que confía y no establece ninguna responsabilidad para el mismo, tan sólo trata de dejar sentado que, todos los riesgos que asume al confiar en un certificado sin antes verificar que cumple con los requisitos elementales, correrán por su cuenta.

### Algunas experiencias legislativas en firma electrónica:

La ley de Utah en Estados Unidos fue la primera en regular a la firma electrónica, por su parte en Europa, se crea una ley en Alemania en 1997, cuenta con 16 artículos que regulan

los siguientes puntos:

Definiciones

Áreas de aplicación

Autoridades certificadoras

Licencias de certificación

Emisión de certificados

Responsabilidad de las autoridades

Estas leyes tienen el propósito de regular las condiciones generales para que las firmas electrónicas puedan ser consideradas seguras. Al observar el esfuerzo que han hecho algunos países para legislar sobre temas derivados de los avances tecnológicos nos presentamos ante algunas implicaciones importantes, es entonces cuando debemos observar que la Internet es una Red que no cuenta con territorio, por lo que podrían generarse algunas divergencias legales, por tal razón se corre el riesgo de inhibir el desarrollo de nuevas actividades económicas relacionadas con el comercio electrónico.

Actualmente el uso de la firma electrónica en México, a nuestra consideración, basa su problemática en los siguientes puntos:

La eficiencia en los órganos que regulen las funciones de las autoridades certificadoras de firmas electrónicas.

La aún carente armonía entre sistemas, redes de comunicación, las nuevas tecnologías y la legislación, que actúen como garantía del buen funcionamiento de los sistemas y consecuentemente de la firma electrónica.

Los rápidos avances tecnológicos y la dimensión mundial de la Internet, haciendo necesario uniformar marcos jurídicos, tecnologías y servicios de autenticación electrónica de datos.

El Receptor

El receptor en el caso de un contrato de compraventa la contraparte en la relación contractual, confiando en el certificado que hace constar la identidad del usuario de la firma electrónica.<sup>23</sup>

En la Ley Modelo de UNCITRAL sobre firmas electrónicas no se establece responsabilidad alguna para el receptor, tan sólo se trata de dejar sentado que el receptor asume todos los riesgos al confiar en un certificado sin verificar que la firma cuente con determinados requisitos sobre la base del sistema de criptografía simétrica.

Acuse de recibo

“La firma Digital utilizada con certificados digitales hace prueba del autor y contenido de un mensaje, sin embargo en el caso de los medios electrónicos necesita que las partes tengan una copia de la oferta y aceptación contractual firmada de las partes”.<sup>24</sup>

La aceptación es el acto de admisión de una oferta, siendo esencial para la existencia del compromiso entre las partes. Es necesario que el ofertante reciba la aceptación por parte del consumidor. En relación con la aceptación por Internet encontramos que a través de un acuse de recibo el ofertante estaría recibiendo de forma explícita la aceptación.

En un escenario electrónico el acuse de recibo consta de un documento electrónico que el receptor envíe al emisor, con la finalidad de hacer saber que recibió íntegro el mensaje. El documento que funge como acuse de recibo se entiende que se encuentra firmado digitalmente.<sup>25</sup>

Es así como la regulación de los medios electrónicos empieza a convertirse en una bola de nieve, aunque por ahora es muy lenta, nos encontramos esperando el momento en el que surjan las normas que sean necesarias y se apliquen correctamente.

### 3.6 LUGAR DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICO

Dado que en Internet pueden producirse operaciones comerciales con personas físicas o morales de otros países, surgen algunas preguntas sobre la situación jurídica de las

contrataciones internacionales por Internet. Mientras tanto organismos y convenios internacionales han mostrado ineficacia para evitar los daños y abusos en las relaciones comerciales que día a día se celebran en la Red, parece que el entorno electrónico se ubica en un ambiente sencillamente complejo.

La cuestión relativa al lugar de celebración del contrato electrónico tiene una enorme importancia. Por un lado, porque para resolver las cuestiones que se susciten sobre la conformidad o disconformidad con lo establecido en el acuerdo de voluntades y en el que las partes se encuentren en diferentes países, es preciso determinar la competencia. Y por otro, porque puede ser necesario en el Derecho interno determinar la competencia de los órganos jurisdiccionales competentes, por razón del lugar de celebración del contrato.

Debemos señalar el problema de ubicar espacialmente una página Web, ya que los nombres de dominio que poseen los proveedores en Internet, no siempre corresponden a la ubicación física conocida<sup>26</sup>. El problema también aparece mirando la cuestión desde la perspectiva de la otra parte contratante, es decir, el adquirente de bienes y servicios, ya que puede realizar la operación desde cualquier computadora conectada a la Red.

Nuestro país es parte de la Convención de compraventa internacional de mercaderías, celebrado en Viena el 11 de abril de 1980. Su finalidad es establecer una uniformidad legislativa sobre la compraventa internacional de bienes. La Convención aclara algunos puntos que debe cubrir una venta para que cumpla con el carácter de internacional, en el primer punto encontramos que es necesario que los contratantes se encuentren ubicados en diferentes países y el objeto del contrato debe consistir en bienes muebles. Resulta entonces evidente que dicha Convención la podemos aplicar sin problema a los contratos de compraventa celebrados por Internet, sin embargo, la Convención sólo puede aplicarse a los países firmantes, por lo tanto no podría aplicarse a los contratos que se firmen con países que no pertenezcan a la Convención.

### 3.7 LA ENTREGA DE LA COSA

En muchos casos, la forma de entrega va íntimamente relacionada con la forma de pago, de

manera que la entrega se condiciona al pago previo de la cantidad acordada, o bien el pago se efectúa en el momento de entrega, de acuerdo a lo establecido en el artículo 2286 del Código Civil.

En el caso de productos que pueden suministrarse en formato digital, es posible efectuar la transferencia del bien a través de la propia red. Este es el caso de los programas, imágenes digitalizadas y las demás obras que pueden transferirse a través de la computadora.

En el caso de los servicios, también es posible prestarlos a través de la Red, por ejemplo los servicios de base de datos, traducción, auditoría, y cualquier otro trabajo que pueda efectuarse sin necesidad de un desplazamiento o contrato personal.

En lo que respecta a los productos analógicos, es decir, todos aquellos bienes que no pueden ser entregados a través de la red, la forma de entrega será la pactada en la casilla correspondiente del formulario de pedido, pudiendo ésta ser cualquiera de las modalidades habituales en el comercio convencional, por ejemplo: Correo, mensajería, transportes por carretera, avión, etc. En estos casos será importante establecer en el contrato la parte que se hará cargo de los costos de envío. Un servicio extra que prestan algunas empresas consiste en proporcionar una base de datos on line, en la cual el consumidor puede consultar la situación en la que se encuentra su pedido.

Cada tipo de negocio demandará preferentemente una o varias modalidades de transporte, la finalidad por otro lado de la contratación electrónica es la prestación de un servicio de entrega rápido, con costos razonables, ya que el proveedor se estaría evitando algunos gastos de almacenamiento y colocación en el mercado.

Por su parte la Ley Federal de Protección al Consumidor establece en el artículo 53 Fracción IV el deber de los proveedores de informar al consumidor la posible fecha de entrega, así como los costos del flete, seguro y en su caso la marca del bien o servicio. De igual manera las partes pueden pactar la fecha de entrega.

### 3.8 DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR

En este punto señalaremos la existencia de un derecho, cuyo ejercicio puede afectar tanto el pago como la entrega del producto. Se trata del derecho de desistimiento.

Cuando el consumidor decide revocar el contrato de compraventa electrónico, la única obligación por su parte consiste en pagar los gastos que origine esa devolución y, en su caso, la indemnización por daños y perjuicios que haya podido sufrir el producto en su retorno. Por tanto, cualquier sanción o penalización que imponga el vendedor en caso de que el comprador ejerciera su derecho de desistimiento queda prohibida, siempre que la devolución se haga efectiva dentro del plazo señalado por el artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que es de cinco días.

En el derecho de desistimiento se contempla la no realización del pago por el producto devuelto. El vendedor ha de devolver la cantidad abonada, en el supuesto de haberse cubierto el precio, estos casos suelen ser pactados en los contratos.

Uno de los puntos relevantes a tratar es el carácter general que puede llegar a tener el derecho de desistimiento en perjuicio del vendedor, como los siguientes casos:

Ventas de objetos o programas que puedan ser reproducidos, copiados o instalados de inmediato o que, en razón de su naturaleza no puedan ser devueltos. Admitir el derecho de desistimiento en relación con estos productos, ya sea que se entreguen en la Internet o fuera de ella, significaría dar carta abierta a la posibilidad de pérdidas económicas para el vendedor.

Adicionalmente podemos señalar algunas otras razones que podrían desembocar en el desistimiento por parte del consumidor:

Inconsistencia de pedidos y fechas de entrega, errores de cálculo y facturación, diferencias en empaque, fallas en logística de distribución, incapacidad de respuesta por falta de personal, confusión en la aplicación de descuentos, incumplimiento de normas (LFPC) y especificaciones, inseguridad de mensajeros, costo de transporte y gasolina, tiempos de trámite y envío.

Aclarando que sólo nos referimos al derecho de desistimiento, sin negar que se pueden presentar otras causas legales para la revocación del contrato.

#### 4.1 NOCIONES DE CONSUMIDOR

La creciente aparición de los fenómenos tecnológicos es imposible detenerla, sin embargo se espera que los Estados puedan de alguna manera dotar de un marco jurídico, así como promover la organización de dichos fenómenos con el fin de satisfacer de alguna manera las necesidades de los consumidores.

En la actualidad se suele usar comúnmente la expresión “sociedad de consumo”, en busca de proporcionar la idea de la abundancia de productos que se pueden encontrar y que implica también un buen número de población que puede consumirlos, así como todo un complejo sistema publicitario por parte de los empresarios, que tratan de determinar la dirección en la que los consumidores deben moverse.

La existencia de múltiples manifestaciones económicas, culturales y sociales, de alguna manera han determinado al consumidor como la parte débil en las relaciones de consumo, por lo que a partir del siglo XX es cuando surgen movimientos a favor de los Derechos de los consumidores. “A causa de algunos escándalos farmacéuticos en Estados Unidos en 1914, se da la aparición de Leyes en las que se establecen ciertos Derechos para los consumidores. El segundo movimiento se presenta durante la depresión económica en la década de los treinta, dichas protestas son provocadas por las exageradas alzas de precios en alimentos y productos farmacéuticos, de tal manera que el gobierno de Estados Unidos responde con la ampliación de los poderes de la Comisión Federal para el Comercio, en ese momento el principal objetivo era combatir las prácticas ilícitas y fraudulentas por parte de los proveedores”.<sup>1</sup>

Es entonces en la década de los setentas cuando el Presidente Kennedy sienta las bases del derecho a ser informado como un derecho fundamental de los consumidores y que ha sido piedra angular en la lucha por proteger sus intereses en Estados Unidos.<sup>2</sup>

Mientras tanto en Europa se da la discusión de los derechos de los consumidores como parte de los Derechos Humanos de tercera generación. El movimiento se extiende a través de publicaciones, emisiones radiofónicas y televisivas, dirigidas principalmente a la educación e información para los consumidores, de igual manera se crean organismos administrativos protectores de los derechos de los consumidores.

En 1973 surge la Carta Europea de Protección a los Consumidores y es el primer documento que reconoce derechos a los consumidores; se vuelve la base para los ordenamientos de los países miembros de la Comunidad Económica Europea.<sup>3</sup> En este ordenamiento se reconocen cinco derechos fundamentales:

- El derecho a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores. Los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición de los consumidores deben ser tratados de manera tal que no constituyan un riesgo para la salud. De igual manera todos aquellos riesgos que puedan ser previstos, deben ser puestos a consideración de los consumidores. El consumidor debe ser protegido por los fabricantes o productores de cualquier daño causado por mercancías o productos defectuosos.
- El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores. El consumidor tiene derecho a ser protegido del abuso de poder del proveedor; es el tema específico son las cláusulas abusivas de los llamados contratos de adhesión y las condiciones abusivas de crédito. La publicidad por su parte no busca inducir al consumidor al error, cualquier producto debe informar adecuadamente sobre las características del producto y precio, garantizando la veracidad de la misma, es decir, se debe proporcionar al consumidor la mercancías o el servicios que deben ser enteramente satisfactorio.
- El derecho a la reparación de los daños. El consumidor debe ser informado de los medios a través de los cuales puede interponer una queja sobre los daños sufridos

por un producto defectuoso o por un servicio deficiente. Tiene además el derecho a asesorías y procesos rápidos y poco costosos para pedir la reparación de los daños que se le hubieren ocasionado.

- El derecho a la información y a la educación. Nuevamente nos encontramos frente el derecho de los consumidores a conocer toda la información sobre las características específicas de la mercancía y los servicios, así como el precio, calidad, cantidad y todo lo referente a su naturaleza, de igual manera se deben garantizar los medios para la reparación de los daños causados por productos o servicios deficientes. La educación deberá ser proporcionada a través de medios masivos, con el fin de que toda persona tenga las posibilidades de consumir de una manera informada y consciente de sus derechos y responsabilidades.
- El derecho de la representación. Los consumidores tienen derecho a ser consultados y escuchados en la toma de decisiones en los que se encuentren involucrados, en particular, por las asociaciones encargadas de la protección e información de los consumidores.

Todas las gestiones proteccionistas de los derechos de los consumidores derivaron en algunas resoluciones de la Asamblea General de las Naciones Unidas, buscando generar directrices en materia de derechos de consumo para los Estados miembros, dichas directrices retoman ciertos derechos fundamentales, como son:

- Protección a los consumidores frente a los riesgos para la salud y su seguridad.
- Protección y promoción de los intereses económicos de los consumidores.
- El acceso de los consumidores a la información.
- La educación del consumidor.
- La posibilidad efectiva de la compensación efectiva para el consumidor.
- La libertad de constituirse en grupos u organizaciones de consumidores, así como la libertad de emitir sus opiniones en los procesos de tomas de decisiones que los afecten.

En la propuesta de la ONU es evidente la influencia de la Carta Europea de Protección de los Consumidores, nos lleva entonces a la conclusión de que protegen en esencia los mismos derechos, el paso a seguir es el fortalecimiento de cada uno de éstos.<sup>4</sup>

Ahora bien el antecedente de la protección al consumidor se traduce en hacer del contrato, la ley entre las partes, sentada sobre la base de que la voluntad entre ellas se convierte en la norma que rige sus relaciones.

En el Derecho Privado podemos señalar dos conjuntos de normas esencialmente, el Código Civil y el Código de Comercio, sin embargo, debemos recordar que son códigos que recogen un espíritu individualista y que están adecuados para regular y solucionar los conflictos sociales de manera individual. Hoy en día los fenómenos económicos son en gran medida colectivos, esto se traduce en un conjunto de insuficiencias, como los altos costos de los medios judiciales, sin mencionar el tiempo que tarda un proceso para la reparación del daño individual.

#### 4.1.1 CONCEPTO DE CONSUMIDOR

Antes de continuar el análisis de los derechos de los consumidores todavía hay que establecer la noción de consumidor. De tal manera que podemos iniciar con la definición que da la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 2 y que señala al consumidor como “la persona física o moral que adquiere realiza o disfruta como destinatario final de bienes o servicios. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros”.

Encontramos la definición del Diccionario Jurídico en el que se establece al consumidor como “la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes, productos, servicios o funciones para su uso personal, familiar o colectivo, siempre que lo haga como destinatario final, y siendo indiferente de la calidad pública o privada de todos aquellos que

los produzcan o suministren”.<sup>5</sup> Aunque el término usuario se utiliza indistintamente con el de consumidor, se estima que el primero es el que adquiere servicios o actividades, mientras que los consumidores son los que adquieren bienes o productos. El prototipo de consumidor que demanda protección es la persona que individualmente carece de medios para hacer valer sus justas exigencias sobre los productos o servicios que adquiere, no pudiendo, por tanto, enfrentarse con las empresas con las que contrata.

Por su parte, Phillippe Malinvaud define al consumidor como “la persona que contrata con el objeto de consumir”<sup>6</sup>, es decir, de utilizar un bien o servicio; será entonces considerado como consumidor no solamente el que compra un automóvil para su uso personal, sino también el que lo adquiere para el ejercicio de su profesión. En ambos casos, consume; la única excepción, en esta primera concepción, sería la compra para revender, ya que en ese caso el bien no es consumido.

La protección al consumidor se extiende simultáneamente a los bienes y a los servicios, porque el consumidor no es sólo un comprador en el mercado, sino también un usuario de servicios puestos a su disposición por los proveedores.

#### 4.2 LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La Ley Federal de Protección al Consumidor entra en vigor el 5 de febrero de 1976, su objeto esencialmente ha sido los intereses de los consumidores y su defensa. Por su parte la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1992 parte de los cinco principios básicos recogidos por la Carta Europea de Protección a los Consumidores, de igual manera se basa en el Código brasileño de 1990 para realizar la clasificación de los derechos fundamentales anexando a la redacción de la LFPC el derecho al acceso a los órganos jurisdiccionales y administrativos.<sup>7</sup>

La Procuraduría de Protección al Consumidor nace como un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa

encargada de promover y proteger los intereses del consumidor, llevando a cabo sus funciones de conformidad a un marco jurídico que descansa en los principios establecidos en el artículo 28 Constitucional, que tiene por objeto garantizar la equidad y la seguridad jurídica de las relaciones de consumo.<sup>8</sup>

Se puede afirmar entonces que no todos los derechos del consumidor tienen un carácter económico, de salud o educación, ya que podemos encontrar conjuntos de normas dirigidas a formar los medios o instrumentos para dar eficacia y firmeza a los demás intereses y derechos del consumidor.

Sin embargo, anteriormente no tenía contemplados los consumos realizados a través del uso de medios electrónicos. Por ello, la Reforma del 29 de mayo de 2000 busca actualizar la ley para desarrollar una efectiva protección al consumidor.

En primer lugar, la Reforma tiene por objeto la protección a los principios básicos de consumo, en las operaciones realizadas por medios electrónicos, evitando el manejo fraudulento de la información y datos que son proporcionados por esta vía.

La Procuraduría Federal del Consumidor por ser la instancia que hace efectiva la protección de los consumidores, tiene con base en esta Reforma, la atribución en coordinación con la Secretaría de Economía, de formular y difundir los códigos de ética para aquellos comerciantes que hagan uso de los medios electrónicos en sus operaciones. Así, los ofrecimientos hechos por este medio tendrán que ser equitativos y transparentes, los consumidores tendrán que ser respetados en cuanto a la información que quieran recibir y las prácticas de mercadotecnia serán igualmente cuidadas, sobre todo en lo que respecta a la población más vulnerable como son los niños, ancianos y enfermos. Un punto principal es la posibilidad del consumidor de tomar una decisión con base en la información clara y accesible que obtenga.

Mediante la adición de un nuevo capítulo para las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, se protegen puntos

importantes que anteriormente no tenían una regulación específica, y son:

- **Confidencialidad:** la información que se utilice en estas transacciones tendrá que ser destinada a la operación para la que fue requerida, sin que corra el riesgo de ser divulgada, salvo la autorización expresa. Además el proveedor tiene que contar con elementos suficientes para asegurar que la información se mantiene de manera segura y confidencial. La finalidad es evitar problemas que se han suscitado sobre todo en la utilización de tarjetas de crédito para el pago, así como la información personal.
- **Información.** Como medio para evitar fraudes y engaños que se dan continuamente y con gran facilidad, se contempla la obligación del proveedor de facilitar al consumidor la información necesaria para la toma correcta de decisiones en el consumo.
- **Publicidad.** Respecto a la información y publicidad que el proveedor anuncia en los medios electrónicos, actualmente se han facilitado las prácticas comerciales engañosas, en las que se exageran las características de los productos, por lo que se señala la obligatoriedad del cumplimiento de las previsiones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezcan.
- **Plazo.** En cuanto al plazo en que una oferta debe mantenerse y el plazo en la que se puede revocar una aceptación que en la iniciativa señalaba será de 48 horas( no aparece en las reformas publicadas en el Diario Oficial) evitando así problemas anteriores en los que resultaba complicado determinar el tiempo por el que se encontraba vinculado el proveedor a una oferta.

#### 4.3 LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

A partir de la aparición del Internet y la posibilidad de hacer negocios por este medio, nos hemos encontrado con situaciones que se han presentado como los principales problemas, nuevamente encontramos la cuestión de la localización geográfica, ya que este fenómeno de falta de localización geográfica afecta de manera directa al derecho de los consumidores, en

cuanto se da una falta de espacio físico de la Internet.

Por otra parte debemos recordar que uno de los derechos del consumidor, consiste en asegurar el acceso a los órganos jurisdiccionales y administrativos con el fin de hacer valer sus derechos. De tal manera que es necesario, ante la deslocalización de las compras realizadas por Internet, considerar que los procesos de Derecho Privado carecen de pleno acceso de los individuos en las relaciones de consumo, de tal manera que se necesita que la comunidad internacional busque proteger los intereses de los consumidores, elaborando normas, creando vínculos institucionales efectivos, garantizando de esta forma la vigilancia permanente de las relaciones de consumo.<sup>8</sup> En este sentido, la evolución que ha tenido la protección del consumidor tendrá la tarea de encontrar soluciones para el nuevo mercado virtual.

El siguiente tema a tratar es la contratación electrónica, para ser más específicos, la distancia de las partes en el momento de contratar. Debemos recordar que el código Civil (artículo 1805 Código Civil) asemeja el contrato realizado por medios electrónicos al contrato telefónico, de tal manera que señala a ambos como contratación entre presentes. Anteriormente se exteriorizaron los inconvenientes de tal reforma, sin embargo, nuevamente nos resulta necesario señalarlo al tocar el tema de la protección al consumidor. “El tema principal es sin duda la falta de experiencia de los consumidores para celebrar este tipo de contratos, aunado a la prestación de los servicios financieros en los procesos de compras por Internet, lo que agrava aún más la inseguridad del usuario, ya que en realidad sabemos que los productos financieros pueden venir a acrecentar la vulnerabilidad de los mismos”.<sup>9</sup>

Por lo tanto, es fundamental armonizar las normas de los Estados sobre la comercialización minorista por Internet, ya que las ventas a distancia, en las que se involucran las prestaciones de servicios financieros <sup>10</sup>acentúan la debilidad del consumidor: el empleo de un idioma diferente, la distancia geográfica, la complejidad de las técnicas y las elevadas comisiones por la prestación de servicios financieros. Esta ignorancia es aprovechada por

los proveedores para sacar partido de la dificultad del consumidor para demandar.

Entre los aspectos que podrían ser los ejes de la protección del consumidor electrónico y que aplicados a los proveedores de productos y servicios en línea, se podría de igual manera permitir el desarrollo del nuevo mercado electrónico, son las siguientes:

**Derecho de desistimiento.** Es necesario que las legislaciones de alguna manera uniformen el periodo del consumidor para desistirse de la celebración del contrato, estableciendo las funciones de los servicios financieros en los casos de desistimiento. La finalidad es sin duda proporcionar al consumidor el tiempo necesario para que reflexione sobre la oferta o el producto, ya que la inmediatez en la celebración de los contratos en línea podrían afectar su buen juicio. El tema del desistimiento ya es tratado por nuestra legislación en el artículo 56 de la LFPC, el problema sin duda se presenta cuando la compra es realizada a un establecimiento ubicado en otro país.

**La no disponibilidad del servicio.** Tocando nuevamente este tema debemos señalar que resulta importante que el proveedor informe al consumidor de la no disponibilidad de algún producto o servicio y reembolsar cualquier suma pagada sin demora. Nos parece que en este punto se deben considerar las fallas técnicas o cualquier otra eventualidad, tratando de crear normas uniformes que equilibren a las partes de la relación contractual.

**Pagos con tarjeta.** El pago con tarjeta sin duda merece una mención especial, ya que es un elemento clave en la generación de seguridad y confianza para el consumidor. Sin embargo, este tema que ha sido tocado no sólo en los aspectos vinculados con el comercio electrónico, suele ser difícil de abordar. Pues bien en este sentido debemos señalar lo importante que es el establecer las responsabilidades de las entidades prestadoras de servicios financieros, dejando por supuesto cierta responsabilidad al consumidor sobre el resguardo de la tarjeta, los datos de la tarjeta o la de los pagos que se realicen con la misma.

Tomando en cuenta la responsabilidad del consumidor, los prestadores de servicios

financieros deben hacer del conocimiento del consumidor con claridad el contenido de los contratos que celebran, así como estudiar algunas medidas que eviten el mal uso de tarjetas, aplicando los avances en medios de seguridad, en el comercio en general.

El comercio electrónico no podrá desarrollarse sin medios de pago seguros, por lo que se espera que se ajusten las legislaciones y se puedan sentar las bases de una política uniforme en la materia.

La creación de normas comunitarias. Parece claro en este momento que la solución para los problemas a los que se enfrenta la protección de los consumidores se encuentra sin duda en el diseño de normas comunes, que permitan la protección de cualquier residente de un Estado que haya decidido adherirse a estas normas, evitando la desprotección del consumidor que adquiere por Internet productos en un establecimiento ubicado fuera de su país o de su entidad.

El nuevo entorno electrónico tiene todas las posibilidades de crecer como un gran espacio comercial y de información, pero en el nacimiento del mismo no debemos ignorar la debilidad que presenta el consumidor. En este sentido, la compraventa electrónica busca un mayor nivel de seguridad que el existente. La carencia de textos proteccionistas a nivel nacional e internacional han traído como consecuencia que el consumidor sea continuamente engañado.

## EL DEBER DE LA INFORMACIÓN

Este derecho básico lo considera la LFPC en su artículo 1º, como un derecho a la “información clara y adecuada sobre los diferentes productos y servicios, con la especificación correcta de calidad y precio, así como de los riesgos que representen”. Recordemos que el derecho a la información fue una propuesta realizada por el presidente Kennedy como un derecho fundamental de los consumidores y que fue recogido en la Carta Europea y en las directivas de la ONU y hoy en día es una de las bases sobre las que se encuentra sentado el derecho del consumo.

En México la Secretaría de Economía es la encargada de expedir las normas concernientes a los productos, principalmente toda la información sobre ingredientes, sustancias y elementos con los que se encuentran elaborados, así como caducidad, contenido y demás datos relevantes en envases, envolturas o etiquetas, de igual manera se debe informar sobre uso y conservación.<sup>11</sup>

La Procuraduría Federal del Consumidor se deberá encargar de recopilar, elaborar, procesar y divulgar y facilitar información objetiva que permita al consumidor valorar la calidad de los productos disponibles en el mercado.

Por otra parte, es en el artículo 32 de la LFPC donde se señalan los requisitos que debe cumplir la información y la publicidad difundida sobre bienes y servicios. De igual manera debemos establecer la diferencia entre información y publicidad.

Información. “Todos aquellos datos que ostenten los productos en sus envases, empaques o etiquetas y que expresen su lugar de origen, instrucciones de uso, garantía o establecimiento del proveedor”.<sup>12</sup>

Publicidad. “La publicidad es la invitación o sugerencia para adquirir algún servicio e producto en particular, regularmente se hace a través de los medios masivos de comunicación. La publicidad también puede informar características positivas del producto, todo con el fin de que el consumidor lo obtenga o utilice”.<sup>13</sup>

A continuación se señalan los requisitos que establece la LFPC a la información y publicidad emitida por el proveedor.

- Que sean veraces, es decir, que los datos manifestados sean verdaderos, fiables, que en cualquier momento correspondan las características anunciadas a las reales.
- Que puedan comprobarse, esto significa que los datos deben ser susceptibles de verificación.

- Que sean precisas, lo que señala la ley al respecto, es que los productos no deberán traer textos o imágenes que puedan confundirlo por su inexactitud.

Además de las características los productos deberán ostentar su lugar de origen y los lugares donde puedan repararse, así como las garantías. También se establece que la información deberá redactarse en el idioma español, ya sea nacional o extranjera, el precio deberá indicarse en moneda nacional, sin importar que puedan ser expresados adicionalmente en otro idioma y el precio en otra moneda.

Adicionalmente existe una información que resulta importante mencionar, se trata del precio del bien o servicio, los intereses y demás cargos que puedan ser generados con motivo del crédito. La finalidad en esta exigencia consiste en que el consumidor pueda conocer las diferencias entre el precio al contado y el precio a crédito y con base a esta información pueda elegir una forma de pago.<sup>14</sup>

Adicionalmente la PROFECO cuenta con una revista y programas radio y televisión que informan sobre los productos y hace estudios comparativos entre diferentes marcas, contribuyendo con todo tipo de comercio.

#### 4.1 EL DEBER DE LA INFORMACIÓN

La comunicación es libre y toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura. La información será garantizada por el Estado según el artículo 6º de nuestra Constitución.

En el caso de los consumidores, la información es responsabilidad de los proveedores, debiendo ser veraz, eficaz y suficiente. Por su parte el artículo 32 de la LFPC representa la disposición específica que impone a los empresarios, en el momento de llevar a cabo la oferta de contrato o cuando emiten publicidad sobre los productos y servicios que ofrecen, el deber de suministrar a la otra parte contratante cierta información, en ocasiones exhaustiva. Igualmente los artículos subsecuentes prevén supuestos en los que se debe señalar cierta información sobre los productos o servicios, justo en el momento de

celebración o posterior a éste.

Cuando la contratación se realiza por medios electrónicos el oferente de igual manera debe informar las condiciones previas a la contratación, sin embargo, en estos casos es importante que la información además contenga los siguientes datos:

Identidad y dirección del proveedor, las principales características de los servicios financieros que serán usados para el pago, el precio total del servicio financiero<sup>15</sup>, las formas de pago, el periodo de validez de la oferta o precio, la posibilidad de variación del precio, el costo del envío, la existencia del derecho de desistimiento, sus condiciones, duración y formas en las que se puede ejercitar el derecho de desistimiento, la legislación aplicable al contrato. De igual manera se debe informar al consumidor la fecha y hora en la que se contrata, características del bien o servicio que se contrata.

El proveedor deberá de proporcionar al consumidor con antelación por un medio seguro el texto del contrato, debiendo contener completa la información sobre todas y cada una de las cláusulas del mismo. Consideramos que en la contratación electrónica podría resultar inoperante el soporte en papel que se pueda entregar al consumidor, sin que esto pueda constituir necesariamente una ventaja, de modo que lo lógico que éste prefiera el uso del medio electrónico por el que se contrató para ser informado. En caso de que se persiga la rapidez de la transacción, lo oportuno sería el uso de la firma electrónica, una vez asegurada su fiabilidad con el uso del respectivo certificado de autenticación (artículo 76 bis de la LFPC).

#### 4.3.2 ACTOS QUE ATENTAN CONTRA LA SEGURIDAD EN INTERNET

La Internet como ya lo hemos mencionado anteriormente es un espacio virtual, sin embargo los delitos y abusos que ocurren en él son reales y afectan a un gran número de usuarios. Los daños y desconfianza que pueden generar los delitos en la Internet un freno para crecimiento del comercio electrónico, constituyendo de igual manera una amenaza para la reputación e intimidad de las personas.

Las ventajas que producen el anonimato, la velocidad de las comunicaciones, la inexistencia de fronteras de cualquier tipo y en gran parte la polarización de la riqueza han favorecido que hoy por hoy la Internet sea un mercado en el que se comete gran variedad de daños al consumidor, por lo que creemos que es urgente aportar soluciones técnicas y jurídicas oportunas que eviten que la Red más grande del mundo siga siendo la incubadora de nuevas variedades de delitos informáticos, afectando el intercambio de aquellos que actúan de buena fe.

El complicado mundo cibernético obligan a pensar seriamente acerca del papel que pueden desempeñar las leyes, y especialmente el derecho Penal, con el fin de tutelar bienes jurídicos. No obstante consideramos que el uso de la coerción del Estado debe ser siempre el último recurso. Muy probablemente se deben agotar de inicio los medios de tipo preventivo, sin olvidar la importancia de crear una armonía entre la legislación penal vigente y las últimas tendencias jurídicas de la globalización.

Entre los actos que atentan contra la seguridad en Internet podemos señalar los siguientes:

Las subastas.

Algunos de los mercados virtuales ofrecen una amplia selección de productos a precios muy bajos. Una vez que el consumidor ha enviado el dinero puede ocurrir que reciban algo con menor valor del que creían, o peor todavía, que no reciban nada.

Accesos a servicios de Internet.

El consumidor recibe una oferta de servicios gratuitos, los cuales serán proporcionados a partir del momento en el que se introduzca un número de tarjeta. La aceptación lleva al compromiso de la contratación a largo plazo con altas penalizaciones en caso de cancelación.

Otra práctica delictiva consiste en ofrecer páginas personalizadas y gratuitas durante un periodo de 30 días. Los consumidores descubren que se les han hecho cargos a pesar de no

haber pedido prórroga en el servicio.

Venta de paquetes vacacionales.

Determinadas páginas ofrecen destinos a precio de ganga; el consumidor proporciona el número de tarjeta y más tarde descubren que las condiciones de los paquetes son diferentes o inexistentes.

Las tarjetas de crédito.

En algunos sitios de Internet, especialmente para adultos, se pide el número de tarjetas de crédito con la excusa de comprobar que el usuario es mayor de 18 años. El verdadero objetivo es cobrar cargos adicionales.

Inversiones.

Existen en Internet algunas propuestas de inversiones que rápidamente se convierten en grandes ganancias, por lo general se trata de fraudes o inversiones de alto riesgo para el consumidor.

Productos y servicios engañosos.

En algunas páginas se venden productos o servicios asegurando su efectividad para curar enfermedades incurables. Existe quien pone sus esperanzas en estos productos sin recibir ninguna garantía de su efectividad.

Piratería de software y marcas.

En la Red se pueden identificar con facilidad usos y abusos indiscriminados de marcas, sin que los propietarios lo autoricen. Existen de igual manera sitios que usan nombre que confunden al usuario, mostrando contenidos que no tienen relación con el nombre del dominio.

Derechos de Autor.

Cuando ingresamos a la red podemos notar que existen en algunos sitios de forma permanente fragmentos de libros, artículo, música, obras plásticas y todo tipo de arte, careciendo tales páginas del consentimiento de la persona que las creó.

## Hackers

“La contaminación por virus que destruyen sistemas, discos duros, etc.”<sup>16</sup>, es un acto vandálico que afecta la propiedad de los usuarios, además de coartar el intercambio comercial. La intromisión en las bases de datos, son fines destructivos es otro hecho dañoso contra la información y privacidad de la documentación personal o de negocios.

## Tratamiento ilícito de datos personales

La acumulación de datos personales de clientes o usuarios requiere de un alto grado de confiabilidad de parte de quien los reúne, así mismo. el uso de los datos personales requiere de autorización de quien es el sujeto o fuente de la misma. Cualquier utilización de la información que exceda de lo autorizado, puede causar serios daños a la reputación de las personas.

Como es bien conocido, los medios de pago tradicionales también sufren numerosos problemas de seguridad: falsificación de billetes, falsificación de firmas, cheques sin fondo, etc. Por otro lado, los medios de pago electrónicos, además de estar sujetos a los mismos problemas anteriores, presentan riesgos adicionales, pues a diferencia del papel, los documentos digitales pueden ser copiados perfectamente y cuantas veces se desee, las firmas digitales pueden ser falsificadas por cualquiera que conozca la clave privada del firmante, la identidad de una persona puede ser asociada de forma inequívoca con la información relacionada en cada pago, etc.

### 4.3.3 RECOMENDACIONES PARA CELEBRAR CONTRATOS DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICOS

La utilización de las nuevas tecnologías de la información en el comercio entre empresas y particulares, con el fin de acortar tiempo y evitar desplazamientos, aún no podemos definirla de forma detallada porque eso podría llevarnos a dejar a un lado muchas actividades que han surgido gracias a l desarrollo de los avances electrónicos, sin embargo se deben considerar los peligros que nacen, la falta de seguridad y la dependencia a los

sistemas tecnológicos y no olvidar que dicha dependencia nos convierte en vulnerables.

De tal manera que se pueden plantear, desde el punto de vista de la seguridad, razonables dudas sobre la autenticidad de las partes, el contenido de los mensajes y la confiabilidad de las comunicaciones electrónicas y sobre la propia intimidad de las personas.

Los problemas referentes a la seguridad y fiabilidad de la comunicación electrónica, desde el punto de vista técnico son despreciables si los comparamos con los problemas que en nuestro propio entorno se pueden presentar. De ahí la necesidad de establecer los siguientes elementos que pueden contribuir a la protección del consumidor por medios electrónicos:

#### 4.3.4 1. -LOS SERVIDORES SEGUROS

Uno de los elementos que toman mayor importancia en el comercio electrónico es el uso de servidores fiables.

Para llevar a cabo compras por Internet se recomienda utilizar solo servidores seguros. De esta regla se desprende la siguiente recomendación: “nunca teclear datos financieros en un sitio web que no sea seguro”<sup>17</sup>. De hacerlo, los datos viajarán sin protección, tal y como ocurre con el correo ordinario, expuesto a que otro usuario pueda tener acceso a esta información. Por lo tanto, se hace imprescindible determinar cuando nos encontramos en un servidor seguro y cuando no. Esto no es imposible si se consideran algunos elementos:

- 1 El navegador informa cuando vamos a entrar a un sitio seguro y solicita el clic de conformidad en la pantalla.
- 2 Una vez que se ha accedido a un sitio seguro, en la barra de direcciones se puede ver que la dirección empieza con https://, en lugar del http:// habitual. Se debe comprobar siempre.
- 3 El pequeño icono de la llave (o candado) que aparece en la esquina inferior izquierda de la pantalla, todo depende del navegador que se utilice.

Cuando se encuentran en una página todos los elementos antes mencionados, podremos

estar seguros de haber entrado en un servidor seguro sin embargo se pueden revisar adicionalmente los datos de seguridad de la empresa, todos los navegadores permiten confirmar esta información. Es recomendable que el usuario examine cuidadosamente que el certificado haya sido emitido por una autoridad conocida, ya que de ser así el navegador lo validara sin problemas.

Un servidor seguro nos proporciona tres elementos de seguridad:

**Autenticidad.** Lo adelantábamos en el punto anterior. Podemos tener la seguridad de que estamos comunicando nuestros datos al auténtico servidor del banco, al que le ha sido expedido el correspondiente certificado digital. De igual forma, a través de nuestro certificado digital personal, nos identificamos nosotros ante el banco durante las transacciones delicadas.

**Confidencialidad.** Los datos, en el caso de ser capturados por alguien, no podrán ser interpretados ya que viajan de modo encriptado.

**Integridad.** Los datos llegan al servidor del banco sin sufrir alteración alguna por el camino, ya que si ésta se produce, por mínima que sea, SSL se da cuenta.

Para que un servidor sea seguro de preferencia deberá contar con un certificado emitido por una Autoridad de Certificación (como Banco de México), quien concede dicho certificado después de una exhaustiva comprobación de los datos aportados por la empresa solicitante.

#### 4.3.5 NOMBRES DE DOMINIO

Un punto que se encuentran ligado con el tema de los servidores seguros y que constituye un elemento más a considerar dentro de las recomendaciones para celebrar contratos por medios electrónicos, son los nombres de dominio. Debemos iniciar señalando que “los nombres de dominio es una forma simple de dirección de Internet que está formado por un conjunto de caracteres (letras, números, guión), que son utilizados para localizar de una manera fácil los sitios en Internet ya que se pueden asociar a la identidad de una persona,

organización, empresa, idea, grupo, o algún otro concepto”.<sup>18</sup>

Ejemplo: minombre.com

elnombredemiempresa.com

Si se observa una dirección web o de correo electrónico, se puede advertir que sus nombres tienen diferentes finalizaciones (por ejemplo el nombre de las compañías comerciales acostumbra a finalizar en .com. , el de las organizaciones internacionales en.org, etc.. Esta parte final (el dominio) describe el tipo de registro y dónde se ha realizado. Cada país tiene su propio dominio (ejemplo los nombres de dominio registrados en México acaban en.mx, los de Brasil en br, etc.

En México existe solo un organismo encargados de registrar los nombres de dominio con terminación mx, esta es Nic-México. Fue necesario diseñar una clasificación de los dominios de primer nivel, lo que nos permite saber su procedencia.

Ejemplos:

com.mx organizaciones comerciales,

net.mx redes,

org.mx otras organizaciones,

edu.mx instituciones educativas y universidades,

gob.mx organizaciones gubernamentales,

En todos los dominios es necesario aplicar los procedimientos de Nic-México, en los cuales se solicitan ciertos documentos que compruebe el carácter de la persona física o moral solicitante.

#### 4.3.6 LAS CLAVES

El segundo elemento es el uso de claves o passwords, que contribuyen a asegurar la información, datos e intimidad de los usuarios. “Las claves de acceso son la barrera más común en contra de accesos no autorizados a un sistema”<sup>19</sup>; por ejemplo cuando accedemos a nuestro banco en Internet, lo primero que se nos va a pedir es nuestro código de usuario y nuestra contraseña, aquellos que se nos otorgaron cuando contratamos el servicio. Al tercer intento consecutivo erróneo (incluso si cada uno de los intentos va espaciado en el tiempo) somos expulsados y deberemos identificarnos ante la Entidad para

la reactivación de nuestra contraseña y acceder de nuevo al servicio.

Identificación operativa. Para todas aquellas operaciones que vayan más allá de las meras consultas, por ejemplo si queremos realizar una transferencia, el sistema nos va a solicitar una segunda contraseña con el fin que le ratifiquemos nuestra decisión.

No obstante, el uso de claves puede no ser todo lo seguro que es deseable en un negocio de estas características, ya que si alguien con malas intenciones la llega a conocer, por el motivo que sea, podría hacerse pasar perfectamente por nosotros sin siquiera estar enterados.

Por tal razón y para el buen funcionamiento de las claves de seguridad, debemos plantearnos algunas reglas de selección.

Algunas propuestas podrían ser:

- 1) No colocar como clave de acceso su nombre, apellido o algún otro dato personal o familiar.
- 2) No utilizar palabras comunes que puedan ser encontradas en un diccionario
- 3) Utilizar combinaciones de letras y números en las claves de acceso.
- 4) No comentar o compartir con nadie los datos de acceso.

Otra buena medida a adoptar, es el cambio mensual de las claves de acceso, utilizando el mismo sistema como base, se podría diseñar un programa que mensualmente pidiera el cambio de las claves de acceso y que no permitiera el uso de claves ya usadas anteriormente.

Con estas medidas, las claves de acceso adquieren un alto porcentaje de seguridad.

Utilizando las medidas mencionadas, se reduce considerablemente el riesgo de sufrir ataques por tener claves sencillas y obvias, sin embargo no se debe considerar como única medida para evitar los fraudes, esta es una parte de las medidas a tomar.

#### 4.3.7 EL CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD

Una de las alternativas con las que se cuenta actualmente para dotar de seguridad a las operaciones de comercio electrónico, son los llamados certificados de autenticidad, que ofrecen protección a los datos que introducen los usuarios a la Internet sin que puedan ser utilizados por personas ajenas al negocio. Tal protección consiste en la aplicación de una tecnología de encriptación llamada SSL.

El SSL siempre se usa en combinación con un Certificado de Autenticidad otorgado por algún organismo dedicado a este fin. “Esta tecnología se encarga de encriptar los datos del usuario para que en caso de caer en manos de un tercero no pueda ser descifrado el contenido”.<sup>20</sup>

Los certificados son instalados en el sitio web y van ligados al nombre de dominio; para obtenerlos se debe seguir un trámite ante la autoridad certificadora, de tal manera que se debe comprobar con cierta documentación, la autenticidad del negocio y de la página. “Al instalar un certificado en un dominio, las autoridades ponen un sello digital, en éste se puede verificar la vigencia y datos del certificado, ayudando a generar confianza en la página, en el negocio y en el servicio”.<sup>21</sup>

Por último debemos señalar que “los protocolos de seguridad usados por las autoridades permiten la autenticación entre el servidor y explorador para que la comunicación que fluye entre ellos sea segura. Mediante técnicas criptográficas y la firma digital, estos protocolos permiten a los navegadores y servidores identificarse entre sí, logrando que los propietarios de las páginas web controlen el acceso a los servidores y archivos ajenos”.<sup>22</sup>. Facilita que se pueda enviar información sensible, como los números de tarjetas de crédito, y que esta sea inaccesible a terceras partes; y asegura que será compartida entre el emisor y receptor sin ser adulterada, accidental o deliberadamente.

Es importante señalar que organismos pueden emitir los certificados de autenticidad, por lo que primeramente debemos recordar que el 29 de agosto del año dos mil tres en La república Mexicana se reformó el Código de Comercio en su parte referente al comercio electrónico y a partir de esta reforma se contemplan los prestadores de servicios de certificación, los cuales pueden ser:

- I. Los notarios públicos y corredores públicos;
- II. Las personas morales de carácter privado, y
- III. Las instituciones públicas, conforme a las leyes que les son aplicables.

La facultad de expedir Certificados no conlleva fe pública por sí misma, así los notarios y corredores públicos podrán llevar a cabo certificaciones que impliquen o no la fe pública, en documentos en papel, archivos electrónicos, o en cualquier otro medio o sustancia en el que pueda incluirse información.

Sus principales funciones son las siguientes:

- I. Verificar la identidad de los usuarios y su vinculación con los medios de identificación electrónica;
- II Comprobar la integridad y suficiencia del Mensaje de Datos del solicitante y verificar la Firma Electrónica de quien realiza la verificación.
- III Cualquier otra actividad compatible con las anteriores.

#### 4.3.8 REQUISITOS PARA CONTRATOS ELECTRÓNICOS CONFIABLES

Finalmente, es importante señalar algunas recomendaciones que pueden ayudar a cualquier consumidor a celebrar transacciones seguras en Internet.

Identificación de las partes contratantes.

Código de usuario.

Definiciones: glosario de conceptos relacionados con el comercio electrónico.

Fecha de celebración del contrato.

Compromiso explícito por parte del proveedor de haber comunicado las especificaciones jurídicas y técnicas necesarias.

Características esenciales del bien o servicio.

Precio del bien o servicio con los impuestos incluidos.

Gastos de entrega, en su caso.

Modalidades del pago.

Plazo de validez de la oferta o precio.

Información escrita sobre las condiciones y modalidades de ejercicio del derecho de desistimiento.

Dirección geográfica del establecimiento del proveedor donde el consumidor puede presentar sus reclamaciones.

Información relativa a los servicios de postventa y las garantías comerciales existentes.

Confidencialidad.

Información de la firma digital (en caso de contar con ella) y de la autoridad que la certifica.

Obligaciones relativas a la seguridad y a la conservación de los mensajes relativos a las transacciones realizadas.

Plazo de entrega o prestación de la prestación.

Validez del formulario como prueba de aceptación.

Legislación aplicable.

En su caso, arbitraje y competencia jurisdiccional.

Debe agotarse cualquier vía para verificar la información recibida, por ejemplo:

De ser posible, usar cámaras de video interactivas. Efectuar llamadas para hablar con el encargado o responsable. Tratar de conocer al cliente, pidiendo todo tipo de información básica, que nos permita asegurarnos que no contratamos con un delincuente. De ser posible realizar algún tipo de contacto personal. Solicitar las referencias comerciales o personales.

Es evidente que un contrato excesivamente complicado y extenso puede disuadir a los posibles clientes de formalizar la transacción, por ellos es importante encontrar un punto de equilibrio entre los requisitos legales y garantías mínimas recomendadas por un lado, y la claridad y sencillez del contrato por el otro.

Dado que nuestra vida actual y el desarrollo humano dependen en gran medida de las nuevas tecnologías, especialmente de la información y las telecomunicaciones, es necesario

que de alguna manera incorporar seguridad a su uso, minimizando el riesgo de ser víctimas de delitos.

## CONCLUSIONES

1. La Internet se ha convertido en una de las principales vías de acceso a la información, sin embargo el uso es considerado poco seguro. En cualquier punto del viaje de la información pueden haber alteraciones y existe la posibilidad de que sea destruida o incluso robada. Resulta necesario hacer mención del vacío que existe sobre adiciones a la legislación vigente que regule algunos temas importantes del comercio electrónico, entre ellos el manejo de la información y la confidencialidad.
2. Entre los fenómenos que han cambiado todo el esquema del comercio tradicional debemos señalar al comercio electrónico, que ha presentado un enorme crecimiento, a pesar de que la cuestión de la seguridad se ha convertido en su principal inconveniente; por lo que consideramos necesario la aparición de normas jurídicas y autoridades que doten de seguridad y confianza al comercio por Internet.
3. El comercio electrónico se ha presentado con una gran relevancia económica y una de sus variantes más consolidadas hoy en día son las operaciones económicas en su vertiente minorista en el que las partes no tienen que mantener necesariamente relaciones estables.
4. El contrato de compra venta electrónico cuenta en esencia con todos los elementos de la compraventa tradicional, la diferencia radica en el medio por el cual se manifiesta la voluntad, hablamos específicamente de la Internet, misma que por su naturaleza generadora de cambios cada vez más complejos permite variantes que requieren de una regulación especial.

5. El contrato electrónico tiene características propias que lo diferencian del contrato tradicional, lo que justifica el desarrollo por parte de los doctrinarios y legisladores de un marco conceptual especial que permita explicar y responder adecuadamente a los cambios tecnológicos.
6. La principal ventaja de la transacción electrónica radica en la comodidad que supone el trato a distancia, sin desplazamientos y a cualquier hora del día. Ello implica la existencia de ofertas que permanecen en la Red y que contienen condiciones accesibles para cualquier usuario de Internet. El cliente por tanto se encuentra en libertad de visitar el sitio web del oferente, valorar los productos, las ofertas y los términos del contrato redactado por el proveedor.
7. La aplicación de las normas que regulan al comercio electrónico, procuran dotar de seguridad a las partes, determinaría en gran medida el éxito de las empresas que realizan negocios por la Red.
8. El uso de la firma electrónica y la aparición de novedades electrónicas marcarán la pauta para el manejo generalizado de la Internet para contratar, hasta ahora sólo vemos que el uso de la firma electrónica se presenta en aquellas ocasiones en las que la cuantía o la relevancia de la operación así lo requieren, de la misma forma vemos que hasta el momento el costo de cualquier llave o clave se eleva considerablemente de acuerdo a los elementos de seguridad que contengan. La preocupación se mantiene en aquellas operaciones de simple compraventa a través de Internet se cuenta con muy pocos elementos con los que se puedan identificar a los contratantes, sin contar que las claves o números personales suelen ser pocos seguros.
9. Uno de los requisitos principales para dotar de seguridad a los nuevos medios de pago es que los participantes del sistema (empresarios, banca y consumidores) se encuentren identificados, de tal manera que se hace imprescindible nuevamente la presencia de la entidad, que bien podría ser un órgano administrativo que se encargue de proporcionar certificados de identidad, que cuenten con ciertos protocolos, los cuales deben ir

avanzando tan rápido como las habilidades de los hackers.

10. Es posible concluir respecto a la protección del consumidor electrónico que existe un marco jurídico teórico que, dado el poco tiempo de existencia del consumo por medios electrónicos, no puede considerarse del todo insuficiente, ya que comprende prácticamente todos los aspectos clásicos de protección al consumidor consagrados en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Entre los derechos clásicos de protección al consumidor debemos considerar la exigencia de información previa al contrato, la exigencia de forma escrita con fines probatorios y de publicidad del contrato, la prohibición de cláusulas abusivas, el derecho a desistirse del contrato, el plazo para la garantía para los productos y servicios contratados electrónicamente, la existencia de un organismo protector de los Derechos de los consumidores.
11. La salvaguarda de los derechos de los consumidores debe traducirse en mayor confianza de su parte en los medios electrónicos y, por lo tanto, su incorporación definitiva al consumo electrónico, por lo que la protección de consumidor no solo es de interés para el Derecho del consumidor, sino también a todos los agentes económicos y políticos que ven en el desarrollo del comercio electrónico un factor de creación de riqueza y progreso de las naciones.
12. El marco jurídico para la tutela del consumo, ya en la práctica, especialmente en el comercio electrónico vía página Web se observa aún un bajo porcentaje de aplicación, de acuerdo a las cifras sobre abusos en el comercio electrónico que manejan algunos sectores; lo que indica como aconsejable la adopción de medidas de fiscalización en el comercio electrónico, más que una necesidad imperiosa de mejorar el estado de la legislación aplicable a dicho fenómeno.
13. No está de más concluir mencionando la necesidad de trabajar en la elaboración de una serie de medidas que aborden diversos aspectos técnicos y jurídicos de la contratación electrónica y de la protección del consumidor electrónico, iniciativas que deberán completar y mejorar la situación actual, la cual probablemente evidenciara nuevas y

mayores dificultades en la medida que la masa de consumidora se incorpore al comercio electrónico como modalidad de vida.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**ACADEMIA DE ESTUDIOS FISCALES. Comercio electrónico, principios jurídicos. México 2001.**

**AZUA REYES, Sergio. Teoría de las Obligaciones. México, Porrúa 1997.**

**BEJARANO SANCHEZ, Manuel. Obligaciones Civiles. México, Harla 1995.**

**DEL PESO, Emilio. Comercio electrónico. España 1996.**

**DIAZ BRAVO, Arturo. Contratos Mercantiles. México, Harla 2000.**

**Diccionario de Comercio Internacional. México, Porrúa 1992.**

**Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1996.**

**FERNANDEZ BALLESTEROS, Francisco. La Informática y el Ordenador. España 2000.**

**FERREYRA, Gonzalo. Internet paso a paso. México, Alfaomega 1996.**

**GALINDO GARFIAS. Teoría de los Contratos. México, Porrúa 1996.**

**HICKS, Hart. Estructura de la economía, introducción al estudio del ingreso nacional. México, Fondo de Cultura Económica 1991.**

**JULIA BARCELÓ, Rosa. Comercio electrónico. España.**

**MALLINVAUD, Phillippe. Protección al consumidor. Edición en español, Madrid 1979.**

**MARGADANT, Guillermo. Derecho Romano. México, Edit. Esfinge 1998.**

**MARTINEZ NADAL, A. Comercio electrónico, curso de protección jurídica para los**

consumidores. México, McGraw Hill 2001.

MORA, José Luis. Introducción a la Informática. México, Trillas 1998.

MUÑOZ, Luis. Doctrina General del Contrato. México, Edit. Cárdenas, 1992.

MUÑOZ, Luis. La compraventa, México, Edit. Cárdenas. 1988.

ORTIZ- URQUIDI, Raúl. Derecho Civil, parte general. México, Porrúa 1996.

OVALLE FAVELA, José. Derechos del consumidor. México.

PINOCHET OLAVE, Ruperto. Contratos Electrónicos y Defensa del Consumidor. Madrid, Edit. Marlex 2001.

PLAZA PENÁDES, Javier. Eficacia de la firma electrónica. España 2001.

RIBAS ALEJANDRO, Javier. Aspectos jurídicos del comercio electrónico en Internet.

RODRÍGUEZ Y RODRIGUEZ, Joaquín. Derecho Mercantil. México, Porrúa 1998.

ROJINA VILLEGAS, Rafael. Compendio de Derecho Civil, Contratos. México, Porrúa 1975 Tomo IV.

SÁNCHEZ MEDAL, Ramón. De los contratos civiles. México, Porrúa 1999.

TÉLLEZ VALDÉS, Julio. Derecho informático. México, Harla 2000.

UYLESS, Black. Redes de computadoras, protocolos, normas e interfaces. Macrobit.

#### REVISTAS

REVISTA CRÍTICA DE DERECHO INMOBILIARIO. Contratación electrónica. Año LXXVI, N° 660, Julio 2002. España.

INFORMACIÓN Y ANÁLISIS JURÍDICO. Comercio electrónico. Año II N° 29, Octubre de 1996. España.

REVISTA DE DERECHO MERCANTIL. Seguridad, pago y entrega en el comercio electrónico. N° 241, Julio- Septiembre 2001. España.

REVISTA ANUARIO JURÍDICO. Contratos informáticos. Volumen XIV, 1987. México.

REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES, Año XVI N° 54, Universidad de San Carlos, Guatemala.

RICO CARRILLO, M. El pago mediante tarjetas en el comercio electrónico través de

**Internet. Revista de la contratación electrónica, número 3, marzo del 2000.**

**ANCOS FRANCO, María Elena, Boletín de la Facultad de Derecho, número 20. España 2002.**

**DAVARA RODRÍGUEZ, M. A., “ De las autopistas de la información” Actualidad Informática, Número 34, Pmplona, España, enero del 2000.**

**DOMINGUEZ LUELMO, Andrés “Comentarios a las Leyes de Comercio Electrónico”. Publicado en la Revista de Derecho Civil de la Universidad de Valladolid, España 2000.**

### **LEGISLACIÓN**

**Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.**

**Código Civil Federal.**

**Código Federal de Procedimiento Civiles.**

**Código de Comercio.**

**Ley Federal de Protección al consumidor.**

**Ley Modelo de la UNCITRAL para el Comercio Electrónico.**

**Ley Modelo de la UNCITRAL sobre Firmas Electrónicas.**

**Ley Española para la defensa de los consumidores.**

### **MEDIOS INFORMÁTICOS.**

**<http://www.banesto.es>. Firma electrónica.**

**[http://www.cohasset.com/Elec.\\_filing/pag10.html](http://www.cohasset.com/Elec._filing/pag10.html).**

**<http://www.ispo.cec.be/ecommerce>. La comunidad Europea y el Comercio Electrónico.**

**<http://www.kriptopolis.com>. Criptografía y seguridad en Internet.**

**<http://www.map.es/csi>. Consejo Superior de Informática.**

**<http://www.geocities.com>. Comercio electrónico.**

**<http://www.iurislex.net/> Revista electrónica de Derecho Informático.**

**<http://www.informaticajuridica.com>. Revista electrónica de Derecho Informático.**

**<http://profeco.gob.mx>**

<http://condusef.gob.mx>

SANCHEZ, Luis. <http://www.2gratisweb.com>

CARDENAS, Cristian. Huerta <http://itesm.mx>

DE LA GUARDIA, Carlos. <http://www.razonypalabra.org.mx>

RUSSO, Héctor J.

[http://www.articulos.astalaweb.com/Internet%20Historia/1\\_Internet%20-%20Historia.asp](http://www.articulos.astalaweb.com/Internet%20Historia/1_Internet%20-%20Historia.asp)

<http://www.informaticajuridica.com>

<http://www.geocities.com>

TSURU, Kiyoshi [http://www.cohasset.com/Elec.\\_filing/pag10.html](http://www.cohasset.com/Elec._filing/pag10.html), 2000

FERNÁNDEZ M., Fernando “Los Delitos en la Red” [www.delitosinformaticos.com](http://www.delitosinformaticos.com)

España 2001

<http://www.enterate.unam.mx>

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

[www.n-economia.com](http://www.n-economia.com)

# CAPITULO I

## ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRONICO

- 1.1 Concepto de informática
  - 1. Evolución de la informática
  - 2. Aparición de las computadoras
  - 3. Redes
  - 4. La Internet
- 1. Comercio
- 2. Antecedentes de comercio electrónico
  - 1. Comercio electrónico
  - 2. Beneficios del Comercio electrónico

## 1.1 CONCEPTO DE INFORMÁTICA Y SU EVOLUCIÓN

Las nuevas tecnologías que dan pie a la cultura electrónica están generando decenas de términos que componen todo un nuevo diccionario, entre ellos el concepto de informática que resulta de la evolución de la metodología y manejo de la información, este fenómeno implica además importantes cambios en el flujo de la misma, así como su valorización no sólo por su uso, sino también como mercancía.

Veamos, la informática es un término creado en Francia en 1966 y que fue adoptado internacionalmente para designar el empleo de computadoras en el tratamiento de la información.<sup>1</sup>

Según José Luis Mora la informática es: “La ciencia que estudia los sistemas inteligentes de información. En otras palabras, la informática es la ciencia enfocada al estudio de las necesidades de información, de los mecanismos y sistemas requeridos para producirla y aplicarla, de la existencia de insumos y de la integración coherente de los diversos elementos informativos que se necesitan para comprender una situación”.<sup>2</sup>

Se entiende como sistema inteligente aquel que tiene la capacidad de incorporar funciones que nos permiten comprender. Por lo tanto la informática no solo se encarga de proporcionarnos información, sino que además nos permite entender el significado de la misma. Los sistemas que cuentan con capacidades adicionales se califican como inteligentes y José Luis Mora en su obra los señala como: “Sistemas Informáticos”.<sup>3</sup>

El concepto que presentamos es congruente con otras definiciones, pero reflejan

ligeras diferencias, que resultan de la evolución de los conceptos en este campo. Tenemos entonces que la definición aportada por Luis E. Sánchez y Herman Mora es la siguiente “La informática es el tratamiento electrónico de la información. Es el conjunto de disciplinas científicas y técnicas relacionadas entre sí, para el tratamiento de la información, por medio de máquinas automáticas”.<sup>4</sup>

Por último haremos mención de la definición de Francisco Ballesteros, que considera que “la informática es la ciencia del tratamiento racional, por medio de máquinas automáticas, de la información, considerada ésta como soporte de los conocimientos humanos y de las comunicaciones, en los campos técnico, económico y social”.<sup>5</sup>

Es relevante que aportemos una definición que recoja los elementos más importantes de las anteriores, por lo que decimos que la informática es la ciencia aplicada a la elaboración y tratamiento automático de la información.

Puede observarse que los conceptos de informática antes mencionados son congruentes entre sí, pero reflejan puntos de vista diferentes. Sin embargo nos inclinamos desde luego por aquellos conceptos que establecen que la informática es una ciencia. Se decide que es una ciencia porque constituye un conjunto de conocimientos de validez universal y porque aplica el método científico para el logro de sus objetivos.

Asimismo, el campo de acción de la informática es muy amplio, pues sus objetivos de alguna manera consisten en el tratamiento electrónico de la información, con apoyo de ciencias y técnicas relacionadas entre sí, como se maneja en uno de los anteriores conceptos. Al parecer la concepción no es equivocada, pero si es incompleta y muy restrictiva, ya que pareciera que los autores quisieran definir una rama específica de la informática (informática administrativa por ejemplo) y no a la informática misma. Por

último, sólo nos queda mencionar que el concepto de Luis E. Sánchez y Herman Mora restringe la informática a una sola de sus funciones.

Es entonces necesario señalar lo que nosotros consideramos las principales funciones de la informática, con base a los conceptos anteriores:

- Tratamiento electrónico de la información.
- Desarrollo e implementación de sistemas informáticos, máquinas, técnicas y métodos.
- Optimización los sistemas, máquinas, técnicas y métodos existentes.

Como se ha dejado asentado, la informática no es solo un fenómeno tecnológico con implicaciones positivas. Las computadoras, al permitir un manejo rápido y eficiente de grandes volúmenes de información, facilitan la concentración de datos referentes a personas, constituyéndose así en un verdadero factor de poder.

### 1.1.1 EVOLUCIÓN DE LA INFORMÁTICA

La necesidad evidente de mejorar la productividad, se convirtió en el estímulo para que el hombre, desarrollara estructuras de proceso que apoyaran su inteligencia.

Una vez que el hombre encontró una manera de contar, es decir, que determinó toda una simbología numérica, empezó a idear herramientas que lo auxiliaran en la ejecución de sus cálculos. Los ábacos desde luego son los más antiguos precursores; pero anterior a éstos es la costumbre de contar con los dedos. Las civilizaciones de Asia y Egipto pronto sustituyeron los dedos de la mano por piedras, ordenando montones de diez, con lo que un solo individuo podría llevar a cabo las representaciones. Aquellos pueblos fueron utilizando bandejas con arena, en que realizaban surcos y más tarde tableros de madera con ranuras en las que ordenaban piedras; unidad, decena y centena. “Uno de los primeros ábacos de este tipo se

inventó en China y se le dio el nombre de suanpang, en Rusia se inventó el stochis y en Grecia el abalorios”.<sup>6</sup>

Cuando se llega a adquirir destreza, la velocidad a la que se realizan las operaciones resulta extraordinaria aún en la actualidad, teniendo en cuenta que se trata de una actividad manual.

Durante mucho tiempo se detuvo el desarrollo de mecanismos de proceso. No fue sino hasta mediados del siglo XVII cuando el joven francés Blas Pascal inventó una calculadora mecánica accionada por engranajes, y poco después un alemán, Godofredo Leibnitz, creó la primera máquina de multiplicar, también mecánica, por supuesto. Ambos tenían como base el sistema del ábaco. El arrastre, que en el ábaco era realizado manualmente, se lleva a cabo por las máquinas de Pascal y Leibnitz automáticamente, mediante engranajes o ruedas escalonadas respectivamente.<sup>7</sup>

La Revolución Industrial trajo consigo el desarrollo de diversos dispositivos que facilitarían al hombre para delegar funciones manuales e intelectuales a las máquinas, con el fin de amplificar la energía física e intelectual. La culminación de aquella revolución fue sin duda la máquina de vapor, unido a otros sistemas para hilar y tejer, por lo que la industria textil tuvo mucho que ver en el desarrollo de novedosos mecanismos. “En 1801, Joseph Marie Jacquard construyó una máquina para tejer complicados diseños en telas. Esta máquina funcionaba con tarjetas perforadas, proporcionando datos a una máquina mediante fichas cuyas perforaciones contienen información acerca del camino que debían seguir los hilos para lograr un diseño determinado”.<sup>8</sup>

La idea de Jacquard influyó en la evolución del sistema de proceso de datos que utilizamos actualmente. Aparece en 1890, Herman Hollerith quien trabajaba como

estadístico para la Oficina de Censos de los Estados Unidos y se encuentra un buen día con el problema de censar a los habitantes de su distrito. Esta operación se realizaba asentando sobre dos grandes libros los nombres, profesión y edad, utilizando uno de los libros para mujeres y el otro para hombres. El proceso de los datos se llevaba alrededor de siete años, y era evidente que con los medios con los que se disponían, un censo no terminaba cuando debería iniciar otro. Hollerith, mediante fichas perforadas, decidió eliminar el sistema de grandes libros, creando una ficha por persona a censar que contenían datos en forma de perforaciones; éstas servían para realizar el proceso en una máquina que las clasificaba de acuerdo con la posición que guardaba dentro de la misma tarjeta.

Esta noción de lectura es la que permite realizar registros en las máquinas de fichas perforadas, ya que al introducir los datos se pueden manipular sin necesidad de volver a registrarlos nuevamente. Estas máquinas jugaron un importante papel en casi todos los sectores económicos, resolviendo problemas planteados por la creciente masa de trabajo administrativo.

“Charles P. Babbage, inventa en 1870 una máquina capaz de realizar operaciones aritméticas. La peculiaridad del procesador de Babbage es que podía realizar operaciones lógico-aritméticas que sustituyen al hombre en otra de sus funciones intelectuales: tomar decisiones lógicas”.<sup>9</sup>

El desarrollo y mejoramiento de las máquinas calculadoras fue un punto significativo a fines del siglo XIX y principios del XX. En este período cumplen una función importante las máquinas calculadoras y registradoras accionadas mediante teclas. Dichas máquinas marcaron un avance importante en el proceso de datos. Las máquinas de contabilidad aparecen alrededor de 1920; se caracterizan por su capacidad para realizar funciones tales como registrar, calcular y resumir.

“Actualmente la Informática y las telecomunicaciones son utilizadas, entre otros, por el comercio electrónico con el fin de canalizar los flujos de información y transacciones de negocios existentes entre una empresa y sus interlocutores de negocios habituales (clientes, proveedores, entidades financieras)”.<sup>10</sup>

### 1.1.2 APARICIÓN DE LAS COMPUTADORAS

La primera generación de computadoras se caracteriza por el uso de válvulas electrónicas; sus velocidades de proceso se median en milisegundos (milésimas de segundo) y sus circuitos eran semejantes a los empleados entonces en los aparatos de radio. Comparadas con las computadoras actuales, aquéllas eran lentas, de gran tamaño y además requerían controles muy estrictos en cuanto al suministro de energía eléctrica y aire acondicionado. Por otra parte representaban grandes ventajas, ya que cuando era necesario procesar un gran volumen de datos en períodos cortos, superaban en rapidez a cualquier otro equipo de proceso de datos de la época.

La segunda generación nace con el transistor, que viene a sustituir a las válvulas con que contaban las máquinas de la primera generación. Las máquinas de la segunda generación son más reducidas en cuanto a sus dimensiones que las de la primera; sus velocidades de proceso se miden en microsegundos (millonésimas de segundo) y sus circuitos son menos complicados. Las memorias de los procesadores de la segunda generación reducen su tamaño, pero aumentan su rapidez y complejidad.

Las computadoras de la segunda generación tienen una gran demanda a partir de 1962, pero ésta se viene abajo cuando irrumpen en el mercado las máquinas de tercera generación a mediados de la década de los sesenta.

La base de la computadora de la tercera generación es el circuito integrado y microcircuito. Esta máquina es de dimensiones incluso menores que la de la segunda generación; y su velocidad de proceso se mide en nanosegundos. Surgen nuevos mecanismos electrónicos que permiten el uso de terminales remotas que operan la computadora como si estuvieran en el sitio mismo en que se encuentra la terminal. Se producen modelos de uso fácil aplicados a varias ciencias y disciplinas. Esta computadora electrónica de la tercera generación permite también un flujo de la información más efectivo en las organizaciones, tanto que es posible consultar información al instante desde lugares remotos, y puede efectuarse la actualización de cuentas corrientes al momento mismo que un cliente realice una transacción.

Con la aparición de estos equipos se introducen nuevas técnicas de organización de archivos y de recuperación de información. Es posible tener, en un momento dado, varios programas procesándose en una misma computadora y realizar adaptaciones de dispositivos de medición a estas máquinas con lo que se logra controlar procesos industriales, realizar análisis clínicos, etc.

### 1.1.3 REDES

Los rápidos cambios tecnológicos en el área de la informática, determinan cambios en los patrones de producción y comercio, causando en nuestra sociedad un impacto de enormes consecuencias. Se dice que nos encontramos en la “Era de la información”. Lo cierto es que todas las nuevas herramientas han permitido multiplicar la productividad y eficacia del trabajo. Se encuentra en aumento el número de empresas y usuarios que van descubriendo las posibilidades de atender sus necesidades privadas y comerciales a través de las redes, por lo que nos parece útil dar una breve explicación sobre el funcionamiento e importancia de las redes telemáticas.

Varias son las definiciones que se pueden dar sobre las redes telemáticas; la más

sencilla, probablemente, sea la siguiente: “un grupo de computadoras interconectadas a través de uno o varios caminos o medios de transmisión, la mayoría de las veces este medio es la línea telefónica, debido a que es de fácil acceso”.<sup>11</sup>

Gonzalo Ferreira define las redes como “la conexión de varias computadoras a través de un cableado especial, para compartir datos”<sup>12</sup>. Tomando como referencia las anteriores definiciones podemos concluir que las redes consisten en dos o más computadoras que se encuentran conectadas con el fin de comunicarse y compartir recursos, es decir, intercambiar todo tipo de información, programas y datos.

Existen dos grandes divisiones entre las redes de computadoras y éstas se refieren al área donde se encuentran ubicadas las terminales y servidores de la red. Las redes que se encuentran dentro de un edificio son llamadas redes LAN (red de área local). Si existen enlaces vía satélite o grandes cantidades de cable a lo largo y ancho de una ciudad, país, o bien de nuestro planeta, se considera que es una red WAN (red de área amplia).

Una red LAN es la aplicación de los estándares Internet dentro de un ámbito corporativo para mejorar la productividad, reducir costos y mantener los sistemas de información existentes.

Es una forma de poner al alcance de los trabajadores todo el potencial de la empresa, para resolver problemas, facilitar los procesos, construir nuevos recursos o mejorar los ya existentes, divulgar información de manera rápida y convertir a estos trabajadores en miembros activos de una red corporativa, o sea da al usuario la información que éste necesita para su trabajo. Pretende que cada cual tenga la información necesaria en el momento oportuno sin que tenga que recurrir a terceros para conseguirla. Como puede verse una LAN es una copia de Internet dentro de la

empresa.

Las redes LAN Y WAN tienen un funcionamiento realmente parecido, cualquiera que sea su área de aplicación, su finalidad siempre será el compartir recursos e información. La diferencia entre redes consiste entonces en las dimensiones de las mismas, el volumen de información que se comparte y el número de usuarios que se benefician de ellas.

#### 1.1.4 INTERNET

Internet es uno de los avances tecnológicos de mayor alcance de los últimos años, basta con dar una hojeada a libros y revistas, ver noticieros y programas especiales, para saber que algo está sucediendo alrededor del Internet.

Internet es la red de computadoras más grande del mundo, permite conectar diferentes tipos de redes, que pueden ser de área local o extensa, pero lo más importante es que en Internet se comparte e intercambia todo tipo de información, se puede enviar y recibir mensajes, realizar consultas con bases de datos de centros de investigación o traer a su computadora, herramientas y programas gratuitos. Por lo tanto hasta la fecha sólo existe un camino que puede considerarse lo más parecido a la supercarretera informativa: Internet.

En este momento existen numerosos libros y artículos que cuentan la historia de la Internet desde sus primeros antecedentes hasta la fecha. Es poco lo que se puede añadir, por lo que solo mencionaremos las referencias históricas más importantes.

Podríamos comenzar diciendo que a finales de la década de los 50, en pleno apogeo de la guerra fría entre los Estados Unidos de Norteamérica y la U.R.S.S. el Departamento de Defensa de los Estados Unidos comenzó a preocuparse por los

efectos que tendría algún ataque a los medios de comunicación, ya que éstos serían el primer objetivo que el enemigo intentaría destruir.

Es por tal razón que en 1962 un investigador del gobierno de los Estados Unidos, Paul Baran, presentó un proyecto que daba solución al interrogante planteado por el departamento de Defensa. “En este proyecto Baran propuso un sistema de comunicaciones mediante computadoras conectadas por una Red descentralizada. Es hasta 1969 cuando el Departamento de los Estados Unidos puso en marcha el proyecto de Red llamado ARPANET.”<sup>13</sup>

En el primer intento sólo se contaba con cuatro computadoras conectadas a la Red: La Universidad de California (UCLA), EL Instituto DE Investigaciones de Stanford, La Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de Utah. Para 1971, se habían agregado 11 nodos más y en 1972 se contaban conectadas alrededor de cuarenta computadoras.<sup>14</sup>

Integrada una Red para el año 1972 se presenta la necesidad de establecer un protocolo de comunicación común entre todas las computadoras, puesto que en la mayoría de los casos variaban los tipos y sistemas operativo.

En 1974 dos investigadores en Estados Unidos redactan un documento cuya intención era explicar alguna formas que ayudarían a resolver el problema de comunicación entre computadoras diferentes. Después de 8 años el documento toma forma en su totalidad a través del Transmition Control Protocol-Internet-Protocol. Es a partir de 1982 que se empieza a usar el término de Internet.<sup>15</sup>

A principios de los 90's se crea la World Wide Web (www), cubriendo al mundo como una telaraña. “El World Wide Web es un distribuidor de información basado en

el concepto de hipertexto, diseñado para facilitar la transmisión de documentos compuestos de texto, color sonido y movimiento, además de permitir el acceso a ligas con otras partes del mismo archivo o realizar saltos a otras páginas”.<sup>16</sup> Algunos de estos enlaces pueden activar un sonido o voz, o mostrar un video, en un proceso conocido como multimedia.

En lo que respecta a México , la historia de Internet comienza a finales de la década de los 80's. En el año 1987, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en el campus de Monterrey (ITESM), se enlazó a la Internet por medio de la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA) . La Universidad Nacional Autónoma de México accedió a Internet por medio de una conexión vía satélite con el Centro Nacional de Investigaciones Atmosféricas de Boulder, Colorado, siendo éste el segundo nodo de Internet en México.<sup>17</sup>

Para este entonces, en México ya existía un organismo llamado REDMEX, formado por la academia y dirigida por una organización civil, donde se discutían las políticas, estatutos y procedimientos que habrían dirigir el camino del control de la red de comunicación de datos en México. Tiempo más tarde aparece MEXnet que reunía a los representantes legales de cada institución.

A finales del año 1995 se crea el centro de Información de Redes de México el cual se encargó de la coordinación y administración de los recursos de Internet asignados al país, como son la administración y delegación de los nombres de dominio bajo el “.mx” en 1996 se registran cerca de 17 enlaces contratados por TELMEX para uso privado, asimismo se consolidan los principales proveedores de servicio de Internet en el país. Para el año de 1997 existían más de 150 proveedores a lo largo y ancho del país, ubicados en los principales centros urbanos.<sup>18</sup>

Paralelamente, nacen veloces buscadores, directorios electrónicos, que permiten al usuario ubicar sus sitios de interés en la telaraña. La www tiene millones de direcciones electrónicas registradas, datos que hemos decidido no precisar, ya que tales cifras relativas a la red pueden resultar obsoletas en cuestión de días.

## 1.2 COMERCIO

Es necesario vincular al comercio con el surgimiento de nuevas tecnologías, con el fin de entrar en el análisis del comercio electrónico, que aparece como un tema medular en nuestra investigación. El concepto de comercio electrónico es amplio y abarca una de las más importantes formas en las que se puede desarrollar el comercio, de ahí la importancia de tocar a groso modo la evolución y concepto del comercio en general.

El origen del comercio lo podemos ubicar en las sociedades primitivas, las cuales en un principio cazaban o pescaban generalmente para alimentarse y el producto se repartía en la tribu. Con el aumento de la población, las necesidades fueron en aumento y la división del trabajo acrecentó debido a que una persona no podía atender sola todas sus necesidades. El resultado fue que la producción de algunos grupos fuera mayor que los otros y que el mismo fenómeno se diera con los individuos de cada grupo. Así es como se manifestó la propiedad grupal y más tarde se dio la propiedad individual o privada, primero del rebaño, luego de la tierra, de las herramientas de trabajo y por último del dinero.

Con la acumulación de los satisfactores se da el cambio de bienes y servicios. Esta actividad depende de las características sociales de cada época de la humanidad y más rápidamente, pero siempre en larguísimos períodos de tiempo, el desarrollo económico parece haberse conseguido primordialmente en algunas regiones asiáticas.

El comercio en principio se efectuó mediante la permuta o trueque de mercancías. Ahora bien para comerciar, una de las partes debe necesitar algo que a la otra persona le sobra y para efectuar el cambio la mercancía debe contar con un precio. En este momento surge la idea de “valor” en la mercancía y que se determina de acuerdo a lo que se produce, como se produce y su distribución.

Es indudable que entre los antiguos pueblos el que alcanzó mayor celebridad en el comercio fue el fenicio. Los fenicios ocuparon las costas del Mediterráneo y su actividad comercial la ejercían con todas las civilizaciones vecinas, por lo que muy probablemente fue la civilización con el comercio más importante de la época. No debemos olvidar que a ellos se les atribuye la invención de la moneda metálica.

Una de las naciones que más ha llamado la atención por su gran desarrollo ha sido el pueblo egipcio, los estudios modernos han logrado descubrir su relevancia comercial, además del amplio contacto comercial que mantenía no sólo con los pueblos aledaños, sino también con aquellos que se encontraban a gran distancia de Egipto.

El nacimiento de la moneda marca sin duda un cambio trascendente en el comercio. Si bien el trueque o cambio directo de unos objetos por otros fue la forma inicial del comercio, llegó un instante en que el hombre buscó algo que pudiera servirle de medida común, lo que derivó en lo que hoy conocemos como moneda.

Las primeras monedas estuvieron constituidas por granos, conchas, sal, telas de algodón y aún por ganado. Más tarde el hombre tiene acceso a diferentes metales, empleando éstos como moneda. Es tiempo después cuando surge la idea de acuñar monedas que tuvieran la misma cantidad de metal, evitando así la labor de medir y pesar los metales.

En el siglo XV la población europea era preponderantemente agraria, tenía un

ingreso suficiente sólo para cubrir las necesidades más apremiantes de alimentos, ropas y vivienda, por lo que el comercio se limitaba a las ciudades bastante habitadas.

El siglo XVI vio un incremento firme en el comercio intraeuropeo en productos de primera necesidad y en el comercio con el Oriente en artículos de lujo. Dos de los factores que debieron haber influido en el progreso del comercio son sin duda la formación de ciudades y el establecimiento de gremios. En el norte de Europa, los holandeses, al desarrollar barcos eficientes y especializados, expandieron ampliamente la pesca de arenque y el comercio del mismo.

El descubrimiento de Vasco de Gama de la ruta oceánica hacia la India y las Islas de las Especias vía el cabo de Buena Esperanza (1498) permitió a Portugal, y más tarde a Holanda, desplazar a Venecia en el comercio con estas regiones; llevando el comercio a altamar en navíos de mayor tamaño, a un menor costo de operación.

El descubrimiento de América seguido de la Conquista española de México y Perú reforzó el desarrollo del comercio con una caudalosa corriente de oro y plata. Más tarde la expansión colonial en Norteamérica por los ingleses, holandeses y franceses añadió otra dimensión al intercambio en Europa. Los descubrimientos geográficos, los metales preciosos y la expansión colonial crearon nuevos mercados y fuentes de abastecimiento de materias primas, haciendo mayores y más seguras las ganancias, facilitando la acumulación del capital. Reforzando estas influencias, en el Renacimiento se sientan las bases de la ciencia moderna, contribuyendo con inventos que, como el telescopio, el barómetro y el sextante, ayudaron a la navegación y a la actividad comercial.

Como era natural, otros países, al darse cuenta de la trascendencia económica y comercial de los descubrimientos realizados, sintieron la necesidad de adquirir nuevas

Tierras, por lo que cada descubrimiento significó un avance en materia comercial.

En la época de expansión comercial surgen ideas económicas, expresadas por los activos hombres de negocios que se encontraban ocupados por los problemas prácticos del comercio, apareciendo toda una filosofía alrededor de la producción y la mercancía. A medida que el tiempo transcurrió el comercio fue evolucionando, hasta hallarse presente en todos los aspectos de la vida.

Uno de los grandes inventos que motivaron extraordinariamente el comercio, es el crédito y sus instrumentos, además del nacimiento de los bancos que participaban encargándose de la acuñación de moneda, de los impuestos, de la deuda pública y por supuesto realizando operaciones de crédito, de tal forma que poco a poco se fueron insertando en la economía.

La incorporación de nuevas tecnologías tuvo como efectos grandes modificaciones comerciales, ya que se reemplazaron los procesos y métodos de trabajo en la industria, que se traducirían en controles más efectivos, incrementos de productividad, ahorro de energía y reducción de costos. Por otra parte aparece toda una gama de nuevos productos que irrumpieron en el mercado, al tiempo que los productos existentes disminuyeron en tamaño y precio.

Desde luego es importante dar algunas definiciones de comercio, según Ricardo Torres Gaytán “el comercio es la rama de la actividad económica que se refiere al intercambio de mercancías y de servicios, mediante trueque o dinero, con fines de reventa o para satisfacer necesidades”<sup>19</sup>. Por su parte el diccionario de comercio internacional define al comercio como “la negociación o tráfico que consiste en comprar, vender o permutar mercancías, con el objeto de satisfacer necesidades, llevando artículos del productor o fabricante al consumidor, a través de un complejo

proceso económico”.<sup>20</sup>

Por último daremos la definición aportada por el diccionario jurídico. “El comercio consiste esencialmente en una actividad de mediación o interposición entre productores y consumidores, con propósito de lucro. La conveniente división del trabajo impone la necesidad de que esta actividad mediadora sea realizada por personas especializadas: los comerciantes”.

Debemos concluir precisando que los conceptos antes mencionados, si bien son correctos, recurren a la relación de intercambio en las que originalmente se basó el comercio, sin embargo su evolución favoreció la aparición de un nuevo proceso llamado cadena de comercialización. Gracias al comercio es posible entonces una ampliación inmensa de los bienes a los cuales se tiene acceso, generándose además una especialización productiva que resulta fundamental. La diversidad de elementos que componen al comercio, así como su tecnificación han hecho que, en muchos casos, diversas actividades comerciales sean desempeñadas por firmas especializadas.

La implantación de los avances tecnológicos en la actividad comercial ha provocado cambios en las concepciones tradicionales de comercio de tal magnitud que podríamos afirmar que toda la sociedad se encuentra inmersa en una gran revolución. Como dice Del Peso Navarro, “el comercio siempre ha sido pionero en innovaciones jurídicas y económicas”<sup>21</sup>, y ahora toma la delantera con innumerables transacciones que se hacen a través de medios electrónicos, avanzando una vez más delante del Derecho, entiendo a este como el Derecho positivo.

### 1.2.1 ANTECEDENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Tras la aparición de la moneda y los billetes, que son las formas de pago precursoras y los mecanismos que han fomentado el desarrollo del comercio (títulos de crédito) la era electrónica introdujo alternativas de pago, por ejemplo las tarjetas telefónicas, extendidas para realizar llamadas desde teléfonos públicos, sin embargo, tenían el inconveniente de valer solo para el uso de servicios específicos pero no para la compra de bienes.

En la carrera por flexibilizar el comercio y dotar de herramientas su actividad, aparecieron nuevas formas de intercambio, hasta llegar a la tarjeta de crédito que tuvo su desarrollo gracias a los medios electrónicos e informáticos. Estas disfrutaban de una amplia aceptación en la actualidad. Su proliferación planteó problemas de compatibilidad que poco a poco se han ido resolviendo en sus aspectos más prácticos, como universalidad de cajeros automáticos, etc. No obstante, aún presentan limitaciones, dado que requieren sistemas de lectura y validación, deben ser firmadas, es un proceso más lento que el pago con moneda y la compra o transacción queda registrada, lo que en muchos casos no es deseado por el usuario y el vendedor.

El comercio tradicional se apoyaba, en su vertiente convencional y en sus variantes electrónicas, en relaciones de confianza mutua y compromiso entre comprador y vendedor, de tal manera que se mantenían los soportes legales y financieros de los pedidos, presupuestos, facturas, etc., mientras que los de pago se hallaban respaldados por innumerables prácticas comerciales y bancarias, como la letra, el cheque, la transferencia, etc. La red de comunicaciones, cuando ésta era utilizada, se limitaba a facilitar los contactos y las comunicaciones entre las partes.

Por otra parte resulta interesante analizar al comercio electrónico de acuerdo a la adaptación al Internet por parte de los empresarios.

Una vez que Internet comenzó a tener una cantidad considerable de usuarios, quedó claro que el sector comercial el potencial traducido en dinero que tenía la Red. El principal objetivo de esta etapa era la de difundir la imagen y las características más importantes de la empresa y la forma de poder lograrlo era a través de una página web.

En realidad el objeto era tener la página y en principio no importaba tanto el contenido de la misma, por lo que se vaciaba la información con el fin de hacer más bien folletos que contenían información sobre la empresa y la imagen publicitaria.

En esta etapa lo importante era que la empresa contara con una página web, hoy en día lo raro es que no cuenten con una. Además de que la abertura de la Red ha alcanzado a las medianas y pequeñas empresas.

El paso a seguir fue la creación de las tiendas virtuales, de esta forma las empresas colocan algunos productos en sus páginas con la idea de atrapar como clientes a todos los visitantes de sus páginas, por supuesto que la evolución tecnológica permitió el avance del comercio electrónico. En un inicio las aplicaciones por Internet se limitaban a ligas, envío de mail, entre otras. Más adelante surgió la oportunidad de realizar cobros por la Red y las empresas tardaron muy poco en aprovechar las nuevas posibilidades.

En esta etapa también surgió el concepto de "centro comercial virtual", en donde un proveedor aportaba toda la infraestructura tecnológica necesaria para crear una tienda electrónica y vendía espacio en la misma a diversos "locatarios", empresas interesadas en vender por Internet pero sin la capacidad o la intención de crear sus propias tiendas en línea.

Otra de las innovaciones de este periodo es la aparición de empresas dedicadas

absolutamente a la venta por Internet, grandes empresas se fusionaron para crear negocios por Internet, en busca de convertirse en los gigantes del Internet.

El asombroso crecimiento del comercio electrónico derivó en una estruendosa caída de las empresas que hacían negocios por Internet, pues para 1999 veían caer el valor de sus acciones en la bolsa, ya que se empezaron a extender numerosas noticias sobre los fraudes y la falta de seguridad que imperaba en la Red más grande del mundo. Sólo algunos sitios se salvaron de la banca rota gracias a la venta de publicidad en la web. En aquel momento se pensó que era el fin del comercio electrónico, sin embargo, varias empresas vieron crecer sus utilidades gracias a la labor publicitaria realizada por Internet. Al parecer el fracaso de las empresas de venta por Internet no afectó aquellas que colocan sus productos en los medios tradicionales, muy por el contrario les permitió anexar al Internet como una parte esencial dentro de las estrategias globales de una empresa.

### 1.2.2 COMERCIO ELECTRÓNICO

Hablando de la aparición de fenómenos que han cambiado todo el esquema del comercio tradicional podemos señalar al comercio electrónico, que de alguna manera ha presentado un enorme crecimiento, a pesar de que la cuestión de la seguridad se ha convertido en su principal inconveniente. Tradicionalmente el comercio se haya asentado sobre la confianza y el crédito, lo que ha favorecido el desarrollo de las operaciones comerciales. Consideramos entonces necesario la aparición de nuevas tecnologías, normas jurídicas y autoridades que doten de seguridad y confianza al comercio por Internet.

El comercio electrónico viene a proponer una extensión de las funciones de la Red a la hora de establecer relaciones de confianza y compromiso entre las partes. De esta manera, la red permite garantizar los derechos de las partes sin requerir el

establecimiento de relaciones preliminares entre partes para cada transacción. Ello es importante, porque el establecimiento de estas relaciones es algo costoso en términos de tiempo y medios y en todo caso, no está al alcance de todos los comerciantes y usuarios, ni justificado ante transacciones de cuantía baja o media.

Actualmente es cada vez mayor el número de personas que hacen uso de las computadoras, no sólo en busca de información, sino también para realizar operaciones comerciales. Estas denominadas transacciones electrónicas se dan no sólo entre empresarios, sino entre empresas y consumidores, en el ámbito nacional e internacional. Es necesario señalar entonces la realidad que abarca el comercio electrónico y los diferentes tipos de transacciones que se pueden llevar a cabo. En un sentido amplio, por comercio electrónico se entiende “todo tipo de transacción comercial por medios electrónicos”.<sup>22</sup>

Por otra parte, encontramos la definición tomada de una página web, ésta señala al comercio electrónico como: “un concepto generalista que engloba cualquier forma de transacción comercial o de negocios que se transmiten electrónicamente, usando las redes de telecomunicación. Ello incluye el intercambio de bienes, servicios e información electrónica. Así como las actividades de promoción y publicidad de productos y servicios, concursos electrónicos, etc.”<sup>23</sup>

El español Martínez Nadal señala al fenómeno del comercio electrónico como: “las transacciones comerciales electrónicas desarrolladas a través de los mecanismos que proporcionan las nuevas tecnologías de la comunicación”.<sup>24</sup>

Los anteriores conceptos son recientes y se encuentran en constante evolución, ya que al ser un concepto evolutivo, se encuentra sujeto a los cambios o nuevas formas en la forma de comerciar por Internet.

Ahora bien, conviene matizar y precisar los anteriores conceptos ya que debemos considerar llegar a ser un tanto imprecisos y restrictivos, limitando su aplicación a las transacciones con procesos íntegramente por vía electrónica. Por una parte, debemos evitar enfrascarnos en la concepción restrictiva de que el comercio electrónico solo son aquellas compras realizadas por Internet, si bien su desarrollo se debe a la rápida expansión del mismo, además de la implantación de la World Wide Web que ha contribuido gradualmente al uso de computadoras en la realización de actividades de tipo comercial, permitiendo el acceso de los consumidores a un mercado sin fronteras, el comercio electrónico minorista en el mundo aun no tiene el volumen de negocio que potencialmente puede implicar. Aunado a que su implantación es bastante desigual, considerando que el tercer mundo se encuentra muy atrás de Estados Unidos y Europa.

De esta manera podemos señalar que el comercio electrónico se ha presentado con una gran relevancia económica y una de sus variantes más consolidadas hoy en día son las operaciones económicas entre empresarios realizadas en redes cerradas implantadas en determinados sectores, como puede ser el financiero. En este último destacan, por el volumen de operaciones realizadas diariamente, que se llevan a cabo en mercados de capitales y de dinero en todo el mundo, que en la mayoría de los casos implican transferencias de cantidades considerables.

No debemos olvidar la vertiente minorista del comercio electrónico que es el bussines to consumer en el que las partes no tienen que mantener necesariamente relaciones estables, ni es necesario un acuerdo anterior entre las mismas al ser Internet un mercado abierto. Lo cierto es que las posibilidades de negocio en las redes no se limitan al business to business, sino que se extienden a las relaciones con consumidores y a la de los usuarios de la red entre sí.

Es importante señalar las variantes en materia de comercio electrónico, ya que encontraremos diferencias si la contratación se da entre empresas o entre éstas y los consumidores, apareciendo entonces efectos jurídicos distintos.

Para efectos de clasificación, es necesario distinguir las variedades que pueden existir en el comercio electrónico, de la siguiente forma:

- Comercio electrónico entre empresarios (business to business)
- Comercio electrónico entre empresarios y consumidores (business to consumer)
- Comercio electrónico entre empresarios y Administración Pública (business to administration)
- Comercio electrónico entre consumidores (consumer to consumer)

Podemos mencionar otra clasificación de comercio electrónico que resulta muy sencilla y que comprende dos modalidades:

- El comercio electrónico directo, que se lleva a cabo íntegramente por vía electrónica, consistiendo en la entrega en línea de bienes intangibles; abarcando el proceso desde el pedido hasta el pago.
- El comercio electrónico indirecto, que se realiza desde Internet mediante pedidos de bienes y servicios tanto materiales como intangibles en la red, pero que requieren un proceso de entrega a través de los canales normales de distribución física.

Hasta el momento parece ser que todo tipo de bienes y servicios son susceptibles de ser suministrados o gestionados a través de Internet, pero dependiendo de la naturaleza de ellos, habrá que recurrir en mayor o menor medida a los medios del comercio convencional. Así, algunos productos como la industria pesada necesitarán utilizar para al menos algunas de las etapas de una compra los medios tradicionales,

como por ejemplo para su promoción o entrega. Otros medios, como servicios jurídicos o programas informáticos podrán ser negociados, comprados y entregados íntegramente mediante medios electrónicos.

El comercio electrónico no precisa hasta ahora cuales son los límites que le separan del comercio tradicional y es posible que ambos se mezclen en función de la generalización de ciertas prácticas. Por ejemplo, los pagos por medios electrónicos podría generalizarse incluso para los casos de comercio tradicional, siempre que ello presente ventajas para las partes.

En la actualidad debemos considerar que el comercio electrónico no viene a sustituir al comercio tradicional, sino a crear uno nuevo, con todas aquellas mercancías, bienes o servicios que hagan idóneo el uso de este tipo de medios. Habrá también un comercio híbrido que utilizará una combinación de técnicas electrónicas y convencionales para la promoción, venta o pago de los intercambios comerciales.

### 1.3.2 BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

- 1) Los consumidores, tendrán la capacidad de elección dentro de una oferta extensa que no vendrá limitada por grandes distancias ni restricciones al comercio.
- 2) La cadena de distribución se acorta y con ella los plazos y tiempos de respuesta, al poder realizarse pedidos y respuestas de forma casi instantánea y tener conocimiento rápido de disponibilidades y precios. Ello es especialmente cierto para aquellos productos cuya distribución puede hacerse de forma electrónica.
- 3) El acortamiento del ciclo de compra llevará a la disminución de costos, no solo por acortarse la cadena de intermediarios, sino que un gran número de estos procesos pueden ser automatizados, lo que inevitablemente quedará reflejado en

los precios de las mercancías.

- 4) Las nuevas tecnologías harán crecer no solo el comercio existente, sino es sobre todo una oportunidad para el desarrollo de nuevos productos, en especial aquellos que por su naturaleza pueden beneficiarse más del comercio electrónico, como pueden ser todos aquellos en que la mercancía o servicios estén constituidos por información, como asesoría legal o financiera, enseñanza, noticias, etc.
- 5) La proximidad al usuario y el acortamiento de ciclos de respuesta son elementos fundamentales que posibilitan aumento en la calidad de servicio y de una mejora de la competitividad, al disponer de mecanismos que realimentan al vendedor de forma más directa con información acerca de la aceptación de productos o el perfil y preferencias de sus clientes.
- 6) Aunque el comercio electrónico no ha logrado imponerse en nuestro país, las cifras demuestran que va en ascenso el número de consumidores confiados en el Internet. Por lo que se revela ante nosotros la preocupación de encontrar formas jurídicas que nos permitan hacer uso de la tecnología y realizar todo tipo de transacciones con seguridad, por lo que resulta pertinente preguntar si nuestro sistema jurídico está preparado para hacer frente a las numerosas exigencias que presenta la llamada era de la información.

Podemos mencionar entonces que existen varios campos en los que se debe trabajar para estimular el desarrollo del comercio electrónico, son varios los aspectos, pero en este momento podemos establecer de manera primordial la seguridad y protección contra el fraude, con lo que se puede vislumbrar la necesidad de encontrar formas de pagos que permitan disminuir los riesgos. Resulta urgente crear un marco jurídico, por el momento prácticamente insuficientes en nuestro país, con la idea de crear una infraestructura de garantías que generen la confianza a los usuarios, realmente

importante para el desarrollo del comercio por Internet.

En México aún no existe una Ley de Comercio Electrónico, sin embargo en algunas normas se encuentran plasmadas disposiciones sobre la materia. El 29 de mayo del 2000 se publican en el Diario Oficial de la Federación algunas reformas al Código Civil, al Código de Procedimientos Civiles, al Código de Comercio y a la Ley Federal de Protección al consumidor, con el objetivo de que contemplaran aspectos propios de las recientes tecnologías de la información. La finalidad de las reformas fue dotar de legalidad a la contratación electrónica, de tal manera que los convenios celebrados por medios electrónicos o por cualquier otra tecnología surtieran efecto. Las reformas se basaron en algunas leyes modelo emitidas por UNCITRAL, adoptando en las mismas términos considerados ya como universales y que se adecuan a la necesidad de insertar a México en un comercio global. El objetivo de ceñirse a las leyes modelo de UNCITRAL fue buscar la armonía entre nuestras leyes con el resto de las legislaciones, ya que como hemos mencionado varias veces la Internet no respeta territorios o gobiernos.

Por otra parte existen algunas iniciativas de leyes que buscan regular el Comercio Electrónico, que aún se encuentran congeladas en el Congreso, de acuerdo a un artículo escrito por Kiyoshi Tsuru<sup>23</sup>, se trata mas bien de una especie de incertidumbre por parte de los legisladores quienes en este momento no se encuentran seguros del terreno que tratan de reglamentar, ni cuales son los alcances o consecuencias jurídicas que podría traer una ley que reglamentara el Comercio Electrónico.

Lo que ha pasado con algunas legislaciones europeas, es que han surgido de numerosas consultas con los empresarios y la sociedad civil, con lo que se ha conseguido detectar algunas necesidades, tratando así de encontrar soluciones a los

problemas que plantean las nuevas formas de comercio. Sería en realidad una buena idea que se pudieran realizar algunas consultas a todos aquellos interesados en el desarrollo del Comercio Electrónico en México, esperando que de esta forma se les facilite a los legisladores crear una Ley que reglamente el comercio a través de Internet de una forma clara y que no presente ninguna dificultad en su aplicación, abriendo el camino a nuevas formas de comercio que surgen día a día.

Por otra parte encontramos a algunos organismos como la UNCITRAL mencionada anteriormente preocupados por los problemas actuales del Derecho, que se han dedicado a conformar grupos de trabajo que elaboran leyes modelo dirigidas a dar soporte legal a todos estos fenómenos electrónicos. Lo que resulta lamentable es que dichas leyes no cuentan con uniformidad internacional, ya que no se encuentran todavía instauradas en algunos países, por lo tanto se hace difícil que puedan hacer frente a los conflictos que presentan las modernas prácticas comerciales.

# CAPITULO II

## CONTRATO DE COMPRAVENTA

- 1 Contratos
  - 1 Antecedentes
  - 2 Autonomía de la voluntad
  - 3 Concepto de Contrato
- 2 Elementos de los contratos
  - 1 Elementos de existencia
    - 1 El Consentimiento
      - 1 La oferta
      - 2 La aceptación
      - 3 Momento en el que se integra el consentimiento entre ausentes
  - 2 Objeto
    - 1 El Objeto-cosa del contrato
    - 2 El Objeto-hecho del contrato
  - 3 Elementos de validez
    - 1 Capacidad
      - 4 Representación
    - 2 La Forma
    - 3 Objeto Lícito
- 3 Vicios de la voluntad
  - 1 El Error
  - 2 El Error-Obstáculo
  - 3 El Error-Nulidad
  - 4 El Error Indiferente
  - 5 Dolo o Mala Fe
  - 6 La Violencia
  - 7 La Lesión
- 4 Contrato de compraventa
  - 1 La Compraventa en Roma
  - 2 Perfección del Contrato de Compraventa
  - 3 Clasificación de la Compraventa
  - 4 Elementos personales del contrato de Compraventa
  - 5 El Precio
  - 6 Modalidades de la compraventa
    - 4 La venta con reserva de dominio
    - 5 Venta Judicial
    - 6 Contrato de Compraventa Civil y Mercantil

## CONTRATO DE COMPRAVENTA

### 2.1 CONTRATOS

#### 2.1.1 ANTECEDENTES

Históricamente concurren dos factores, uno filosófico y otro económico, para conceder un valor único al individuo y a su voluntad. Los filósofos del siglo XVIII postularon las ideas del individualismo liberal al afirmar que el hombre nace libre y sólo pierde su libertad por las restricciones a las que él mismo se somete, únicamente cuando ha consentido obligarse, o bien la Ley, a cuyo imperio decidió someterse libremente por un contrato celebrado con la sociedad, esto es el Contrato Social.

En el plano económico, la doctrina del liberalismo afirma que el permitir la libre actividad del individuo es la mejor fórmula para obtener el beneficio común, dejar a las voluntades individuales es la mejor forma de lograr la justicia.

#### 2.1.2 AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD

Bajo la influencia de tales teorías se consagró el principio de la libertad contractual, la libertad de las convenciones, lo que para entonces fue llamado “autonomía de la voluntad”, lo cual consiste en afirmar la importancia de la voluntad individual, permitiendo al individuo crear a su arbitrio, las obligaciones o los contratos que libremente decidan. Este principio subsiste hasta la fecha, aunque con las limitaciones impuestas por la propia sociedad.

Actualmente la intervención del Estado en la creación de restricciones a la libertad de contratar se hace más evidente, ya que en la mayoría de los casos se busca a través de normas prohibitivas la protección de los grupos más vulnerables de la sociedad. La

autonomía de la voluntad queda así reducida a la posibilidad de los propios individuos para obligarse libremente, siempre que no vayan en contra de las normas establecidas, las buenas costumbres y el derecho de terceros.

### 2.1.3 CONCEPTO DE CONTRATO

Conforme a nuestro sistema jurídico, son fuentes de las obligaciones: el contrato, la declaración unilateral de la voluntad, el riesgo profesional, el enriquecimiento ilegítimo, la gestión de negocios y el acto ilícito. Definido en los artículos 1792 y 1793 del Código Civil, podemos asegurar que el contrato se encuentra como la más importante fuente de las obligaciones.

El contrato escribe Rojina Villegas, se define como “un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones; es una especie dentro del género de los convenios. El convenio es un acuerdo de voluntades para crear, transmitir, modificar o extinguir obligaciones y derechos reales o personales; por lo tanto tiene dos funciones, por un lado crear o transmitir obligaciones y derechos y por otro el modificarlos o bien extinguirlos” Se deja entonces al contrato la función positiva de crear o transmitir derechos y obligaciones y al convenio la función negativa de modificarlos o extinguirlos.

Manuel Bejarano Sánchez define: “El contrato es un acto jurídico bilateral, una manifestación exterior de la voluntad, tendiente a la producción de efectos de Derechos sancionados por la Ley. Es una doble manifestación de la voluntad, ésta es la de los contratantes que se ponen de acuerdo”.<sup>2</sup>

Como conclusión debemos decir que los contratos dan vida a distintos tipos de derechos, como ejemplo mencionaremos el contrato de compraventa el cual da nacimiento a derechos personales y reales. Al transferir la propiedad del vendedor al

comprador se da origen a un derecho real. Pero la compraventa también crea derechos personales en el momento de que existe la obligación de dar, es decir, entregar la cosa, de garantizar la posesión pacífica; de responder de los vicios o defectos ocultos y de la evicción. Respecto al comprador se deberá cubrir el precio convenido y entregarlo en tiempo y forma convenida.

## 2.2 ELEMENTOS DE LOS CONTRATOS

### 2.2.1 ELEMENTOS DE EXISTENCIA

Los artículos 1794 y 1795 del Código Civil enumeran por separado los elementos necesarios para la existencia del acto jurídico, así como los indispensables para su validez, por supuesto refiriéndolos al contrato.

Es importante diferenciar los elementos considerando las consecuencias producidas por la ausencia de alguno de ellos, por lo que debemos empezar señalando aquellos que resultan esenciales y sin los cuales el acto no existe:

#### 2.2.1.1 EL CONSENTIMIENTO

El primer elemento de existencia es el consentimiento, del cual estudiaremos su significado. En primer lugar en su sentido etimológico (cum sentire) expresa el acuerdo de las voluntades de las partes en cuanto al contrato. La palabra consentimiento tiene, además, otra acepción más restringida que es la que vamos a atribuirle aquí. Designa “el asentimiento dado por cada una de las partes a las condiciones del contrato proyectado, con la voluntad de hacerle producir efectos jurídicos. A fin de reunirse y de establecer entre ellas la relación de derecho, las partes deben expresarse su adhesión individual. El consentimiento deberá darse por todos los contratantes recíprocamente”<sup>3</sup>. Esas manifestaciones que emanan de las partes,

deberán ser cruzadas y cambiadas entre sí, con la finalidad de conseguir el mutuo consentimiento.

Luis Muñoz entiende el consentimiento como “las declaraciones distintas que emanan de cada una de las partes, aunque éstas puedan ser plúrimas. Semejantes declaraciones tienen que emitirse por cada parte de manera expresa o tácita, y ser comunicadas o notificadas a fin de que sean conocidas y comprendidas por la contraparte”.<sup>4</sup>

Como hemos visto, la voluntad de celebrar el contrato es el elemento principal, dicha voluntad recibe el nombre de consentimiento y es un factor complejo formado por la integración de dos voluntades. Para ser formado el consentimiento es necesario dos emisiones de voluntad sucesivas, de dos declaraciones unilaterales: la oferta y la aceptación. Determinar el momento en que se logra el acuerdo es importante, ya que en ese momento nace el contrato y comienza a tener efectos legales, pues antes de éste no hay convenio ni obligaciones. El acuerdo de voluntades surge, en el momento en el que la oferta es aceptada, es decir oferta y aceptación se unen.

Las voluntades dirigidas a formar el consentimiento tienen que existir con una intención determinada y haber sido exteriorizada; sólo entonces se puede hablar de una manifestación de la voluntad. Tal exteriorización de la voluntad debe darse en forma expresa, esto es, cuando se manifiesta de forma verbal, por escrito o por signos inequívocos. Existen casos especiales en los que ciertos actos o hechos hagan suponer o presumir que existe una aceptación, siempre y cuando la ley (artículo 1803 del Código Civil) no exija la manifestación de manera expresa.

“Por otra parte debemos señalar que el consentimiento deberá ser libre y espontáneo, sin que existan vicios que sean capaces de evitar su eficacia, ya que podemos considerar al consentimiento como la base misma del contrato”.<sup>5</sup> Aunque la manifestación del consentimiento de cada una de las partes puede darse de muy

variada forma, en todo caso el consentimiento se debe haber formado y manifestado libre y conscientemente, y además por persona que tenga la capacidad de contratar.

Si faltara dicha libertad y conciencia, nos encontraríamos con una voluntad viciada, que posibilitaría la anulación del contrato, por parte de aquel contratante que ha sufrido tales interferencias en la formación de su consentimiento.

En el consentimiento podemos señalar la existencia de dos elementos importantes de analizar: la oferta y la aceptación.

#### 2.2.1.1.1 LA OFERTA

La oferta consiste en la manifestación de la voluntad unilateral de contratar, de tal manera que el oferente dirige una propuesta a una persona determinada o no, presente o ausente, con el fin de que la acepte. La oferta debe señalar ciertas características básicas del negocio que pretende celebrar, principalmente la clase de acto y las condiciones en las que se desea contratar.

La oferta siempre debe ir dirigida a otra persona que debe recibir y aceptar, ya que sólo así se completará el acuerdo de voluntades. El destinatario deberá emitir su aceptación inmediatamente (artículo 1805 del Código Civil) siempre que se encuentren presentes ambas partes, o bien se puedan comunicar inmediatamente (teléfono). También es posible que las partes establezcan comunicación por vías mediatas, esto en el caso de la contratación entre ausentes, por lo que siguen reglas especiales.

#### 2.2.1.1.2 LA ACEPTACIÓN

Es también una manifestación unilateral de la voluntad que concuerda con la propuesta emitida por el oferente. En la práctica, los contratos se forman por una

oferta seguida de una aceptación, ya se acepte la oferta tal como se hiciera, o bien, habiéndose hecho determinadas modificaciones, si el autor de la oferta acepta esas modificaciones. La aceptación cristalizará la formación del contrato siempre que se haga en tiempo y en la forma requerida.

Por su parte se debe verificar la vigencia de la oferta, ya que ésta no tiene eficacia permanente. En el caso de la ofertas con plazo, la vigencia se prolonga por el tiempo previsto. El artículo 1804 del Código Civil dispone que: “Toda persona que propone a otra celebrar un contrato, fijándole un plazo para aceptar, queda ligada por su oferta hasta la expiración del plazo”.

En el caso de las ofertas sin plazo, se deben considerar dos supuestos, pues cuando se trata de una oferta entre presentes la aceptación debe emitirse al momento, mientras que entre ausentes se prolonga el tiempo necesario para la ida y vuelta regular del correo público más tres días. (Artículo 1816 C. C.). La oferta se extingue además en el caso de la muerte del oferente antes de ser aceptada, a menos que al momento de la aceptación, el aceptante ignore el hecho (artículo 1809 del C. C.) La propuesta entonces produce obligaciones al oferente en sólo dos casos: la oferta con plazo y la oferta entre ausentes. En ambos aparece el emisor como obligado a mantener su proposición durante el plazo legalmente indicado. En el caso de no ser aceptada la oferta de contratar no produce ningún efecto.

#### 2.2.1.1.3 MOMENTO EN EL QUE SE INTEGRA EL CONSENTIMIENTO ENTRE AUSENTES

Determinar el momento es importante para definir algunos aspectos, ya que el problema se presenta cuando nos encontramos frente a contratantes que no están en comunicación inmediata, pues resulta impreciso saber cuándo se celebró el contrato, el lugar de su formación y lo más importante, conocer desde cuando se encuentran

obligados los contratantes.

Al respecto, la doctrina ha elaborado cuatro teorías sobre la formación del contrato. Estas teorías son: de la declaración, de la expedición, de la recepción y del conocimiento. Veamos brevemente cada una de ellas.

- a) La teoría de la declaración. Es la teoría más simple, también se conoce como la de la manifestación. Según esta teoría el contrato se forma cuando el aceptante manifiesta o declara, su aceptación de celebrar el contrato conforme a los términos y condiciones de la oferta.
- b) La teoría de la expedición. De acuerdo con esta teoría no es suficiente que el aceptante declare o manifieste su aceptación, sino que será necesario que se desprenda de ella, enviándola o dirigiéndola al oferente.
- c) La teoría de la recepción. Según esta teoría, el contrato se forma cuando la aceptación llega al domicilio del oferente, no siendo necesario que el oferente esté enterado del contenido, pues basta que llegue fehacientemente la aceptación al ámbito de acción o esfera jurídica del oferente. “Esta es la teoría más aceptada en la doctrina comparada y legislación mundial”.<sup>6</sup>
- d) La teoría del conocimiento. Conocida también como la teoría de la información, propone que la formación del contrato se da en el momento en el que el oferente conoce la aceptación de su oferta, surgiendo en consecuencia consentimiento o voluntad común de ambos contratantes.

Sobre la formación del contrato, cada país ha optado por una regla propia al considerarla la más apropiada. Así en México, según el artículo 1807 del Código Civiles sigue la teoría de la recepción.

Por último debemos considerar que la ausencia de voluntad provoca la inexistencia del negocio jurídico. A veces la voluntad existe sólo en apariencia, pero no en derecho; cuando falta edad, existe demencia o ausencia accidental de la razón, cuando se manifiesta en broma, en los casos de simulación absoluta, etc.

## 2.2.2 OBJETO

En sentido general, se entiende por objeto de las obligaciones, lo que el obligado debe dar, hacer o no hacer, es decir lo que el obligado debe prestar, de acuerdo a las diferentes fuentes de las obligaciones. Por lo tanto es necesario delimitar la definición de objeto a una sola de éstas fuentes: el contrato.

El objeto del contrato, de acuerdo con el artículo 1824 del Código Civil, “es la cosa que el obligado debe dar y el hecho que el obligado debe hacer o no hacer”. Considerando la definición legal del objeto, resulta útil el uso de la terminología objeto-cosa y objeto-hecho para su análisis.

### 2.2.1 EL OBJETO-COSA DEL CONTRATO

El llamado objeto-cosa del contrato debe reunir ciertos requisitos señalados en el artículo 1825 del Código Civil y que a continuación se señalan:

- a) La cosa debe existir en la naturaleza, o ser susceptible de existir cuando se trate de cosas futuras. En el artículo 1826 se permite el contrato sobre cosas futuras, sin embargo, se prohíbe el contrato sobre la herencia de persona viva aunque ésta preste su consentimiento, principalmente por razones de moralidad.
- b) La cosa objeto del contrato debe ser determinada o determinable en cuanto a

su especie y a su cuota o cantidad. La determinación se pueden dar de manera individual, que es aquella por la que se hubieran detallado algunas características, que hicieran imposible la confusión con otra. En este caso la cosa o prestación prometida por el deudor debe mencionarse en materia precisa, es a lo que llama Galindo Garfias “cuerpo cierto”.<sup>7</sup>

Y la determinación en la que se atiende a los datos de género, cantidad, calidad, peso o medida, se aportan con el fin de cubrir con las características necesarias para su determinación. Estableciendo, además, que en caso de que no se especifique la calidad, de acuerdo con lo dispuesto en el Art. 2016 el Código Civil, el deudor cumple con la obligación al entregar un cosa de mediana calidad.

- c) La cosa debe estar en el comercio; respecto a este requisito el Art. 748 establece que las cosas pueden estar fuera del comercio por su naturaleza o por ley; mientras que el Art. 749 determina que las cosas están fuera del comercio por su naturaleza cuando no pueden ser poseídas por algún individuo exclusivamente, o cuando las declaren de uso común o de servicio público (Art. 768 y 770 del Código Civil).

En el caso de aquellos bienes que sean del dominio público y por lo tanto se encuentren fuera del comercio, no se podrán celebrar contratos traslativos de dominio o aquellos que constituyan derechos reales sobre dichos bienes, sin embargo éstos bienes pueden ser objeto de contratos válidos, por ejemplo los de arrendamiento o comodato de zonas federales que celebra el Estado con particulares.

El último requisito del objeto-cosa consiste en que el deudor sea titular del derecho sobre la cosa objeto del contrato, ya que dicho derecho se trasladará o

constituirá a favor del acreedor. No es meramente necesario que el deudor tenga la titularidad en el momento de celebrar el contrato, siempre y cuando lo sea en el momento de constituir o transmitir ese derecho al acreedor.

Sin embargo, debemos señalar que en el caso de los contratos no traslativos de dominio, como el arrendamiento o el comodato, no es necesario que la cosa sea ajena al contratante, siempre que se encuentre legitimado para conceder el uso de ella.

#### 2.2.2.2 EL OBJETO-HECHO DEL CONTRATO

El hecho-objeto del contrato puede ser manifestado de manera positiva ( hacer una cosa) o de manera negativa (no hacer determinada cosa) tomando en cuenta que el hecho deberá ser posible y lícito.

El objeto al que atienden las voluntades de los contratantes deberá ser de realización física y jurídicamente viable. Esto es, que las prestaciones a las que las partes se comprometan, puedan ser realizadas tanto en el sentido material, como en el sentido jurídico. Hay conductas que no se pueden efectuar, ya sea porque se encuentran obstaculizadas por el orden natural o porque se trata de hechos ilícitos o legalmente imposibles. El contrato con un contenido imposible no puede existir como tal.

Debemos señalar como hecho ilícito “el que contradice leyes del orden público o las buenas costumbres. Por normas de orden público interno deben entenderse las relativas a la organización política, judicial o al régimen de bienes inmuebles, a la capacidad, al estado civil de las personas y en general las normas de Derecho Público y Privado que tengan el carácter de imperativas o prohibitivas”.

Por su parte existen algunos contratos en los que el objeto-hecho consiste en realizar determinada actuación, pudiendo ser de dos maneras, la primera consiste en una exigencia para que el deudor realice determinada actividad o diligencia, como en el

caso del contrato de servicios profesionales. En la segunda se atiende al resultado o beneficio que obtiene el acreedor por la actuación realizada por el deudor.

Sergio T. Azúa Reyes establece “que el contrato sólo podrá tener por objeto la obligación que el mismo crea”.<sup>8</sup> Lo que el obligado deberá dar, hacer o abstenerse de hacer, por lo que podemos concluir que el objeto es la conducta específica y determinada, que se establece por el acuerdo de voluntades de las partes.

### 2.2.3 ELEMENTOS DE VALIDEZ

Nos toca encargarnos del análisis de los elementos de validez de los contratos, son cuatro los elementos que se deben conjuntar para tener efectos jurídicos, ya que si faltara alguno de estos elementos podrá ser declarado nulo.

#### 2.2.3.1 CAPACIDAD

Es necesario reunir ciertos requisitos, como lo son ser mayores de edad y estar en pleno uso de sus facultades mentales, sin embargo, existen ciertos casos en los que es necesario reunir otros factores. Primero nos avocaremos a mencionar las especies de capacidades que podemos encontrar:

Capacidad de goce. “Es la capacidad que toda persona tiene para ser titular de derechos y obligaciones”.<sup>9</sup> Haciendo énfasis en el hecho de que las personas por el simple hecho de ser personas tiene esta capacidad.

Podemos afirmar que todas las personas tienen capacidad de goce, pero también debemos considerar que las personas deben encontrarse en las situaciones idóneas para hacer valer sus derechos por sí mismas, esta aptitud recibe el nombre de capacidad de ejercicio, es importante mencionar que en el caso de la capacidad de ejercicio no todas las personas la tienen.

Capacidad de ejercicio. “Es la aptitud que tienen determinadas personas para hacer valer sus derechos y cumplir por si mismas con sus obligaciones”.<sup>10</sup> De lo anterior se desprende que la capacidad que constituye el elemento de validez de los contratos es la capacidad de ejercicio, ya que dicha capacidad de obrar o negociar es la necesaria para que tenga validez un contrato. En el caso de que alguna persona carente de capacidad de goce llegara a contratar, el contrato celebrado será nulo, a menos que lo hiciera a través de sus representantes legales.

La capacidad de ejercicio no aparece en el momento del nacimiento como sucede con la capacidad de goce, sino que es necesario llegar a la mayoría de edad, que empieza a los dieciocho años, como lo establece el artículo 34 constitucional y se pierde por la muerte.

La emancipación suele ser una especie de adelanto de la capacidad de ejercicio, ya que el menor de edad al contraer matrimonio es emancipado y sale definitivamente de la patria potestad (Art.641), ya que no se regresa a ésta aunque se anule el matrimonio.

La capacidad de ejercicio se pierde de forma natural con la muerte. Esto debe entenderse sólo tratándose de personas normales, es decir, que se encuentren en pleno goce de sus facultades mentales. Pero también puede acontecer que alguna persona padezca alguna enfermedad psíquica que la sitúe en un contexto de incapacidad para contratar. El asunto de los incapaces se resuelve por medio del juicio de interdicción y a través del mencionado juicio se da fin a la capacidad de ejercicio.

Podemos notar que la finalidad de establecer las incapacidades es la protección de aquellos que por su especial situación podrían ser fácilmente engañados, aunado a ello la imposibilidad para pedir el auxilio judicial. Por lo que la falta de capacidad de

uno de los contratantes, producirá la nulidad relativa del mismo.

#### 2.2.3.1.1 REPRESENTACIÓN

“La representación se refiere a la actuación que realiza una persona en nombre de otro”.<sup>11</sup> La ley establece a la representación como auxiliar de las incapacidades de ejercicio. De tal manera que todas aquellas personas que no cuentan con capacidad de ejercicio podrán contratar a través de sus representantes. La representación podrá ser: legal o voluntaria.

La representación legal es la que establece el Código Civil con la finalidad de proteger a los incapaces señalados en el Art. 450, dicha representación la ejercerán los que tengan la tutela o la patria potestad, según el caso.

La representación voluntaria consiste en el auxilio que se le da a la persona con capacidad de goce y de ejercicio para actuar por sí misma por no encontrarse en el lugar en el que se dé el acto jurídico, por no contar con el tiempo necesario para realizar las actuaciones, o bien, con el fin de que se represente a una persona moral, ya que no pueden celebrar actos por sí misma. En el caso de la representación voluntaria, se deberá celebrar un contrato de mandato, en el que el mandatario se obliga a ejecutar por cuenta del mandante los actos jurídicos que se le encarguen. El contrato de mandato es también conocido como poder.

La capacidad en el contrato de compraventa se da de manera distinta entre los vendedores y los compradores. El vendedor además de tener la capacidad para contratar, deberá ser el legítimo dueño de la cosa, objeto del contrato, ya que de no ser propietario no se puede trasladar el dominio, que sería el fin básico de este contrato. Sin embargo, existen algunos contratos válidos y que producen efectos jurídicos sobre el patrimonio de una persona distinta a la que los celebró, unas veces

porque en el contrato consta que una persona es la que lo celebra y otra diferente es la que recibe los efectos jurídicos sobre su patrimonio o en el caso de que el representante se encuentre debidamente autorizado para celebrar contratos en sustitución del titular de los bienes.<sup>12</sup>

### 2.2.3.2 LA FORMA

El Código Civil establece un principio fundamental de “libertad de forma”, ya que establece que “los contratos serán obligatorios, cualquiera que sea la forma en que se hayan celebrado, siempre que en ellos concurran las condiciones esenciales para su validez”. El artículo 2316 establece, que “el contrato de compraventa no requiere para su validez formalidad alguna especial, sino cuando recae sobre un bien inmueble”.

En los contratos de compraventa de bienes inmuebles la ley no exige una manera especial para dar nacimiento a un contrato, siempre y cuando no exceda de trescientas sesenta veces el salario mínimo vigente en el Distrito Federal (Art. 2317), podrá otorgarse en documento privado con la firma de los contratantes ante dos testigos cuyas firmas de ratifiquen ante notario. En cambio el contrato de compraventa de bienes muebles si debe cubrir ciertos requisitos de forma, como lo son el celebrarse en escritura pública, en documento privado, con o sin testigos.

Ahora bien si la ley exigiere el otorgamiento de escritura pública u otra forma especial, como en el caso de la compraventa de bienes inmuebles, para hacer efectivas las obligaciones propias del contrato, cualquiera de los contratantes puede exigir que se le dé al contrato la forma legal, siempre que hubiese intervenido el consentimiento y los demás requisitos necesarios para la validez.

De lo que desprende que el contrato de venta de inmuebles es un contrato formal, ya que la ley exige una formalidad determinada para su validez, podemos entonces

desprender que la formalidad que exige la ley para los contratos de compraventa sobre bienes inmuebles, es que deben constar en escritura pública.

Además para que la venta sobre un bien inmueble surta efectos frente a terceros, es necesario que se inscriba el Registro Público de la Propiedad, según lo dispuesto en el Art. 2322 del Código Civil. De no hacerse la inscripción correspondiente, la compraventa sólo produce efectos entre los contratantes, pero no frente a un tercero que reclame algún derecho. La falta de esta formalidad no afecta la validez del contrato, por lo que se puede decir que es un requisito para oponerlo frente a terceros, sin que la falta de registro afecte su validez.

### 2.2.3 VICIOS DEL CONSENTIMIENTO

La existencia del contrato se ve determinada por la concurrencia de dos elementos, que son: el consentimiento y el objeto. Por lo que la validez del contrato depende de que la voluntad de las partes no esté determinada por situaciones que adulteren la verdadera intención que las llevó a obligarse.

El acto contractual debe ser libre, consciente y espontáneo para que puedan dar al contrato fuerza obligatoria. De lo que podemos deducir que cuando a un individuo lo mueve el error o la violencia al declarar algo contrario a sus deseos, el acto jurídico no existe pues carecería de voluntad.

El profesor Ortiz Urquidi hace una clasificación de los vicios de la voluntad en autónomos y no autónomos, de la manera siguiente:

“Son autónomos los que existen por sí mismos, con independencia de cualquier otro, éstos son: el error, la violencia, miedo o temor. No autónomos son los vicios que sólo afectan a la voluntad si logran convertirse en error, tales como el dolo o la mala fe,

ignorancia y la reticencia”.<sup>13</sup>

### 2.3.1 EL ERROR

El error es la idea falsa o inexacta que se tiene sobre una cosa, el concepto equivocado que se tiene acerca de una cosa.

El profesor Sergio Azúa de Reyes lo define como: “la discordancia de la realidad con lo pensado, afecta al consentimiento de las partes o de una de ellas de tal forma que el acto jurídico puede resultar viciado en diferentes grados, según sea el nivel de error padecido”.<sup>14</sup>

Puede ser que el error más grande se de cuando las partes no determinaron el objeto, o bien no acordaron la naturaleza del contrato. Por ejemplo, se celebró un contrato de compraventa, pensando que se trataba de uno de donación. El error en el objeto se da cuando cada una de las personas piensa en objetos distintos sin que se haya hecho la debida aclaración.

Luis Muñoz<sup>15</sup> hace la diferencia entre error en el motivo y el error en el contenido. El primero tiene que ver con el motivo que dio origen al contrato, mientras que el segundo va dirigido a las cualidades previstas en las cosas, como lo son el valor, precio, características, etc.

El profesor Ortiz Urquidi distingue tres grados de error: “El error-obstáculo, el error nulidad y el error indiferente, clasificación que atiende a los efectos que tienen sobre la eficacia de la voluntad”.<sup>16</sup>

### 2.3.2 ERROR OBSTÁCULO

Se caracteriza porque impide la formación del contrato, ya que el error recae sobre la naturaleza del negocio originando la inexistencia del mismo. Podemos entonces considerar que el contrato nunca llega a existir al adolecer del acuerdo de voluntades sobre la naturaleza del negocio o bien sobre la cosa objeto del contrato, por lo que se presenta una falsa representación de la situación, interviniendo así en el proceso formativo de la declaración de la voluntad, de tal manera que de no haber mediado el error la voluntad se hubiera formado dando paso al nacimiento del negocio jurídico.

### 2.3.3 ERROR-NULIDAD.

Es un error de menor trascendencia ya que se da sobre alguno de los elementos del contrato, pero su presencia no impide el nacimiento del negocio jurídico, por lo que la voluntad aparece, pero con la presencia del error- nulidad, se permite en un momento dado que se invalide el contrato.

El error nulidad se da en dos formas según el artículo 1813: el error de hecho y el error de derecho. Estos errores tienen en común que invalidan el contrato cuando recaen sobre la voluntad de las partes, siempre y cuando se pruebe por las circunstancias del negocio, que éste se celebró en el falso supuesto que lo originó y no por otras causas.

El error de hecho se da cuando se supone que el objeto del contrato ha sido plenamente identificado por las partes y en realidad resulta substancialmente distinto.

En el caso del error de derecho se da cuando las partes celebran un contrato pensando que la ley hará que produzca consecuencias que no se dan en el plano real.

### ERROR-INDIFERENTE

Este tipo de error no impide que el negocio jurídico nazca, ni recae sobre el motivo

determinante de la voluntad, por lo que el negocio surte plenos efectos. El artículo 1814 del Código Civil contempla el error de cálculo, el cual solo da lugar a que se rectifique, de tal manera que este tipo de error de ninguna manera produce la inexistencia o la nulidad del negocio jurídico.

Por último debemos distinguir el error fortuito del error provocado, atendiendo a las circunstancias de las que derivan. El error fortuito se da cuando no media dolo o mala fe o en el caso de que ambas partes incurran en el error, es decir, ninguno de los contratantes tenían la intención de valerse del error del otro.

### 2.3.5 DOLO O MALA FE

A diferencia del error fortuito, en el error provocado se manifiesta el dolo, el cual puede provenir de cualquiera de las partes, de ambas partes o bien de un tercero en contra de los contratantes. De inicio debemos establecer el concepto de dolo, el cual podemos localizar en el artículo 1815 del Código Civil, y menciona lo siguiente: “Se entiende por dolo en los contratos cualquiera sugestión o artificio que se emplee para inducir a error o mantener en él a alguno de los contratantes; y por mala fe la disimulación del error de uno de los contratantes, una vez conocido”.

En el caso de que hubiera mala fe en las dos partes el contrato será válido, pues según el artículo 1817 se sancionara la conducta de los contratantes negándoles la nulidad. Por lo contrario en el caso de que el dolo provenga de uno de los contratantes, se podrá demandar la nulidad a favor de la parte engañada. Cuando el dolo se provoca por un tercero en contra de las partes el contrato será válido, siempre y cuando no se haya hecho constar el motivo determinante de la voluntad, se manejara como si fuera un error fortuito.

Cuando el error lo haya provocado un tercero en contra de las partes y una de ellas se haya percatado, manteniendo en el error a la otra parte buscando su propio beneficio,

el contrato será nulo ya que la parte beneficiada habrá procedido con mala fe. Por el contrario si la parte beneficiada no se diera cuenta del engaño, el contrato será válido, ya que nunca medió la mala fe en su actuación.

Dolo bueno y Dolo malo. Cuando el dolo o la mala fe hayan afectado de una manera determinante la voluntad de las partes, se tendrá como efecto la nulidad, de tal manera que nos encontramos con el dolo malo o determinante. Cuando el dolo se da en menor medida, y solo consisten en exageraciones sobre las cualidades del objeto, dando solo como resultado el encarecimiento del mismo, nos encontramos frente al dolo bueno.

El profesor Sergio Azúa Reyes afirma: “El dolo y la mala fe no son vicios del consentimiento ya que por sí solos no afectan a la voluntad, sino que será preciso que un sujeto lo padezca cayendo en error”<sup>17</sup>. Debemos especificar que es posible que exista dolo o mala fe y que a pesar de eso las partes descubran los engaños, evitando así que su voluntad resulte viciada.

### 2.3.6 LA VIOLENCIA

El artículo 1819 del código Civil establece: “Hay violencia cuando se emplea fuerza física o amenazas que importen peligro de perder la vida, la honra, la libertad, la salud o una parte considerable de los bienes del contratante, de su cónyuge, de sus ascendientes, de sus descendientes o de sus parientes colaterales en segundo grado”.

Debemos indicar que en el artículo 1819 se establecen dos tipos de violencia: La violencia física y la violencia moral. La violencia física origina el miedo que produce el dolor físico que puede sufrir la persona, atentado contra su salud o su vida, manifestándose la voluntad en el sentido que desea el agresor. La violencia moral se da a través de todo tipo de amenazas fundadas de perder la vida, la honra o la libertad, como lo señala el artículo 1819. toda amenaza deberá ser seria y emitida por alguien

que cuente con la capacidad de cumplirla.

La violencia según el Profesor Sánchez Medal existe: “Cuando se emplea la fuerza física o algún agente material que prive de libertad al contratante; y hay violencia moral, cuando por miedo de amenazas o de fuerza física se coloca a un contratante en esta disyuntiva: aceptar un mal presente o futuro para él o para persona muy allegadas al mismo, o bien para el mismo”<sup>18</sup>

Algunos escritores como Ramón Sánchez Medal, Sergio Azúa Reyes y Raúl Ortiz Urquidí coinciden en afirmar que la violencia física no es propiamente un vicio del consentimiento, sino que debe ser considerada propiamente como la causa del mismo, siendo el temor lo que vicia en realidad a la voluntad.

Por último, debemos mencionar que el sujeto que se ve afectado por el miedo podrá pedir la nulidad del contrato, de acuerdo al artículo 1818 del Código Civil, sin embargo, se requiere que la violencia sea de tal manera intensa que produzca que el violentado se crea expuesto a un peligro inminente.

### 2.3.7 LA LESIÓN

Dentro de cualquier contrato debe existir un equilibrio entre los contratantes, regla que contempla el artículo 1817 del Código Civil, que maneja lo siguiente: “cuando absolutamente fuere imposible resolver las dudas de las reglas establecidas en los artículos precedentes si (el contrato) fuera oneroso, se resolverá la duda a favor de la mayor reciprocidad de intereses”. Basándonos en el artículo anterior se debe señalar que en cualquier contrato de tipo oneroso las partes desean recibir algún tipo de ganancia, sin embargo, tal provecho no deberá fincarse en la ignorancia, inexperiencia o estado de necesidad de la otra parte.

En el artículo 17 del Código Civil se establece lo siguiente: “Cuando alguno, explotando la suma ignorancia, notoria inexperiencia o extrema miseria de otro; obtiene un lucro excesivo que sea evidentemente desproporcionado a lo que él por su parte se obliga, el perjudicado tiene derecho a pedir la nulidad del contrato o la reducción equitativa de su obligación, más el pago del correspondiente pago de los daños y perjuicios”.

En el artículo anterior no encontramos un parámetro que nos de una idea más clara de la desproporción que da lugar a la lesión, lo que si establece son los elementos que dan paso a la lesión, en primer lugar encontramos el elemento subjetivo, el cual es la suma ignorancia, notoria experiencia o extrema miseria; el elemento objetivo por su parte es el lucro excesivo y desproporcionado de una de las partes.

Para finalizar es necesario comentar que la lesión que se maneja en materia civil no se da de igual manera en el ámbito mercantil, ya que según el artículo 385 del Código de Comercio no se rescindirán las compraventas lesivas, pero en cambio concede la acción de daños y perjuicios al perjudicado. La razón por la que el Código de Comercio no considera a la lesión como vicio, es al parecer porque en el caso de los comerciantes no se encuentra el elemento subjetivo, es decir, es imposible que sé de la suma ignorancia, la extrema miseria o la notoria ignorancia en una persona moral de naturaleza mercantil, en opinión de Arturo Díaz Bravo.<sup>19</sup>

#### 2.2.2.7 OBJETO LICITO

Además de los requisitos que anteriormente se plantearon para el objeto, debemos considerar la licitud del objeto como parte de los elementos de validez del mismo. Podemos empezar determinando el concepto de lo lícito, tomando en cuenta lo que señala el Código Civil en su Art. 1830, en el cual se establece como ilícito aquel hecho contrario a la ley o a las buenas costumbres. Sólo nos bastaría deducir el

concepto de licitud como aquello opuesto a lo que establece como ilícito el Art. 1830.

Conforme al artículo 1830 es ilícito el hecho que es contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres. De tal manera que debemos aclarar que el término buenas costumbres es muy relativo y que varía de acuerdo a la época y al lugar, por lo que tenemos que concluir que las buenas costumbres son en realidad la buena conducta o conducta moral que ha establecido la sociedad en ese momento y en ese lugar.

Por su parte debemos determinar que las disposiciones de orden público son todas aquellas normas de Derecho Público (constitucionales, administrativas, penales, e internacionales públicas) además son de orden público las leyes de Derecho Privado que se encuentren motivadas por el interés general. Las leyes de Derecho Privado de orden público se pueden clasificar en cuatro categorías principales:

1. Las que reglamenta el estado y la capacidad de las personas.
2. Las que organizan la propiedad, sobre todo la propiedad inmueble.
3. Las que imponen a las partes prohibiciones y medidas a favor de los terceros.
4. Las que tienden a la protección de uno de los contratantes frente al otro.

Debemos mencionar que la licitud a la que se refiere el Código Civil es con respecto a los actos o hechos relacionados con los contratos, dado que sólo a la conducta de las personas se les puede atribuir tal calificativo.

## 2.4 CONTRATO DE COMPRAVENTA

Contrato que surge y evoluciona a partir del trueque, la compraventa se mantiene como el más común de los contratos, ya que es la manera más ágil y sencilla de adquirir satisfactores, muchos de ellos necesarios para la vida.

Para definir el contrato de compraventa es necesario remitirnos al artículo 2248 del Código Civil que menciona lo siguiente: “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 por ellos un precio cierto y en dinero”.

El profesor Rojina Villegas define al contrato de compraventa como: “El contrato por virtud del cual una parte, llamada vendedor, transmite la propiedad de una cosa o de un derecho a otra, llamada comprador, mediante el pago de un precio cierto y en dinero”<sup>20</sup>

#### 2.4.1 LA COMPRAVENTA EN ROMA

La compraventa nace de la evolución del trueque, cuando aparece la moneda como unidad de intercambio. En Roma por su parte, la compraventa no generaba derechos reales a favor del comprador, tan sólo se establecían obligaciones entre las partes.

De acuerdo al Profesor Margadant,<sup>21</sup> la compraventa romana tenía las siguientes características, que la hacen diferente a la compraventa actual:

- A) No era un contrato traslativo de dominio: El vendedor sólo se obligaba a garantizar la pacífica posesión de la cosa. Por lo tanto sólo se establecía la obligación de entregar. En nuestro Derecho se maneja que una vez satisfechos precio y objeto, se debe trasladar el dominio.
- B) En el Derecho Romano se aceptaba la venta de una cosa ajena, ya que sólo era necesario garantizar la posesión. De esta forma el vendedor sólo transmitía la pacífica posesión de la cosa, en espera que el comprador pudiera adquirir la propiedad de la cosa a través de alguna otra figura, como la *usucapio*, mediante la cual el comprador poseyendo la cosa por uno o dos años adquiría el *dominium*, adquiría la plena propiedad.

### 2.4.3 PERFECCIÓN

La compraventa se perfecciona según el Art. 2249 del Código Civil “cuando se ha convenido sobre la cosa y el precio, aunque la primera no haya sido entregada, ni el segundo satisfecho”. Lo que implica que es suficiente con que las partes otorguen el consentimiento sobre la cosa y el precio, para que la compraventa sea perfecta y para que la obligación de entregar la cosa sea una consecuencia de la celebración del contrato.

En el contrato de compraventa, el consentimiento de las partes puede mediar, no solamente entre presentes, ya que también se puede realizar entre ausentes, ya sea por correspondencia, telefónicamente o por terceras personas. Dicho consentimiento debe darse sobre los siguientes factores: el objeto, precio y la voluntad de vender y comprar, todo dirigido a perfeccionar el contrato de compraventa.

### 2.4.4 CLASIFICACIÓN DE LA COMPRAVENTA

Para finalizar haremos a continuación una clasificación del contrato de compraventa, con la finalidad de dejar más clara la naturaleza del mismo.

El contrato de compraventa es un contrato oneroso, lo que implica que hay un gravamen recíproco, es decir, las dos partes realizan alguna aportación; generalmente es conmutativo pues las partes se percatan al momento de la pérdida o beneficio que se producirá; será consensual en el caso de bienes muebles y formales cuando se trata de bienes muebles; y son reales ya que el contrato no se constituye solo por la manifestación de la voluntad, sino que se debe acompañar por la entrega de la cosa.

Es un contrato principal debido a que existe y se mantiene por sí mismo, es decir, no depende de ningún otro para tener plenos efectos. Es bilateral porque causa efectos

para ambas partes, además de causar ganancias y obligaciones de manera recíproca, por ejemplo, el vendedor tiene una carga al entregar la cosa, y recibe un beneficio cuando le pagan el precio de la misma. Algunas veces puede ser un contrato aleatorio, esto es cuando la prestación no es cierta o determinada. Por ejemplo, la compra de cosa futura.

En esencia el contrato de compraventa consiste en la transferencia que hace el vendedor al comprador, quedando el primero sin la propiedad de la cosa que vende, ya que debe trasladarla al comprador, quien deberá pagar cierto precio en dinero al otro contratante.

#### 2.4.5 ELEMENTOS PERSONALES DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Las personas que intervienen en el contrato de compraventa, deben tener cierta capacidad que ya antes habíamos mencionado, de manera que bastará ser mayor de dieciocho años y estar en pleno goce de sus capacidades mentales. Existen algunos casos en los que la ley fija algunas restricciones a los compradores, prohibiéndoles realizar cierto tipo de compraventas, tanto civiles como mercantiles. La falta de legitimación es la razón de dichas limitaciones, el profesor Sánchez Medal las señala como “incapacidades especiales”<sup>22</sup> que no pueden desaparecer con la intervención de un representante legal.

Los casos de falta de legitimación para contratar en materia de compraventa, son los siguientes:

Prohibición para los extranjeros:

Se prohíbe a los extranjeros adquirir el dominio directo sobre tierras y aguas en una faja de 100 Km. a lo largo de las fronteras y de 50 Km. en las costas. (Frac. I del Art. 27 Constitucional).

Prohibición para las asociaciones religiosas:

Se prohíbe a las asociaciones religiosas que se constituyan en los términos del Art. 130 Constitucional, adquirir, poseer o administrar más bienes de los indispensables para su objeto.

Restricciones impuestas a las instituciones de beneficencia:

Las instituciones públicas o privadas que se dediquen a la beneficencia, a la investigación científica o a la enseñanza, no podrán adquirir más inmuebles que los que necesiten para cumplir con su objeto y que estén directamente destinados al mismo.

Prohibiciones a las sociedades:

Las sociedades podrán adquirir, poseer o administrar terrenos únicamente en la extensión en que sea estrictamente necesaria para los establecimientos o servicios indicados en el objeto de la sociedad (Art. 27 Frac. IV Constitucional).

Prohibiciones a los bancos:

Los bancos debidamente autorizados conforme a la Ley de Instituciones de Crédito, no podrán tener más inmuebles que los estrictamente necesarios para llevar a cabo su objeto (Frac. V Art. 27 Constitucional).

Las compraventas entre consortes:

Los cónyuges no pueden celebrar entre sí contratos de compraventa, a menos que se encuentren casados bajo el régimen de separación de bienes (Art. 176 del Código Civil del DF).

Los magistrados, jueces, el ministerio público, los defensores de oficio, los abogados, los procuradores y los peritos no pueden adquirir bienes que hayan objeto de algún juicio en el que ellos formen parte.

Los hijos sujetos a patria potestad no pueden vender a sus padres los bienes que adquieran por cualquier otro medio distinto a su trabajo.

Los copropietarios no podrán vender la parte alícuota, sino cumpliendo con lo dispuesto con lo que señala el Código Civil, respecto a la copropiedad. De la misma manera el Código Civil establece algunas medidas sobre la venta que puedan realizar legatarios o herederos de su parte de la herencia.

Por último, debemos señalar que los tutores y curadores, mandatarios, ejecutores testamentarios y los que fueren nombrados en caso de intestado, los interventores nombrados por el testador por los herederos, los representantes, administradores no pueden comprar los bienes de cuya administración se encuentren encargados.

#### 2.4.6 EL PRECIO

En el contrato de compraventa se presenta el objeto como directo e indirecto como ya antes lo habíamos explicado para los contratos en general, pero en el contrato de compraventa se da además el precio que forma parte del objeto indirecto junto con la cosa.

El precio es la suma de dinero que el comprador se obliga a pagar al vendedor a cambio de la cosa, el precio deberá ser cierto y en dinero, ya que si el vendedor recibe a cambio otra cosa estaremos frente a la figura de la permuta. En algunas ocasiones se puede pactar que el precio de la cosa se pague parte en dinero y parte en especie, sin embargo el Código Civil es claro al manifestar en el Art. 2250, que la parte que se pague en dinero deberá ser mayor o igual a la parte que se pague con el valor de otra cosa.

Las partes deberán llegar a un acuerdo para fijar el precio, pero también pueden

acudir a un tercero encargado de establecer la cantidad. En caso de acudir a un tercero, las partes deberán obligarse a l precio que éste asigne.

El precio deberá ser justo, ya que de ser exagerado se estaría configurando la lesión, afectando al contrato de nulidad relativa. Podemos determinar que el precio no es justo cuando existe una notable desproporción entre él y el valor de la cosa vendida.

Deberá hacerse el pago en el lugar y la fecha en la que se haga entrega de la cosa, salvo pacto en contrario (artículo 2294 del Código Civil), además el comprador tiene la facultad de suspender el pago en caso de ser perturbado en su posesión o derecho o bajo justo temor de serlo, mientras que el vendedor no le asegure la posesión o le dé fianza.

#### 2.4.7 MODALIDADES DE LA COMPRAVENTA

##### 2.4.7.1 LA VENTA CON RESERVA DE DOMINIO

Consiste en que la propiedad de la cosa no será transmitida, sino hasta que se haya satisfecho el pago correspondiente. La transferencia del dominio se suspende en espera de un acto futuro, que es el pago. Rojina Villegas<sup>23</sup> considera que la venta en la que se pacta la reserva del dominio va dirigida a todas aquellas personas que no tienen la posibilidad de pagar el precio al contado, por lo que el pago se da en varias exhibiciones, buscando que el precio se cubra aunque de manera lenta, quedando entonces suspendida para el comprador la disposición de la cosa.

##### 2.4.7.2 VENTA JUDICIAL

Llega el momento de hablar de la venta judicial, que muchos consideran una figura jurídica que se aleja de lo que propiamente se considera como un contrato, en razón de que carece de uno de los elementos esenciales de los contratos. Se trata pues de un

acto de autoridad, en el que se realiza la venta de bienes, y que tiene como principal finalidad el pago a los acreedores del vendedor. Por lo que el consentimiento del vendedor es sustituido por un mandamiento judicial, obligándolo a la venta de sus bienes, distribuyendo el precio entre los acreedores.

Como podemos apreciar el vendedor es obligado a la venta de sus bienes, notándose así la ausencia de la voluntad, que es uno de los elementos esenciales para que se constituya un contrato. Basta con esto para darnos cuenta que la venta judicial es una figura distinta a la compraventa.

El Art. 2323 dispone que la venta judicial sólo se rige por los principios del contrato de compraventa por lo que respecta a las obligaciones del comprador y del vendedor; por los demás términos y condiciones se rige por el Código de Procedimientos Civiles.

#### 2.4.7.3 CONTRATO DE COMPRAVENTA CIVIL Y MERCANTIL. DISTINCIÓN

La definición que el Art. 2248 del Código Civil es válida para la compraventa civil, así como para la mercantil. La distinción se da en la división entre la materia civil y la mercantil. Entendiendo entonces al Derecho Mercantil como el Derecho de los comerciantes, específico de los actos de comercio (Art. 75 C. de Comercio). Tal Derecho se desprende de la materia civil de manera histórica, ante la necesidad de dotar de celeridad y seguridad a las transacciones que se concertaban en ferias y mercados por los comerciantes, por lo que los actos y contratos mercantiles nacen a consecuencia de la insuficiencia del Derecho común para satisfacer los requerimientos del comercio.

La segunda diferencia que puede parecernos importante consiste en la falta de formalismos en el Derecho mercantil, ya que la libertad de formalidad proporciona la rapidez necesaria en el comercio al celebrar y ejecutar contratos.

Por lo tanto la compraventa será mercantil en los siguientes casos:

- a) Cuando uno de los sujetos que intervienen sea un comerciante, a menos que la naturaleza del acto sea estrictamente civil. La ley tiene por mercantiles a las compraventas que efectúen las empresas, ya sea como productoras, distribuidoras o intermediarias ( artículo 75 Fracción V, VII, IX).
- b) Cuando el objeto, es decir, aquello a lo que se obliga el deudor es mercantil: como los títulos de crédito ( artículo 1º LGOC).
- c) Las que se hagan con el objeto directo y preferente de traficar (artículo 371 del Código de Comercio). De manera que el carácter mercantil de la compraventa no necesariamente se lo da el animo de lucro, sino el fin de comerciar, negociar con el dinero y las mercaderías, comprando o vendiendo, o con otras operaciones similares. Mejor dicho, para que una compraventa reciba el calificativo de mercantil deberá formar parte de varias operaciones similares realizadas por el mismo sujeto, por lo que no será mercantil una compraventa ocasional aunque persiga el lucro.

Parece conveniente mencionar la conclusión realizada por el profesor Rodríguez y Rodríguez cuando menciona que “la compraventa es un contrato formado por dos prestaciones inseparables: la del comprador que da dinero; la del vendedor que da la cosa . Cada una de las prestaciones puede ser mercantil por destino del objeto, por el objeto mismo o por el sujeto. El contrato será mercantil, con que lo sea una de ellas”.<sup>24</sup>

#### 2.4.8 OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Como antes habíamos mencionado la compraventa es un contrato bilateral, en el que se originan obligaciones y prestaciones para ambas partes. Es necesario estudiar las

obligaciones, del comprador y del vendedor.

#### 2.4.8.1 OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

La principal obligación impuesta al vendedor es la entrega de la cosa o derecho; dicha obligación se encuentra establecida en el Art. 2283 del Código Civil de la siguiente forma: “El vendedor está obligado a entregar al comprador la cosa vendida”.

La entrega de la cosa sólo significa el cumplimiento de la obligación, sin que esto tenga que ver con la perfección del contrato, es decir, la entrega consiste en integrar todas las condiciones necesarias para que el comprador pueda disponer de la cosa, como su legítimo dueño.

Según el Art. 2284 la entrega de la cosa se puede dar en tres formas: real, virtual y jurídica. La entrega real se da en el momento de la entrega material de la cosa vendida. Por otra parte habrá entrega jurídica cuando, la ley considera como entregada la cosa, aún cuando no se haya realizado un traspaso material. Por último se da la entrega virtual cuando, el comprador acepta que la cosa ha quedado a su disposición, de tal manera que el vendedor al mantener en sus manos la cosa, sólo cumplirá con la función de depositario.

La entrega de la cosa debe realizarse en el lugar y la plaza convenidos, de no haberse acordado, la entrega se realizará en el lugar en que se encontraba la cosa en el momento de haber sido vendida. Por su parte el 2285 del Código de Civil designa a cargo del vendedor todos aquellos gastos que se ocasionen por la entrega de la cosa vendida.

El vendedor tiene además la carga del saneamiento a favor del comprador, en el caso de evicción. “Hay evicción cuando el adquirente es privado parcial o totalmente de la cosa, por virtud de un derecho de tercero reconocido en sentencia ejecutoriada y

anterior a la enajenación”<sup>25</sup>. Es decir, se le impone la responsabilidad al vendedor por la pérdida total o parcial que sufra el comprador por una resolución judicial, derivada de hechos anteriores a la venta. En el caso de que la evicción haya sido declarada por fallo judicial, el vendedor deberá indemnizar al comprador de acuerdo a los artículos 2126 y 2127 del Código Civil, los cuales establecen que se deberá pagar el precio íntegro de la cosa, además del correspondiente pago de daños y perjuicios por parte del que enajenó a aquel que sufrió la evicción.

El vendedor también es responsable del saneamiento por vicios que son causados por aquellos defectos que tenga la cosa y por los que el vendedor deberá responder hasta que la cosa vuelva a adquirir las condiciones necesarias para su normal utilización. En el caso de que se llegue a la conclusión de que la cosa es inservible el vendedor deberá resarcir el precio de la cosa, además del respectivo pago de daños y perjuicios, según sea el caso.

#### 2.4.8.2 OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

El comprador por su parte deberá cumplir con todas aquellas obligaciones a las que se comprometió, la más importante es pagar el precio de la cosa en el tiempo y forma convenidos (Art. 2293 del Código Civil). Dicho pago deberá realizarse en los términos y plazos convenidos por las partes, de no haberse acordado la entrega se hará en el momento y lugar de la entrega.

Puede pactarse que el pago se realice en varias exhibiciones, que se empiece a pagar después de la venta, o bien que el pago sea al contado. Con respecto al pago de intereses el Art. 2296 menciona tres casos en los que hará el cobro de intereses por parte del vendedor, los casos son los siguientes: “Sí así se hubiere convenido; sí la cosa entregada produce fruto o renta; y sí se hubiera constituido en mora, de acuerdo a los Art. 2104 y 2105”. Se constituye en mora cuando hay un retraso en el

cumplimiento de las obligaciones que han sido adquiridas, sobre todo en el caso de la principal obligación del comprador”.

La segunda obligación del comprador la constituye la recepción de la cosa en las condiciones que se hayan acordado, teniendo que cubrir todos aquellos gastos que se hayan generado para el vendedor por la tardanza del comprador de recibir la cosa, tales gastos los pueden constituir el alquiler de almacenes o los lugares en los que haya permanecido la cosa hasta que el comprador la recibe. Por otra parte queda eliminada cualquier obligación para el vendedor del cuidado de la cosa.

De igual manera es obligación del comprador, correr con los gastos de transporte o traslación de la cosa, siempre y cuando no se haya pactado lo contrario; para finalizar el comprador deberá pagar por la mitad los gastos de escritura y registro, conforme al artículo 2263 del Código Civil.

## CAPITULO III

### CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRONICO

- 1 El Contrato de Compraventa Electrónico
- 2 Momento de perfeccionamiento del Contrato de Compraventa Electrónico
  - 1 La contratación entre ausentes
- 3 Forma del Contrato de Compraventa Electrónico.
- 4 Momento del pago en la contratación electrónica
  - 1 Dinero electrónico
  - 2 Transferencia electrónica de fondos
  - 3 Tarjeta electrónica
- 5 Firma electrónica
- 6 Lugar de celebración del contrato de Compraventa electrónico
- 7 La entrega de la cosa
- 8 Derecho de desistimiento del consumidor

#### 3.1 EL CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICO

A través de la historia han ido evolucionado las formas de contratar, sobre todo por los cambios materiales que han surgido en los soportes en los que se han plasmado los contratos; debemos recordar que de principio el material de soporte era de madera, más adelante se empezó a hacer uso de los pergaminos de tela y más tarde de piel. Es necesario mencionar que las formalidades y rituales de igual forma han ido cambiando a través de la historia, encontrando la aparición de mecanismos como la firma, mismos que han servido para asegurar la obligación que adquieren los contratantes, dicha evolución de mecanismos que sirven para conferir certeza a la negociación ha llegado a un punto en el que las contrataciones se realizan por documentos electrónicos, los cuales contienen un texto en un lenguaje poco convencional (alfanumérico), que se guardan en memorias que se encuentran en computadoras. De alguna manera debe ser considerado escritura, aunque en realidad tenga un trasfondo técnico más complicado.

En atención a las nuevas formas de contratación realizaremos algunas interpretaciones de textos vigentes, en especial el Código Civil y el Código de Comercio, además de tomar muy en cuenta la Ley Federal de Protección al Consumidor. De tal manera que buscaremos encontrar las particularidades del Contrato de Compraventa Electrónico, tratando de adecuarlas a las necesidades de la investigación.

De tal manera que tenemos 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 por ellos un precio cierto y en dinero, artículo 2248 del Código Civil.

La particularidad del contrato de compraventa electrónico consiste en que la manifestación del consentimiento es por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenaje de datos, concretados por medio del Internet, medio ópticos o cualquier otro medio electrónico.

Entre otras peculiaridades, el contrato de compraventa electrónico es celebrado sin la presencia física simultánea de las partes, expresándose el consentimiento por medios electrónicos y quedando asentado en un documento electrónico, él cual será únicamente el soporte, manteniendo los mismos principios del contrato tradicional.

Destacando la despersonalización, no sólo por la intervención de máquinas en la gestión de la compraventa, sino por la posibilidad del anonimato, ya que la mayoría de las veces la persona jurídica (empresario) se encuentra presente virtualmente en el momento de la perfección del contrato.

El estudio del contrato de compraventa electrónico lo enfocaremos a las ventas hechas a consumidores, usuarios e incluso empresarios en cuanto a destinatarios finales, quedando pues excluido el comercio entre empresarios, a fin de delimitar la investigación.

El contrato de compraventa electrónico cuenta en esencia con todos los elementos de la compraventa tradicional, la diferencia radica en el medio por el cual se manifiesta la voluntad, hablamos específicamente de la Internet, misma que por su naturaleza generadora de cambios cada vez más complejos permite variantes que requieren de una regulación especial. Debemos señalar algunas operaciones que han surgido a la par de la compraventa electrónica como las ventas por subasta. Las nuevas formas de contratación avanzan a pasos agigantados y el Derecho en busca de alcanzar a la tecnología.

### 3.2 MOMENTO DE PERFECCIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

Según el artículo 2249 del Código Civil, la compraventa será perfecta y obligatoria para las partes cuando se han convenido sobre la cosa y su precio, aunque la primera no haya sido entregada ni el segundo cubierto. Debemos considerar por lo tanto que el

contrato se forma en el momento en el que el proponente recibe la aceptación estando ligado por su oferta según las reglas de este cuerpo legal.

El contrato de compraventa sin problema se puede celebrar entre personas que no se encuentran en el mismo espacio físico, tal es el caso del contrato de compraventa telefónico, siempre y cuando se cumplan con las formalidades establecidas en la ley. Como ya hemos dejado ver los medios electrónicos constituyen un soporte en el que se puede manifestar la voluntad de algún sujeto, sin embargo, tal vez el uso de los medios electrónicos puede acrecentar las causas de alteraciones, por el hecho de no ser soportes tangibles, sin ser una característica básica, pues dichas alteraciones aparecen también en los soportes físicos.

La peculiaridad de la contratación entre ausentes, considerando al Código Civil, radica en el plazo en que el receptor debe aceptar la propuesta y el oferente está obligado a mantenerla. Sin duda uno de los problemas principales que se han presentado por la utilización del Comercio Electrónico, es la determinación del momento en el que se perfecciona el contrato, es decir el momento preciso en el que se emite la oferta y se manifiesta la aceptación. En una de las reformas más importantes en materia de Comercio Electrónico en el Código Civil, se señala que el consentimiento que se manifiesta a través de cualquier medio óptico o electrónico, será considerado sin duda como válida.

Nos parece pertinente marcar la diferencia que maneja la doctrina entre la contratación entre presentes y ausentes. Habrá contratación entre presentes cuando las declaraciones de voluntad se dan casi de manera simultánea, ya que los contratantes se encuentran presentes físicamente o se encuentran enlazados por medios que permiten que la voluntad se manifieste de manera simultánea. En el segundo caso, dado que los contratantes se encuentran distantes, hay que determinar el momento en el que se perfecciona el contrato. La importancia que tiene el momento de perfección reside en el tiempo que deberá el proponente de mantener su oferta. <sup>1</sup>

Luis Muñoz <sup>2</sup>señala que la doctrina más especializada ha reconocido que el contrato que es celebrado por teléfono debe considerarse y regularse como contratación entre presentes. Parece congruente si consideramos que la manifestación de las voluntades se dan de manera simultánea, ya que el contexto permite una comunicación plena, sin importar que las partes se encuentren distantes.

### 3.2.1 LA CONTRATACIÓN ENTRE AUSENTES

Los contratos a distancia son aquellos en los que la perfección de la compraventa no se da en presencia de las partes. Sin importar que hubieran existido reuniones anteriores para acordar el contrato en las cuales no se hubiera dado un acuerdo de voluntades.

Se han formado tres teorías al respecto: la primera consiste en la emisión de la oferta por parte del proponente, la del conocimiento por parte del que debe aceptar y la de la

recepción de la aceptación por parte del oferente<sup>3</sup>. El Código Civil ha escogido la última teoría, sentando el principio de que el contrato se forma en el momento en que el oferente recibe la aceptación.

Por su parte en los medios electrónicos, el correo electrónico constituye la forma más usada por las compañías para entrar en contacto directo con los consumidores potenciales. Ya sea en un primer mensaje o después de un intercambio previo de correos. El consumidor tiene acceso a la oferta en el momento de abrir su buzón, por consiguiente la aceptación depende del consumidor, devolviendo por el mismo medio una comunicación en la que acepta la oferta.

Algunos autores,<sup>4</sup> al contrario de las reformas a nuestra legislación, consideran que por lógica la contratación en la Internet es un contrato a distancia, ya que se consideran ventas a distancia “las celebradas sin la presencia física simultánea del comprador y vendedor, transmitiéndose la propuesta de contratación del vendedor y la aceptación del comprador por un medio de comunicación a distancia de cualquier naturaleza”<sup>5</sup>. Sin embargo el hecho de que la aceptación de la oferta no sea inmediata porque no ha sido vista, no es presupuesto de contratación a distancia, sino el momento en el que se da la aceptación. Pues sí dos personas establecen diálogo a través de una Red, la contratación sería entre presentes, caso distinto sí se formula por medio de correo electrónico y no se está en contacto directo con la otra parte pudiendo tardar la propuesta del oferente algunos días en transmitirse, permaneciendo estática en un servidor en espera de que clientes potenciales la consulten. Si bien consideramos que la venta minorista debe tener un trato especial en la Ley la idea de una venta en la que no existe la presencia física simultánea del vendedor y el consumidor, hallándose en distintos lugares, imposibilitados para intercambiar declaraciones mediando en algunas ocasiones un espacio de tiempo considerable.

Por lo tanto se hace necesario analizar las consecuencias de la aplicación de la contratación a distancia en nuestra legislación. En algunas ocasiones se podría presentar el caso de que el mensaje no sea leído inmediatamente por el destinatario, por lo que podrían pasar días para que el contratante manifestara su aceptación; de tal manera que también se deberá acreditar de alguna forma el mensaje electrónico de aceptación. En tales casos se complica el cómputo de los plazos para realizar los pagos, la entrega del producto, para exigir el cumplimiento de las prestaciones, cual es la ley aplicable mediante conflicto de leyes y cual juez debe intervenir en caso de controversia y lo que nos parece más importante, hay la posibilidad de que el comprador caiga en un error sobre una oferta que ya no es válida, en razón de que para cuando se haya enterado de la misma el oferente se hubiese retractado para entonces, sin que la ley lo obligue a mantenerse ligado a su oferta (art. 1805 del Código Civil) como lo haría en el caso de las ventas entre ausentes.

En el caso de países como España hemos observado que dan a su legislación un enfoque electrónico siguiendo en gran parte la influencia de las leyes modelos de la UNCITRAL, de hecho crearon una ley que regula específicamente el comercio minorista por Internet (Ley 7/1996) dándole un trato de contratación entre ausentes,

con el principal objetivo de repartir un poco los riesgos que posiblemente puedan surgir, como la retractación de la oferta por parte del vendedor. De manera que la legislación española toma en cuenta que la contratación electrónica se da entre personas que no se encuentran en el mismo espacio físico. De la misma manera encontramos que en Argentina la ley 24240 trata a los contratos minorista como ventas a distancia, previéndola más bien como una venta por correspondencia, aplicando la teoría de la expedición, ya que el contrato se perfeccionará en el momento en el que el comprador exterioriza su aceptación, con la acreditación del envío del mismo. Consideramos que si bien la legislación argentina al igual que la nuestra se encuentra en un período de evolución, es cierto también que la ley 24240 tiende a brindar una mayor protección al consumidor minorista, sobre todo en el caso en que la oferta se encuentre congelada por algún tiempo en un servidor, sin depender de la presencia activa, ni de la comunicación instantánea.

### 3.3 FORMA DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICO.

La Ley establece algunos supuestos en los que exige que la contratación se realice por escrito para gozar de validez. Antes de las Reformas realizadas en materia de comercio electrónico, la Ley no establecía las formalidades que debía cumplir este tipo de contratación, por esa razón es que se introduce el artículo 1834 Bis del Código Civil, en el que se determinan las formalidades, que serán cumplidas en tanto la información que se comunica a través de medios electrónicos pueda ser de alguna manera atribuible a la persona que se obliga y quede abierta la posibilidad de consulta de esa información. En los casos en los que la Ley exija la formalidad de manifestar la voluntad ante un fedatario público, las partes deberán comunicar la información al fedatario público, quien deberá hacer constar en dicho instrumento los elementos que generan la obligación de las partes y deberá conservar una copia bajo su resguardo para las futuras consultas.

Resulta relevante mencionar que el “documento electrónico es un conjunto de registros lógicos almacenados en soportes electrónicos, susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos, que documentan operaciones, en este caso de tipo comercial, mismos que tratan de cumplir con los requisitos de los documentos convencionales”.<sup>6</sup>

En la Ley Federal de Protección al Consumidor, podemos encontrar el principio que recae sobre los empresarios: el deber de la información, es decir, el derecho que tienen los consumidores a ser informados antes y después de la contratación. De la misma forma es necesario que la legislación prevea la necesidad de dar cierta formalidad a los documentos electrónicos, en los cuales deberán quedar asentadas de forma clara los términos en los que se obliga el vendedor, imponiendo algunas sanciones en caso de que no cumpla el requisito formal de informar al consumidor.

La información de preferencia deberá ser proporcionada por el proveedor antes y después de la contratación, nos parece que en primera instancia el proveedor debería manifestar algunos datos relevantes sobre su identidad, características principales y

precio del bien o del servicio, gastos de entrega, modalidades del pago y entrega. Es importante que dicha información se encuentre de forma clara en la oferta que envía el proveedor o en los formularios de pedido que casi siempre se encuentran anexos a la misma.

Otro tema que ha quedado ya regulado en la Ley de Protección al Consumidor (arts. 86 y 86 bis), son las exigencias que deberá cumplir un distribuidor para implantar el sistema de contratación por medios electrónicos, y que ha quedado contemplado por la Ley Modelo del UNCITRAL del 2001. La primera exigencia consiste en crear contratos de adhesión, que deberá presentar el vendedor al órgano correspondiente (PROFECO), en el caso de compraventas realizadas por importantes sumas de dinero, sería oportuno que el usuario mantuviera una copia del contrato de adhesión, de esta manera se asegura para el comprador una acción contractual, además de que al contratar por medios electrónico se pierde la posibilidad de negociar el contenido de los contratos, por lo que se adhiere al texto redactado unilateralmente por el proveedor.

Es evidente que la principal ventaja de la transacción electrónica radica en la comodidad que supone el trato a distancia, sin desplazamientos y a cualquier hora del día. Ello implica la existencia de ofertas que permanecen en la Red y que contienen condiciones accesibles para cualquier usuario de Internet. El cliente por tanto se encuentra en libertad de visitar el sitio web del oferente, valorar los productos, las ofertas y los términos del contrato redactado por el proveedor.

El tema principal de la forma que deberán cubrir los contratos electrónicos versa sobre la información que debe constar por escrito de forma veraz, detallada, objetiva y suficiente sobre los servicios ofrecidos, sobre este punto la Ley Federal de Protección al Consumidor hace referencia en sus artículos 85, 86, 87, 88, 89 y 90. Nos parece que sería más oportuno englobar todos estos temas en una Ley que regulara especialmente al comercio electrónico y que se ocupara de establecer el derecho del consumidor de realizar la transacción por otros medios, la forma de obtener, en caso de desearlo, una copia en papel del contrato, los plazos y condiciones para el desistimiento y la manera en la que pueda acceder por medios electrónicos a la información. En este contexto podemos entender que el documento electrónico, de alguna manera viene a cubrir el requisito de la forma escrita, en todos los casos en los que la Ley así lo exige.

A partir de las adiciones que se realizaron al Código de Procedimientos Civiles artículos 210-A y 210-B se le reconoce a la información generada y trasladada por medios electrónicos como un documento privado, con fuerza probatoria. Aunque debemos aclarar que la información generada por medios electrónicos deberá ser atribuible a cualquiera de las personas obligadas, además de que deberá ser accesible para su consulta.

### 3.4 MOMENTO DEL PAGO EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

Desde la época en la que el trueque surgió como el medio idóneo de intercambio, se ha buscado de cualquier manera la forma más ágil para llevar a cabo la actividad comercial de una mejor forma. Hoy en día es cada vez más frecuente que el dinero sea sustituido por medios de pago cada vez más complejos.

Aún cuando un contrato haya sido celebrado por medios electrónicos, el momento del pago se puede llevar a cabo por medios tradicionales, o por los más innovadores que en este momento son permitidos por las nuevas tecnologías. En el plano ideal nada impide que la operación se complete, pero veremos que existen algunas situaciones que hacen que pueda haber algún tipo de distorsión en el momento del pago.

Nos parece necesario mencionar de principio los medios tradicionales de pago, entre los que se encuentran: Dinero en efectivo, giro postal, transferencia bancaria, reembolso o porte por lo que se refiere al pago de transporte, así como medios de crédito como el pagaré, cheque o la letra de cambio.

Entre los medios de pago electrónicos se encuentran: Monedero electrónico, cheque electrónico, efectivo electrónico específico para Internet, transferencia electrónica de fondos y tarjeta de crédito o débito. A continuación analizaremos tres de los medios electrónicos más utilizados por la Internet.

#### 3.4.1 Dinero electrónico

El Código Civil en su artículo 2250 hace mención que el pago se deberá realizar con dinero, debiendo entender a éste como la moneda metálica o el papel moneda de curso legal, sin embargo hoy en día se hace uso de instrumentos que sirven de representantes del dinero.

Aunque el contrato se lleve a cabo por medios electrónicos, esto no impide que el pago se haga con papel moneda nacional o extranjera, aunque en la mayoría de las contrataciones el pago con dinero no parece ser la solución más cómoda y rápida, sobre todo por las circunstancias de distancia que se presentan en las contrataciones por Internet y la falta de seguridad para el proveedor quien puede realizar gastos de entrega y no cobrar.

Podemos señalar que el “dinero electrónico es el instrumento de pago reflejado en un soporte informático y que, a través de las transferencias de fondos bancarios, persigue la misma finalidad del dinero tradicional”.<sup>7</sup> De igual manera creemos que la efectividad de este medio se da hasta que se encuentra el abono en la cuenta del acreedor, disponible para su posesión en papel moneda.

El dinero electrónico deberá cumplir con las siguientes características:

- a) Deberá encontrarse almacenado en un soporte electrónico.
- b) Emitido para transferir una suma igual al valor monetario del objeto vendido.
- c) Debe ser aceptado como medio de pago por el acreedor.

En definitiva el dinero electrónico viene a representar al papel moneda en

transacciones por medios electrónicos, sólo que el soporte de éste se encuentra en la memoria de una computadora o bien en una tarjeta inteligente, los cuales han sido diseñados para realizar pagos electrónicos con un monto limitado.

Los soportes en los que se puede encontrar al dinero electrónico son:

- a) Las tarjetas inteligentes o recargables.
- b) A través de archivos que representan sumas de dinero, estos archivos son enviados por un intermediario, el cual es casi siempre un banco especializado en pagos a través de Internet.

En los ejemplos anteriores podemos notar que en los medios de pago electrónicos interviene en la transacción un tercero, se trata de una Institución de crédito, además de dos cuentas bancarias.

En realidad uno de los propósitos por los que surge el dinero electrónico es acelerar las operaciones, así como asegurar la confidencialidad de las partes que realizan la operación. Pero la confidencialidad y el anonimato han derivado en numerosas formas de cometer abusos, como el lavado de dinero, de esta manera la tecnología ha respondido a la tecnología a través de algunos sistemas de seguridad, por lo que se espera que eventualmente surjan normas jurídicas que se adecuen a esta particular forma de transacción.

#### 3.4.2 Transferencia electrónica de fondos

Se puede decir que la transferencia electrónica de fondos es la operación bancaria mediante la cual los clientes del banco ordenan a éste que con cargo a su cuenta transfiera una determinada suma a otra cuenta, del mismo o distinto titular, situada en el mismo banco o en uno distinto<sup>8</sup>. Es importante señalar que en la transferencia se realiza un cambio de fondos de cuenta a cuenta, sin que intervenga de manera física el dinero, por lo que podríamos decir que la finalidad de la transferencia siempre será realizar un intercambio, en el que intervienen sólo anotaciones contables en una computadora. Por el momento sólo nos importa ver a la transferencia como una de las formas electrónica de pago más utilizadas, por el fomento que han dado los bancos a su utilización.

La relación que existe entre las partes y su banco se da a través de la existencia de un contrato de cuenta corriente o cuenta de ahorro entre cualquiera de las partes y su banco (artículo 291 AL 310 de la Ley General de Títulos y operaciones de Crédito). Es obligación del banco ejecutar el encargo del ordenante y rendir cuentas de su actuación mediante estados de cuenta. Ahora bien la obligación del comprador será la de tener fondos suficientes para llevar a cabo la orden, así como hacer el pago al banco de la comisión por la ejecución de la transferencia.

La transferencia concluirá de manera exitosa en el momento en el que la cuenta del beneficiario haya recibido satisfactoriamente los fondos acordados, la transferencia puede ser acreditada a través del resumen mensual que los bancos comunican a sus clientes y en el que se señalan fecha, hora y cuenta a la que se realizó la transferencia.

### 3.4.3 Tarjeta electrónica

En la actualidad la forma de pago más usada por la Internet son las tarjetas electrónicas las cuales se pueden utilizar para hacer transferencias de fondos y que tienen una función igual a la de aquellas que cuentan con un soporte plástico. En el comercio electrónico sin embargo, nos encontramos que han cambiado el soporte plástico por uno virtual, empleándose de igual manera para hacer uso del crédito. En este caso la parte de la tarjeta que es utilizada es el número, él cual debería de ir siempre acompañado de un NIP o de una firma electrónica. Entre las tarjetas con soporte plástico se encuentran las tarjetas de débito, crédito, las de garantías de cheques y las de monedero electrónico.

Debemos reconocer que el pago con tarjetas electrónicas han venido a agilizar las transacciones en muchos aspectos, sin embargo, se hace necesario señalar que desde que surgen las formas de pago a través de la red se han tratado de diseñar mecanismos que proporcionen seguridad a las compras realizadas por Internet, por lo que se hace realmente necesario cumplir con los siguientes desafíos:

Que se asegure la confidencialidad de la información que se maneja.

Que se garantice que la persona que hace uso de la tarjeta sea el legítimo usuario de la cuenta.

Que existan autoridades que certifiquen la autenticidad del comerciante, habilitándolo para recibir pagos por Internet.

El uso convencional de la tarjeta de crédito se caracteriza por permitir la identificación del titular de la misma, en el caso del pago por medios electrónicos, el prestador debe procurar en su propio beneficio la identificación del cliente, ya que sólo la tarjeta es segura en tanto su titular sea el único que pueda efectuar pagos con la misma.

Un elemento común de la forma de pago con tarjetas electrónicas es el cobro por anticipado cuando el producto que se compra on-line no es entregado de inmediato por la distancia o la naturaleza misma del producto, dándose una entrega diferida en la que se debe comprobar el pago. Lo que debemos aclarar es la obligación que tiene el proveedor de rembolsar la suma abonada en caso de no encontrarse disponible el producto objeto del pedido.

Si la identificación del titular por medios electrónicos se hiciera con la firma electrónica y su respectivo certificado de autenticación, dicho certificado de autenticación en un entorno intangible como la Internet sería el equivalente a la garantía de la identificación del titular. Se resolvería el problema relativo a la confiabilidad de la información emitida por medios electrónicos, con base en el uso de claves, contraseñas y demás sistemas de herramientas basándose en una constancia o certificado que le dé cierto valor jurídico similar al que tiene la firma manuscrita. Es entonces necesario la existencia de prestadores de servicios de certificación, los que al emitir un certificado, autentiquen la identidad del titular de la tarjeta, evitando de esta

manera algún cargo, sin que haya sido presentada directamente por el titular, por lo que la prioridad en los pagos por Internet resulta buscar la disminución de abusos que conlleven a la comisión de delitos por la red y la certeza de que la compra haya sido realizada por el titular de la tarjeta, sin embargo para la compra al menudeo resulta impráctico por el costo.

Cuando se hace uso de una tarjeta sin utilizar firma electrónica el vendedor tiene la posibilidad de conocer los datos de la tarjeta, cuando se hace uso de la tarjeta y adicionalmente se cuenta con certificado no los llega a conocer. El comprador se identifica ante el vendedor y éste ante aquél. El comprador hace el pedido, que firma electrónicamente. El vendedor tiene acceso a los datos relativos al objeto de la compra pero no a los de las tarjetas. Los datos de la tarjeta son remitidos al banco del comerciante, sea por éste o directamente por el comprador.

Mediante el certificado, un tercero de confianza garantiza, dando la seguridad, la identidad del firmante. De esta forma, el pago mediante tarjeta, una vez autorizada la operación, resulta absolutamente segura para el vendedor.

Es momento de mencionar los riesgos que se corren al realizar pagos por medios electrónicos, ya que como bien es conocido los medios de pago tradicionales sufren numerosos problemas de seguridad: Falsificación de firmas de billetes, cheques sin fondo, etc. Por otro lado, los medios de pago electrónicos, además de estar sujetos a los mismos problemas, presentan riesgos adicionales, pues a diferencia del mundo físico, en la red la información puede ser copiada perfectamente, además de la facilidad con la que se puede acceder a cierta información sobre números de usuarios o claves.

La Internet se ha convertido en la principal vía de acceso a información, sin embargo el uso es considerado un gran riesgo. En cualquier punto del viaje de la información pueden haber alteraciones, habiendo la posibilidad de que sea destruida o incluso robada. Resulta necesario hacer mención del gran vacío que existe sobre adiciones a la legislación vigente que regule algunos temas importantes del comercio electrónico, entre ellos el manejo de la información y la confidencialidad. La buena aplicación de las normas que regulan al comercio electrónico, procurando dotar de seguridad a las partes, determinaría en gran medida el éxito de las empresas que realizan negocios por la Red.

A la hora de proporcionar seguridad a los pagos hechos por Internet los protocolos han jugado un papel fundamental. La tecnología SET (Transacciones Electrónicas Seguras) es un sistema de seguridad creado por Visa y MasterCard y que hasta ahora es la que se ha posicionado mayoritariamente en las operaciones de pago por Internet. Existe otro sistema alternativo llamado SSL, dotando así de cierto grado de seguridad a las transacciones on-line.<sup>9</sup>

Por su parte el protocolo SET es un sistema de autenticación del titular de la tarjeta, mediante un certificado proporcionado por la entidad bancaria. La información viaja

encriptada, evitando que cualquiera pueda acceder a la información. Permite por su parte la privacidad de los datos, ya que el comerciante no puede ver la información de pago del usuario, el banco sólo conoce los datos de transacción, pero no el producto asociado a la misma.

La irrupción del sistema SET está siendo lenta, pero poco a poco va ganando terreno. Cada vez hay más empresas interesadas en su instalación aunque éstas, para rentabilizarlo, tienen que tener un alto volumen de negocio. A finales de 2001, más de 200 entidades bancarias de 18 países europeos utilizaban ya el sistema SET en sus transacciones electrónicas, una cifra que supone un incremento del 108% con respecto al año anterior. En total, en el mundo hay ya 300 bancos de 30 países que han adoptado este medio de certificación y cifrado y su número va en aumento.<sup>10</sup>

Para finalizar nos gustaría mencionar que uno de los requisitos principales para dotar de seguridad a los nuevos medios de pago es que los participantes del sistema (empresarios, banca y consumidores) demuestren que son lo que dicen ser, de tal manera que se hace imprescindible nuevamente la presencia de la entidad, que bien podría ser un órgano administrativo que se encargue de proporcionar certificados de identidad, que cuenten con ciertos protocolos, los cuales deben ir avanzando tan rápido como las habilidades de los hackers.

### 3.5 LA FIRMA ELECTRÓNICA

En el mundo que nos toca vivir se empieza a tornar totalmente normal y frecuente el uso de la firma, para un sin número de fines, sin que haya necesidad de contar con algún tipo de validación. De manera que sólo basta adoptar una firma y hacer uso de ella con toda libertad.

Por firma se entiende:

“El conjunto de signos manuscritos por una persona que sabe leer y escribir, con los cuales habitualmente caracteriza los escritos cuyo contenido aprueba La firma es el nombre y apellido de una persona, que ésta pone en rúbrica al pie de un documento escrito de mano propia o ajena, para darle autenticidad o para obligarse en lo que en él se dice”.<sup>11</sup>

En palabras de Agustín Madrid Parra “ la firma se utiliza como medio de atribución de la autoría de una obra, que puede ser de variada naturaleza, desde una obra de arte hasta un contrato”<sup>12</sup>.A pesar de que en nuestro Código Civil no se exija el uso de la firma para el perfeccionamiento del Contrato de Compraventa, que es el contrato que en este momento nos ocupa, en realidad es importante señalar que el uso de la firma se encuentra íntimamente ligada con la manifestación de la voluntad de contratar. Por otra parte el Lic. Madrid Parra<sup>13</sup> considera que aún más importante que la declaración de la voluntad en un espacio electrónico, resulta el identificar a la persona a la que se le atribuye esa declaración, es decir, quien es el autor.

Es a través de la firma plasmada en un documento donde surge el nexo jurídico entre

el contenido del documento y el firmante y se sujeta de esta manera a los derechos y obligaciones que se establecen en el documento.

Es ahora cuando nos encontramos nuevamente frente a los avances tecnológicos que empiezan a provocar una imparable revolución en los medios de comunicación y en la manera de contratar. Encontramos entonces que las relaciones jurídicas se han empezado a generar en un entorno electrónico y virtual.

En un supuesto ampliamente aceptado en el área de la contratación por medios electrónicos que, así como existen diversas formas de identificar al autor de una declaración de voluntad del mundo no electrónico, existen formas de hacerlo por el mundo electrónico.

La utilización de la firma digital asegura que el emisor y el receptor del mensaje (ya sean dos empresarios, un empresario y un consumidor o un ciudadano con la administración Pública) puedan realizar transacciones fiables.

De la misma manera en la que la firma manuscrita ha actuado como lazo entre el firmante y todos aquellos elementos de un documento en papel, la tecnología se ha visto en la necesidad de innovar en herramientas que cumplan de alguna forma con las funciones de la firma manuscrita, es así como la informática crea claves, llaves o números personales, con el principal objetivo de identificar al autor de un documento electrónico. Resulta importante señalar en este punto que de acuerdo a las adiciones al Código Fiscal publicadas el 5 de enero del 2004 en el artículo 17G se establece que la firma electrónica avanzada y certificada sustituye en el caso de las comunicaciones electrónicas a la firma manuscrita.

Las claves, llaves o números personales tendrán una complejidad acorde a la importancia de la función que se pretende que cumplan. Es necesario mencionar que no todas las claves o números personales son creados con el fin de suplir a la firma manuscrita, algunos de ellos son diseñadas para dotar de confidencialidad a ciertos documentos electrónicos. La firma electrónica es la herramienta que busca identificar al emisor de algún mensaje transportado por vía electrónica.

Sin embargo, hay algunos puntos que hacen diferente a la firma autógrafa de la firma electrónica. En primer lugar mientras la firma autógrafa descansa en aspectos físicos que se convierten en barreras naturales que impiden la imitación y en caso de darse puede ser detectada. La firma electrónica descansa en la tecnología, normas, obligaciones y sobre todo en la confianza que se pueda dar entre las partes.

Por otra parte es imposible poder ceder la habilidad de dibujar los trazos de la firma autógrafa a otra persona. En comparación la firma electrónica puede ser cedida o puede ser usada sin autorización del titular.

A la fecha se encuentran integrados algunos conceptos de firma electrónica, enseguida señalaremos algunos:

“La firma electrónica se entiende aquella que identifica al autor del texto mediante el uso de claves asimétricas. Una clave privada mediante la cual el emisor encripta o codifica el texto que emite, el cual solo podrá ser descifrado o decodificado mediante una clave pública asociada a ese emisor. El destinatario puede acceder a esa clave pública y existe además un tercero encargado de garantizar que esa clave pública corresponda al emisor”.<sup>14</sup>

Alejandro Ribas considera que “la firma electrónica es el cifrado de un mensaje utilizando un sistema de cifrado asimétrico de manera que la persona que posea el mensaje inicial y la clave pública pueda determinar de forma fiable si dicho mensaje se hizo usando la clave privada correspondiente a la clave pública del firmante, y si el mensaje ha sido alterado a partir del momento en el que fue cifrado”.<sup>15</sup>

Según se entiende existen varios procedimientos de firma electrónica, el más sencillo parece ser el de la criptografía simétrica, en razón de que es una clave que es utilizada por el emisor y el receptor del mensaje. En la práctica este tipo de firma electrónica es usualmente manejado en aquellas relaciones en las que las partes se conocen previamente y en las cuales impera evidentemente la confianza mutua.

En el caso del comercio electrónico en Redes abiertas (Internet), se crea un procedimiento de criptografía asimétrica que cuenta con una clave privada, de uso exclusivo para el firmante, con la cual se encargará de cifrar sus mensajes. Para descifrar el mensaje en mención se usa una clave pública, dicha clave es para cualquier tercero que desee llevar a cabo el descifrado.

La intención principal del procedimiento de criptografía asimétrica es la de proteger la información transportada por la Red, por tal motivo ningún documento que en el tránsito haya sido alterado durante el transcurso, no podrá ser descifrado por el tercero a través de la llave pública, proporcionando de esta manera cierta seguridad al emisor y al tercero de la inalterabilidad del documento generado, al mismo tiempo de que el tercero puede tener confianza de que el mensaje ha sido cifrado por el titular de la llave privada, ya que cada llave privada debe corresponder de manera lógica a la llave pública que usó.

Partes que intervienen en el procedimiento de criptografía asimétrica.

La firma electrónica es una estructura triangular en la que participan tres personajes: firmante, autoridad certificadora y tercero que confía.

Firmante

“La Ley Modelo de la UNCITRAL sobre firmas utiliza el término firmante para referirse al tenedor de la clave privada”<sup>16</sup>. Por su parte la Ley española RDL 14/1999 le llama signatario y lo define como “aquella persona física o jurídica que cuenta con un dispositivo de creación de firma y que actúa en nombre propio o en representación de alguna persona moral o jurídica”.<sup>17</sup>

En España a través de la Ley RDL 14/1999 se llega al acuerdo de proporcionar la firma electrónica sólo a personas físicas en el ámbito de Derecho Privado. Por su parte las personas morales podrán hacer uso de una firma electrónica siempre que se haga uso de ella exclusivamente en el Derecho Público, de esta manera la tecnología abre paso a nuevas posibilidades.

El uso de la firma electrónica y la aparición de novedades electrónicas marcarán la pauta para el manejo generalizado de la Internet para contratar, hasta ahora sólo vemos que el uso de la firma electrónica se presenta en aquellas ocasiones en las que la cuantía o la relevancia de la operación así lo requieren, de la misma forma vemos que hasta el momento el costo de cualquier llave o clave se eleva considerablemente de acuerdo a los elementos de seguridad que contengan. La preocupación se mantiene en aquellas operaciones de simple compraventa a través de Internet se cuenta con muy pocos elementos con los que se puedan identificar a los contratantes, sin contar que las claves o números personales suelen ser pocos seguros.

#### Entidad Certificadora

“La Entidad Certificadora es la entidad que da testimonio de la pertenencia o atribución de una determinada firma digital a un usuario o a un certificado de menor nivel”.<sup>18</sup>

La Entidad Certificadora es el elemento encargado de revestir de seguridad a la relación entre el firmante y el tercero que confía, dicha función se vuelve de alguna manera imprescindible, las razones podríamos resumirlas a continuación:

Las partes no se encuentran presentes en algunas ocasiones y actúan sin conocerse previamente, es por lo que se busca que intervenga un tercero lo suficientemente confiable como para certificar la identidad de aquel que firma. La idea es pues que las entidades certificadoras aporten seguridad jurídica a las operaciones realizadas por Internet.

El 5 de enero del 2004 se publican en el Diario Oficial de la Federación algunas adiciones al Código Fiscal de la Federación. En dichas adiciones se señalan dos organismos encargados de emitir certificados de firmas electrónicas, por un lado las personas físicas deberán tramitar el certificado de autenticidad con las empresas que sean autorizadas por el Banco de México, mientras que las personas morales tendrán que acudir al SAT para obtener su certificado. Se adicionan los requisitos que deben cumplir las personas físicas o morales que deseen adquirir un certificado de firma electrónica avanzada, además de los datos que debe contener el certificado de autenticación. Las reformas al Código Fiscal son un paso importante para la conformación de una legislación clara y completa en México, que cumple cierta uniformidad con las Leyes Modelos propuestas por la UNCITRAL.

En la práctica en México se empieza a crear una infraestructura certificadora, que había surgido de la alianza entre la Asociación Nacional del Notariado Mexicano y el Colegio Nacional de Correduría Pública Mexicana, así como la empresas SeguriDATA e Infosel19. De tal modo que surge una Red de certificación que busca verificar la

identidad de usuarios de firmas electrónicas, procediendo a emitir un certificado digital, a través de un proceso totalmente en línea, además de que se pretende formar Registro de llaves públicas, al cual pueda acceder cualquier interesado.

En España por ejemplo, cualquier persona física o moral puede emitir certificados de autenticidad, debiendo recibir una licencia de una entidad superior (organismo público), siempre que el solicitante cubra con todos los requisitos establecidos en ley. “Desde 1997 se encuentra operando la ACE en España, constituida por algunas empresas dedicadas a los negocios por Internet y que promueven directamente el uso del protocolo SET, su principal función se ha vuelto la certificación de la identidad de los usuarios de tarjetas de crédito y de los comercios que operan en Internet”.<sup>20</sup>

La entidad FESTE también se encuentra en España haciendo labores de certificación, por su parte ésta se encuentra conformada por notarios, corredores y la Cámara de Comercio de Barcelona.

Responsabilidad de las autoridades de certificación.

Cuando a un usuario se le causa un daño, es necesario plantear el tema de la responsabilidad de las entidades certificadoras, ya que al hablar de dicha responsabilidad es necesario establecer ciertos parámetros que nos dejen ver de manera clara hasta donde se pueden imputar o excluir responsabilidades.

Resulta primordial el equilibrio que debe existir entre las partes, sobre todo al considerar que el tercero que confía en el certificado debe ser responsable de las cargas que adquiere al aceptar y usar la información que un certificado proporciona, siendo cierto también que los terceros que confían suelen ser los más desprotegidos en la mayoría de los casos.

La propuesta de la Ley Modelo de la UNCITRAL nos parece congruente ya que propone un “régimen de responsabilidad por culpa con inversión de la carga de la prueba”<sup>21</sup>, que propone responsabilizar a las entidades certificadoras solo en caso de que no ejecuten sus funciones con la debida diligencia, produciendo daños a un tercero.

Receptor

El receptor la persona que recibe un mensaje firmado electrónicamente y confía en el certificado que hace constar la identidad del autor del mensaje recibido.<sup>22</sup> La Ley Modelo de la UNCITRAL lo maneja bajo el concepto de tercero que confía y no establece ninguna responsabilidad para el mismo, tan sólo trata de dejar sentado que, todos los riesgos que asume al confiar en un certificado sin antes verificar que cumple con los requisitos elementales, correrán por su cuenta.

Algunas experiencias legislativas en firma electrónica:

La ley de Utah en Estados Unidos fue la primera en regular a la firma electrónica, por su parte en Europa, se crea una ley en Alemania en 1997, cuenta con 16 artículos que regulan los siguientes puntos:

Definiciones

Áreas de aplicación

Autoridades certificadoras

Licencias de certificación

Emisión de certificados

Responsabilidad de las autoridades

Estas leyes tienen el propósito de regular las condiciones generales para que las firmas electrónicas puedan ser consideradas seguras. Al observar el esfuerzo que han hecho algunos países para legislar sobre temas derivados de los avances tecnológicos nos presentamos ante algunas implicaciones importantes, es entonces cuando debemos observar que la Internet es una Red que no cuenta con territorio, por lo que podrían generarse algunas divergencias legales, por tal razón se corre el riesgo de inhibir el desarrollo de nuevas actividades económicas relacionadas con el comercio electrónico.

Actualmente el uso de la firma electrónica en México, a nuestra consideración, basa su problemática en los siguientes puntos:

La eficiencia en los órganos que regulen las funciones de las autoridades certificadoras de firmas electrónicas.

La aún carente armonía entre sistemas, redes de comunicación, las nuevas tecnologías y la legislación, que actúen como garantía del buen funcionamiento de los sistemas y consecuentemente de la firma electrónica.

Los rápidos avances tecnológicos y la dimensión mundial de la Internet, haciendo necesario uniformar marcos jurídicos, tecnologías y servicios de autenticación electrónica de datos.

El Receptor

El receptor en el caso de un contrato de compraventa la contraparte en la relación contractual, confiando en el certificado que hace constar la identidad del usuario de la firma electrónica.<sup>23</sup>

En la Ley Modelo de UNCITRAL sobre firmas electrónicas no se establece responsabilidad alguna para el receptor, tan sólo se trata de dejar sentado que el receptor asume todos los riesgos al confiar en un certificado sin verificar que la firma cuente con determinados requisitos sobre la base del sistema de criptografía simétrica.

Acuse de recibo

“La firma Digital utilizada con certificados digitales hace prueba del autor y contenido de un mensaje, sin embargo en el caso de los medios electrónicos necesita que las

partes tengan una copia de la oferta y aceptación contractual firmada de las partes”.<sup>24</sup>

La aceptación es el acto de admisión de una oferta, siendo esencial para la existencia del compromiso entre las partes. Es necesario que el ofertante reciba la aceptación por parte del consumidor. En relación con la aceptación por Internet encontramos que a través de un acuse de recibo el ofertante estaría recibiendo de forma explícita la aceptación.

En un escenario electrónico el acuse de recibo consta de un documento electrónico que el receptor envíe al emisor, con la finalidad de hacer saber que recibió íntegro el mensaje. El documento que funge como acuse de recibo se entiende que se encuentra firmado digitalmente.<sup>25</sup>

Es así como la regulación de los medios electrónicos empieza a convertirse en una bola de nieve, aunque por ahora es muy lenta, nos encontramos esperando el momento en el que surjan las normas que sean necesarias y se apliquen correctamente.

### 3.6 LUGAR DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICO

Dado que en Internet pueden producirse operaciones comerciales con personas físicas o morales de otros países, surgen algunas preguntas sobre la situación jurídica de las contrataciones internacionales por Internet. Mientras tanto organismos y convenios internacionales han mostrado ineficacia para evitar los daños y abusos en las relaciones comerciales que día a día se celebran en la Red, parece que el entorno electrónico se ubica en un ambiente sencillamente complejo.

La cuestión relativa al lugar de celebración del contrato electrónico tiene una enorme importancia. Por un lado, porque para resolver las cuestiones que se susciten sobre la conformidad o disconformidad con lo establecido en el acuerdo de voluntades y en el que las partes se encuentren en diferentes países, es preciso determinar la competencia. Y por otro, porque puede ser necesario en el Derecho interno determinar la competencia de los órganos jurisdiccionales competentes, por razón del lugar de celebración del contrato.

Debemos señalar el problema de ubicar espacialmente una página Web, ya que los nombres de dominio que poseen los proveedores en Internet, no siempre corresponden a la ubicación física conocida<sup>26</sup>. El problema también aparece mirando la cuestión desde la perspectiva de la otra parte contratante, es decir, el adquirente de bienes y servicios, ya que puede realizar la operación desde cualquier computadora conectada a la Red.

Nuestro país es parte de la Convención de compraventa internacional de mercaderías, celebrado en Viena el 11 de abril de 1980. Su finalidad es establecer una uniformidad legislativa sobre la compraventa internacional de bienes. La Convención aclara algunos

puntos que debe cubrir una venta para que cumpla con el carácter de internacional, en el primer punto encontramos que es necesario que los contratantes se encuentren ubicados en diferentes países y el objeto del contrato debe consistir en bienes muebles. Resulta entonces evidente que dicha Convención la podemos aplicar sin problema a los contratos de compraventa celebrados por Internet, sin embargo, la Convención sólo puede aplicarse a los países firmantes, por lo tanto no podría aplicarse a los contratos que se firmen con países que no pertenezcan a la Convención.

### 3.7 LA ENTREGA DE LA COSA

En muchos casos, la forma de entrega va íntimamente relacionada con la forma de pago, de manera que la entrega se condiciona al pago previo de la cantidad acordada, o bien el pago se efectúa en el momento de entrega, de acuerdo a lo establecido en el artículo 2286 del Código Civil.

En el caso de productos que pueden suministrarse en formato digital, es posible efectuar la transferencia del bien a través de la propia red. Este es el caso de los programas, imágenes digitalizadas y las demás obras que pueden transferirse a través de la computadora.

En el caso de los servicios, también es posible prestarlos a través de la Red, por ejemplo los servicios de base de datos, traducción, auditoría, y cualquier otro trabajo que pueda efectuarse sin necesidad de un desplazamiento o contrato personal.

En lo que respecta a los productos analógicos, es decir, todos aquellos bienes que no pueden ser entregados a través de la red, la forma de entrega será la pactada en la casilla correspondiente del formulario de pedido, pudiendo ésta ser cualquiera de las modalidades habituales en el comercio convencional, por ejemplo: Correo, mensajería, transportes por carretera, avión, etc. En estos casos será importante establecer en el contrato la parte que se hará cargo de los costos de envío. Un servicio extra que prestan algunas empresas consiste en proporcionar una base de datos on line, en la cual el consumidor puede consultar la situación en la que se encuentra su pedido.

Cada tipo de negocio demandará preferentemente una o varias modalidades de transporte, la finalidad por otro lado de la contratación electrónica es la prestación de un servicio de entrega rápido, con costos razonables, ya que el proveedor se estaría evitando algunos gastos de almacenamiento y colocación en el mercado.

Por su parte la Ley Federal de Protección al Consumidor establece en el artículo 53 Fracción IV el deber de los proveedores de informar al consumidor la posible fecha de entrega, así como los costos del flete, seguro y en su caso la marca del bien o servicio. De igual manera las partes pueden pactar la fecha de entrega.

### 3.8 DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR

En este punto señalaremos la existencia de un derecho, cuyo ejercicio puede afectar tanto el pago como la entrega del producto. Se trata del derecho de desistimiento.

Cuando el consumidor decide revocar el contrato de compraventa electrónico, la única obligación por su parte consiste en pagar los gastos que origine esa devolución y, en su caso, la indemnización por daños y perjuicios que haya podido sufrir el producto en su retorno. Por tanto, cualquier sanción o penalización que imponga el vendedor en caso de que el comprador ejerciera su derecho de desistimiento queda prohibida, siempre que la devolución se haga efectiva dentro del plazo señalado por el artículo 56 de la Ley Federal de Protección al Consumidor que es de cinco días.

En el derecho de desistimiento se contempla la no realización del pago por el producto devuelto. El vendedor ha de devolver la cantidad abonada, en el supuesto de haberse cubierto el precio, estos casos suelen ser pactados en los contratos.

Uno de los puntos relevantes a tratar es el carácter general que puede llegar a tener el derecho de desistimiento en perjuicio del vendedor, como los siguientes casos: Ventas de objetos o programas que puedan ser reproducidos, copiados o instalados de inmediato o que, en razón de su naturaleza no puedan ser devueltos. Admitir el derecho de desistimiento en relación con estos productos, ya sea que se entreguen en la Internet o fuera de ella, significaría dar carta abierta a la posibilidad de pérdidas económicas para el vendedor.

Adicionalmente podemos señalar algunas otras razones que podrían desembocar en el desistimiento por parte del consumidor:

Inconsistencia de pedidos y fechas de entrega, errores de cálculo y facturación, diferencias en empaque, fallas en logística de distribución, incapacidad de respuesta por falta de personal, confusión en la aplicación de descuentos, incumplimiento de normas (LFPC) y especificaciones, inseguridad de mensajeros, costo de transporte y gasolina, tiempos de trámite y envío.

Aclarando que sólo nos referimos al derecho de desistimiento, sin negar que se pueden presentar otras causas legales para la revocación del contrato.

## CAPITULO IV

### PROTECCION A LOS CONSUMIDORES EN MATERIA DE CONTRATOS DE COMPRAVENTA ELECTRONICOS

#### 4.1 Noción de consumidor

- 1 Concepto de Consumidor
- 2 Ley Federal de Protección al consumidor
- 3 La protección de los consumidores en el comercio electrónico
  - 1 Actos que atentan contra la inseguridad en la Internet
  - 2 Recomendaciones para celebrar contratos de compraventa electrónicos
  - 3 Los servidores seguros
  - 4 Nombres de dominio
  - 5 Las claves
  - 6 El certificado de autenticidad
  - 7 Requisitos para contratos electrónicos confiables
  - 8 El deber de información previa a la celebración del contrato de compraventa electrónico
- 4 Derechos básicos de los consumidores informáticos
- 5 El deber de información previa a la celebración del contrato de compraventa electrónico
- 6 Actos que atentan contra la seguridad de los consumidores en Internet.  
Recomendaciones para celebrar contratos de compraventa vía Internet.

#### 4.1 NOCIONES DE CONSUMIDOR

La creciente aparición de los fenómenos tecnológicos es imposible detenerla, sin embargo se espera que los Estados puedan de alguna manera dotar de un marco jurídico, así como promover la organización de dichos fenómenos con el fin de satisfacer de alguna manera las necesidades de los consumidores.

En la actualidad se suele usar comúnmente la expresión “sociedad de consumo”, en busca de proporcionar la idea de la abundancia de productos que se pueden encontrar y que implica también un buen número de población que puede consumirlos, así como todo un complejo sistema publicitario por parte de los empresarios, que tratan de determinar la dirección en la que los consumidores deben moverse.

La existencia de múltiples manifestaciones económicas, culturales y sociales, de alguna manera han determinado al consumidor como la parte débil en las relaciones de consumo, por lo que a partir del siglo XX es cuando surgen movimientos a favor de los Derechos de los consumidores. “A causa de algunos escándalos farmacéuticos en Estados Unidos en 1914, se da la aparición de Leyes en las que se establecen ciertos Derechos para los consumidores. El segundo movimiento se presenta durante la depresión económica en la década de los treinta, dichas protestas son provocadas por las exageradas alzas de precios en alimentos y productos farmacéuticos, de tal manera que el gobierno de Estados Unidos responde con la ampliación de los poderes de la Comisión Federal para el Comercio, en ese momento el principal objetivo era combatir las prácticas ilícitas y fraudulentas por parte de los proveedores”.<sup>1</sup>

Es entonces en la década de los setentas cuando el Presidente Kennedy sienta las bases del derecho a ser informado como un derecho fundamental de los consumidores y que ha sido piedra angular en la lucha por proteger sus intereses en Estados Unidos.<sup>2</sup>

Mientras tanto en Europa se da la discusión de los derechos de los consumidores como parte de los Derechos Humanos de tercera generación. El movimiento se extiende a través de publicaciones, emisiones radiofónicas y televisivas, dirigidas principalmente a la educación e información para los consumidores, de igual manera se crean organismos administrativos protectores de los derechos de los consumidores.

En 1973 surge la Carta Europea de Protección a los Consumidores y es el primer documento que reconoce derechos a los consumidores; se vuelve la base para los ordenamientos de los países miembros de la Comunidad Económica Europea.<sup>3</sup> En este ordenamiento se reconocen cinco derechos fundamentales:

- El derecho a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores. Los bienes y servicios puestos en el mercado a disposición de los consumidores deben ser tratados de manera tal que no constituyan un riesgo para la salud. De igual manera todos aquellos riesgos que puedan ser previstos, deben ser puestos a consideración de los consumidores. El consumidor debe ser protegido por los fabricantes o productores de cualquier daño causado por mercancías o productos defectuosos.
- El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores. El consumidor tiene derecho a ser protegido del abuso de poder del proveedor; es el tema específico son las cláusulas abusivas de los llamados contratos de adhesión y las condiciones abusivas de crédito. La publicidad por su parte no busca inducir al consumidor al error, cualquier producto debe informar adecuadamente sobre las características del producto y precio, garantizando la veracidad de la misma, es decir, se debe proporcionar al consumidor la mercancías o el servicios que deben ser enteramente satisfactorio.
- El derecho a la reparación de los daños. El consumidor debe ser informado de los medios a través de los cuales puede interponer una queja sobre los daños sufridos

por un producto defectuoso o por un servicio deficiente. Tiene además el derecho a asesorías y procesos rápidos y poco costosos para pedir la reparación de los daños que se le hubieren ocasionado.

- El derecho a la información y a la educación. Nuevamente nos encontramos frente el derecho de los consumidores a conocer toda la información sobre las características específicas de la mercancía y los servicios, así como el precio, calidad, cantidad y todo lo referente a su naturaleza, de igual manera se deben garantizar los medios para la reparación de los daños causados por productos o servicios deficientes. La educación deberá ser proporcionada a través de medios masivos, con el fin de que toda persona tenga las posibilidades de consumir de una manera informada y consciente de sus derechos y responsabilidades.
- El derecho de la representación. Los consumidores tienen derecho a ser consultados y escuchados en la toma de decisiones en los que se encuentren involucrados, en particular, por las asociaciones encargadas de la protección e información de los consumidores.

Todas las gestiones proteccionistas de los derechos de los consumidores derivaron en algunas resoluciones de la Asamblea General de las Naciones Unidas, buscando generar directrices en materia de derechos de consumo para los Estados miembros, dichas directrices retoman ciertos derechos fundamentales, como son:

- Protección a los consumidores frente a los riesgos para la salud y su seguridad.
- Protección y promoción de los intereses económicos de los consumidores.
- El acceso de los consumidores a la información.
- La educación del consumidor.
- La posibilidad efectiva de la compensación efectiva para el consumidor.
- La libertad de constituirse en grupos u organizaciones de consumidores, así como la libertad de emitir sus opiniones en los procesos de tomas de decisiones que los afecten.

En la propuesta de la ONU es evidente la influencia de la Carta Europea de Protección de los Consumidores, nos lleva entonces a la conclusión de que protegen en esencia los mismos derechos, el paso a seguir es el fortalecimiento de cada uno de éstos.<sup>4</sup>

Ahora bien el antecedente de la protección al consumidor se traduce en hacer del contrato, la ley entre las partes, sentada sobre la base de que la voluntad entre ellas se convierte en la norma que rige sus relaciones.

En el Derecho Privado podemos señalar dos conjuntos de normas esencialmente, el Código Civil y el Código de Comercio, sin embargo, debemos recordar que son códigos que recogen un espíritu individualista y que están adecuados para regular y solucionar los conflictos sociales de manera individual. Hoy en día los fenómenos económicos son en gran medida colectivos, esto se traduce en un conjunto de insuficiencias, como los altos costos de los medios judiciales, sin mencionar el tiempo que tarda un proceso

para la reparación del daño individual.

#### 4.1.1 CONCEPTO DE CONSUMIDOR

Antes de continuar el análisis de los derechos de los consumidores todavía hay que establecer la noción de consumidor. De tal manera que podemos iniciar con la definición que da la Ley Federal de Protección al Consumidor en su artículo 2 y que señala al consumidor como “la persona física o moral que adquiere realiza o disfruta como destinatario final de bienes o servicios. No es consumidor quien adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros”.

Encontramos la definición del Diccionario Jurídico en el que se establece al consumidor como “la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes, productos, servicios o funciones para su uso personal, familiar o colectivo, siempre que lo haga como destinatario final, y siendo indiferente de la calidad pública o privada de todos aquellos que los produzcan o suministren”.<sup>5</sup> Aunque el término usuario se utiliza indistintamente con el de consumidor, se estima que el primero es el que adquiere servicios o actividades, mientras que los consumidores son los que adquieren bienes o productos. El prototipo de consumidor que demanda protección es la persona que individualmente carece de medios para hacer valer sus justas exigencias sobre los productos o servicios que adquiere, no pudiendo, por tanto, enfrentarse con las empresas con las que contrata.

Por su parte, Phillippe Malinvaud define al consumidor como “la persona que contrata con el objeto de consumir”<sup>6</sup>, es decir, de utilizar un bien o servicio; será entonces considerado como consumidor no solamente el que compra un automóvil para su uso personal, sino también el que lo adquiere para el ejercicio de su profesión. En ambos casos, consume; la única excepción, en esta primera concepción, sería la compra para revender, ya que en ese caso el bien no es consumido.

La protección al consumidor se extiende simultáneamente a los bienes y a los servicios, porque el consumidor no es sólo un comprador en el mercado, sino también un usuario de servicios puestos a su disposición por los proveedores.

#### 4.2 LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

La Ley Federal de Protección al Consumidor entra en vigor el 5 de febrero de 1976, su objeto esencialmente ha sido los intereses de los consumidores y su defensa. Por su parte la Ley Federal de Protección al Consumidor de 1992 parte de los cinco principios básicos recogidos por la Carta Europea de Protección a los Consumidores, de igual manera se basa en el Código brasileño de 1990 para realizar la clasificación de los derechos fundamentales anexando a la redacción de la LFPC el derecho al acceso a los órganos jurisdiccionales y administrativos.<sup>7</sup>

La Procuraduría de Protección al Consumidor nace como un organismo

descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio con funciones de autoridad administrativa encargada de promover y proteger los intereses del consumidor, llevando a cabo sus funciones de conformidad a un marco jurídico que descansa en los principios establecidos en el artículo 28 Constitucional, que tiene por objeto garantizar la equidad y la seguridad jurídica de las relaciones de consumo.<sup>8</sup>

Se puede afirmar entonces que no todos los derechos del consumidor tienen un carácter económico, de salud o educación, ya que podemos encontrar conjuntos de normas dirigidas a formar los medios o instrumentos para dar eficacia y firmeza a los demás intereses y derechos del consumidor.

Sin embargo, anteriormente no tenía contemplados los consumos realizados a través del uso de medios electrónicos. Por ello, la Reforma del 29 de mayo de 2000 busca actualizar la ley para desarrollar una efectiva protección al consumidor.

En primer lugar, la Reforma tiene por objeto la protección a los principios básicos de consumo, en las operaciones realizadas por medios electrónicos, evitando el manejo fraudulento de la información y datos que son proporcionados por esta vía.

La Procuraduría Federal del Consumidor por ser la instancia que hace efectiva la protección de los consumidores, tiene con base en esta Reforma, la atribución en coordinación con la Secretaría de Economía, de formular y difundir los códigos de ética para aquellos comerciantes que hagan uso de los medios electrónicos en sus operaciones. Así, los ofrecimientos hechos por este medio tendrán que ser equitativos y transparentes, los consumidores tendrán que ser respetados en cuanto a la información que quieran recibir y las prácticas de mercadotecnia serán igualmente cuidadas, sobre todo en lo que respecta a la población más vulnerable como son los niños, ancianos y enfermos. Un punto principal es la posibilidad del consumidor de tomar una decisión con base en la información clara y accesible que obtenga.

Mediante la adición de un nuevo capítulo para las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, se protegen puntos importantes que anteriormente no tenían una regulación específica, y son:

- **Confidencialidad:** la información que se utilice en estas transacciones tendrá que ser destinada a la operación para la que fue requerida, sin que corra el riesgo de ser divulgada, salvo la autorización expresa. Además el proveedor tiene que contar con elementos suficientes para asegurar que la información se mantiene de manera segura y confidencial. La finalidad es evitar problemas que se han suscitado sobre todo en la utilización de tarjetas de crédito para el pago, así como la información personal.
- **Información.** Como medio para evitar fraudes y engaños que se dan continuamente y con gran facilidad, se contempla la obligación del proveedor de facilitar al consumidor la información necesaria para la toma correcta de decisiones en el consumo.
- **Publicidad.** Respecto a la información y publicidad que el proveedor anuncia en los medios electrónicos, actualmente se han facilitado las prácticas comerciales

engañosas, en las que se exageran las características de los productos, por lo que se señala la obligatoriedad del cumplimiento de las previsiones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezcan.

- Plazo. En cuanto al plazo en que una oferta debe mantenerse y el plazo en la que se puede revocar una aceptación que en la iniciativa señalaba será de 48 horas (no aparece en las reformas publicadas en el Diario Oficial) evitando así problemas anteriores en los que resultaba complicado determinar el tiempo por el que se encontraba vinculado el proveedor a una oferta.

#### 4.3 LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

A partir de la aparición del Internet y la posibilidad de hacer negocios por este medio, nos hemos encontrado con situaciones que se han presentado como los principales problemas, nuevamente encontramos la cuestión de la localización geográfica, ya que este fenómeno de falta de localización geográfica afecta de manera directa al derecho de los consumidores, en cuanto se da una falta de espacio físico de la Internet.

Por otra parte debemos recordar que uno de los derechos del consumidor, consiste en asegurar el acceso a los órganos jurisdiccionales y administrativos con el fin de hacer valer sus derechos. De tal manera que es necesario, ante la deslocalización de las compras realizadas por Internet, considerar que los procesos de Derecho Privado carecen de pleno acceso de los individuos en las relaciones de consumo, de tal manera que se necesita que la comunidad internacional busque proteger los intereses de los consumidores, elaborando normas, creando vínculos institucionales efectivos, garantizando de esta forma la vigilancia permanente de las relaciones de consumo.<sup>8</sup> En este sentido, la evolución que ha tenido la protección del consumidor tendrá la tarea de encontrar soluciones para el nuevo mercado virtual.

El siguiente tema a tratar es la contratación electrónica, para ser más específicos, la distancia de las partes en el momento de contratar. Debemos recordar que el código Civil (artículo 1805 Código Civil) asemeja el contrato realizado por medios electrónicos al contrato telefónico, de tal manera que señala a ambos como contratación entre presentes. Anteriormente se exteriorizaron los inconvenientes de tal reforma, sin embargo, nuevamente nos resulta necesario señalarlo al tocar el tema de la protección al consumidor. “El tema principal es sin duda la falta de experiencia de los consumidores para celebrar este tipo de contratos, aunado a la prestación de los servicios financieros en los procesos de compras por Internet, lo que agrava aún más la inseguridad del usuario, ya que en realidad sabemos que los productos financieros pueden venir a acrecentar la vulnerabilidad de los mismos”.<sup>9</sup>

Por lo tanto, es fundamental armonizar las normas de los Estados sobre la comercialización minorista por Internet, ya que las ventas a distancia, en las que se involucran las prestaciones de servicios financieros <sup>10</sup>acentúan la debilidad del consumidor: el empleo de un idioma diferente, la distancia geográfica, la complejidad de las técnicas y las elevadas comisiones por la prestación de servicios financieros.

Esta ignorancia es aprovechada por los proveedores para sacar partido de la dificultad del consumidor para demandar.

Entre los aspectos que podrían ser los ejes de la protección del consumidor electrónico y que aplicados a los proveedores de productos y servicios en línea, se podría de igual manera permitir el desarrollo del nuevo mercado electrónico, son las siguientes:

**Derecho de desistimiento.** Es necesario que las legislaciones de alguna manera uniformen el periodo del consumidor para desistirse de la celebración del contrato, estableciendo las funciones de los servicios financieros en los casos de desistimiento. La finalidad es sin duda proporcionar al consumidor el tiempo necesario para que reflexione sobre la oferta o el producto, ya que la inmediatez en la celebración de los contratos en línea podrían afectar su buen juicio. El tema del desistimiento ya es tratado por nuestra legislación en el artículo 56 de la LFPC, el problema sin duda se presenta cuando la compra es realizada a un establecimiento ubicado en otro país.

**La no disponibilidad del servicio.** Tocando nuevamente este tema debemos señalar que resulta importante que el proveedor informe al consumidor de la no disponibilidad de algún producto o servicio y reembolsar cualquier suma pagada sin demora. Nos parece que en este punto se deben considerar las fallas técnicas o cualquier otra eventualidad, tratando de crear normas uniformes que equilibren a las partes de la relación contractual.

**Pagos con tarjeta.** El pago con tarjeta sin duda merece una mención especial, ya que es un elemento clave en la generación de seguridad y confianza para el consumidor. Sin embargo, este tema que ha sido tocado no sólo en los aspectos vinculados con el comercio electrónico, suele ser difícil de abordar. Pues bien en este sentido debemos señalar lo importante que es el establecer las responsabilidades de las entidades prestadoras de servicios financieros, dejando por supuesto cierta responsabilidad al consumidor sobre el resguardo de la tarjeta, los datos de la tarjeta o la de los pagos que se realicen con la misma.

Tomando en cuenta la responsabilidad del consumidor, los prestadores de servicios financieros deben hacer del conocimiento del consumidor con claridad el contenido de los contratos que celebran, así como estudiar algunas medidas que eviten el mal uso de tarjetas, aplicando los avances en medios de seguridad, en el comercio en general.

El comercio electrónico no podrá desarrollarse sin medios de pago seguros, por lo que se espera que se ajusten las legislaciones y se puedan sentar las bases de una política uniforme en la materia.

**La creación de normas comunitarias.** Parece claro en este momento que la solución para los problemas a los que se enfrenta la protección de los consumidores se encuentra sin duda en el diseño de normas comunes, que permitan la protección de cualquier residente de un Estado que haya decidido adherirse a estas normas, evitando la desprotección del consumidor que adquiere por Internet productos en un

establecimiento ubicado fuera de su país o de su entidad.

El nuevo entorno electrónico tiene todas las posibilidades de crecer como un gran espacio comercial y de información, pero en el nacimiento del mismo no debemos ignorar la debilidad que presenta el consumidor. En este sentido, la compraventa electrónica busca un mayor nivel de seguridad que el existente. La carencia de textos proteccionistas a nivel nacional e internacional han traído como consecuencia que el consumidor sea continuamente engañado.

## EL DEBER DE LA INFORMACIÓN

Este derecho básico lo considera la LFPC en su artículo 1º, como un derecho a la “información clara y adecuada sobre los diferentes productos y servicios, con la especificación correcta de calidad y precio, así como de los riesgos que representen”. Recordemos que el derecho a la información fue una propuesta realizada por el presidente Kennedy como un derecho fundamental de los consumidores y que fue recogido en la Carta Europea y en las directivas de la ONU y hoy en día es una de las bases sobre las que se encuentra sentado el derecho del consumo.

En México la Secretaría de Economía es la encargada de expedir las normas concernientes a los productos, principalmente toda la información sobre ingredientes, sustancias y elementos con los que se encuentran elaborados, así como caducidad, contenido y demás datos relevantes en envases, envolturas o etiquetas, de igual manera se debe informar sobre uso y conservación.<sup>11</sup>

La Procuraduría Federal del Consumidor se deberá encargar de recopilar, elaborar, procesar y divulgar y facilitar información objetiva que permita al consumidor valorar la calidad de los productos disponibles en el mercado.

Por otra parte, es en el artículo 32 de la LFPC donde se señalan los requisitos que debe cumplir la información y la publicidad difundida sobre bienes y servicios. De igual manera debemos establecer la diferencia entre información y publicidad.

Información. “Todos aquellos datos que ostenten los productos en sus envases, empaques o etiquetas y que expresen su lugar de origen, instrucciones de uso, garantía o establecimiento del proveedor”.<sup>12</sup>

Publicidad. “La publicidad es la invitación o sugerencia para adquirir algún servicio e producto en particular, regularmente se hace a través de los medios masivos de comunicación. La publicidad también puede informar características positivas del producto, todo con el fin de que el consumidor lo obtenga o utilice”.<sup>13</sup>

A continuación se señalan los requisitos que establece la LFPC a la información y publicidad emitida por el proveedor.

- Que sean veraces, es decir, que los datos manifestados sean verdaderos, fiables, que en cualquier momento correspondan las características anunciadas a las

reales.

- Que puedan comprobarse, esto significa que los datos deben ser susceptibles de verificación.
- Que sean precisas, lo que señala la ley al respecto, es que los productos no deberán traer textos o imágenes que puedan confundirlo por su inexactitud.

Además de las características los productos deberán ostentar su lugar de origen y los lugares donde puedan repararse, así como las garantías. También se establece que la información deberá redactarse en el idioma español, ya sea nacional o extranjera, el precio deberá indicarse en moneda nacional, sin importar que puedan ser expresados adicionalmente en otro idioma y el precio en otra moneda.

Adicionalmente existe una información que resulta importante mencionar, se trata del precio del bien o servicio, los intereses y demás cargos que puedan ser generados con motivo del crédito. La finalidad en esta exigencia consiste en que el consumidor pueda conocer las diferencias entre el precio al contado y el precio a crédito y con base a esta información pueda elegir una forma de pago.<sup>14</sup>

Adicionalmente la PROFECO cuenta con una revista y programas radio y televisión que informan sobre los productos y hace estudios comparativos entre diferentes marcas, contribuyendo con todo tipo de comercio.

#### 4.1 EL DEBER DE LA INFORMACIÓN

La comunicación es libre y toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura. La información será garantizada por el Estado según el artículo 6º de nuestra Constitución.

En el caso de los consumidores, la información es responsabilidad de los proveedores, debiendo ser veraz, eficaz y suficiente. Por su parte el artículo 32 de la LFPC representa la disposición específica que impone a los empresarios, en el momento de llevar a cabo la oferta de contrato o cuando emiten publicidad sobre los productos y servicios que ofrecen, el deber de suministrar a la otra parte contratante cierta información, en ocasiones exhaustiva. Igualmente los artículos subsecuentes prevén supuestos en los que se debe señalar cierta información sobre los productos o servicios, justo en el momento de celebración o posterior a éste.

Cuando la contratación se realiza por medios electrónicos el oferente de igual manera debe informar las condiciones previas a la contratación, sin embargo, en estos casos es importante que la información además contenga los siguientes datos:

Identidad y dirección del proveedor, las principales características de los servicios financieros que serán usados para el pago, el precio total del servicio financiero<sup>15</sup>, las formas de pago, el periodo de validez de la oferta o precio, la posibilidad de variación del precio, el costo del envío, la existencia del derecho de desistimiento, sus condiciones, duración y formas en las que se puede ejercitar el derecho de desistimiento, la legislación aplicable al contrato. De igual manera se debe informar al

consumidor la fecha y hora en la que se contrata, características del bien o servicio que se contrata.

El proveedor deberá de proporcionar al consumidor con antelación por un medio seguro el texto del contrato, debiendo contener completa la información sobre todas y cada una de las cláusulas del mismo. Consideramos que en la contratación electrónica podría resultar inoperante el soporte en papel que se pueda entregar al consumidor, sin que esto pueda constituir necesariamente una ventaja, de modo que lo lógico que éste prefiera el uso del medio electrónico por el que se contrató para ser informado. En caso de que se persiga la rapidez de la transacción, lo oportuno sería el uso de la firma electrónica, una vez asegurada su fiabilidad con el uso del respectivo certificado de autenticación (artículo 76 bis de la LFPC).

#### 4.3.2 ACTOS QUE ATENTAN CONTRA LA SEGURIDAD EN INTERNET

La Internet como ya lo hemos mencionado anteriormente es un espacio virtual, sin embargo los delitos y abusos que ocurren en él son reales y afectan a un gran número de usuarios. Los daños y desconfianza que pueden generar los delitos en la Internet un freno para crecimiento del comercio electrónico, constituyendo de igual manera una amenaza para la reputación e intimidad de las personas.

Las ventajas que producen el anonimato, la velocidad de las comunicaciones, la inexistencia de fronteras de cualquier tipoy en gran parte la polarización de la riqueza han favorecido que hoy por hoy la Internet sea un mercado en el que se comete gran variedad de daños al consumidor, por lo que creemos que es urgente aportar soluciones técnicas y jurídicas oportunas que eviten que la Red más grande del mundo siga siendo la incubadora de nuevas variedades de delitos informáticos, afectando el intercambio de aquellos que actúan de buena fe.

El complicado mundo cibernético obligan a pensar seriamente acerca del papel que pueden desempeñar las leyes, y especialmente el derecho Penal, con el fin de tutelar bienes jurídicos. No obstante consideramos que el uso de la coerción del Estado debe ser siempre el último recurso. Muy probablemente se deben agotar de inicio los medios de tipo preventivo, sin olvidar la importancia de crear una armonía entre la legislación penal vigente y las últimas tendencias jurídicas de la globalización.

Entre los actos que atentan contra la seguridad en Internet podemos señalar los siguientes:

Las subastas.

Algunos de los mercados virtuales ofrecen una amplia selección de productos a precios muy bajos. Una vez que el consumidor ha enviado el dinero puede ocurrir que reciban algo con menor valor del que creían, o peor todavía, que no reciban nada.

Accesos a servicios de Internet.

El consumidor recibe una oferta de servicios gratuitos, los cuales serán proporcionados

a partir del momento en el que se introduzca un número de tarjeta. La aceptación lleva al compromiso de la contratación a largo plazo con altas penalizaciones en caso de cancelación.

Otra práctica delictiva consiste en ofrecer páginas personalizadas y gratuitas durante un periodo de 30 días. Los consumidores descubren que se les han hecho cargos a pesar de no haber pedido prórroga en el servicio.

Venta de paquetes vacacionales.

Determinadas páginas ofrecen destinos a precio de ganga; el consumidor proporciona el número de tarjeta y más tarde descubren que las condiciones de los paquetes son diferentes o inexistentes.

Las tarjetas de crédito.

En algunos sitios de Internet, especialmente para adultos, se pide el número de tarjetas de crédito con la excusa de comprobar que el usuario es mayor de 18 años. El verdadero objetivo es cobrar cargos adicionales.

Inversiones.

Existen en Internet algunas propuestas de inversiones que rápidamente se convierten en grandes ganancias, por lo general se trata de fraudes o inversiones de alto riesgo para el consumidor.

Productos y servicios engañosos.

En algunas páginas se venden productos o servicios asegurando su efectividad para curar enfermedades incurables. Existe quien pone sus esperanzas en estos productos sin recibir ninguna garantía de su efectividad.

Piratería de software y marcas.

En la Red se pueden identificar con facilidad usos y abusos indiscriminados de marcas, sin que los propietarios lo autoricen. Existen de igual manera sitios que usan nombre que confunden al usuario, mostrando contenidos que no tienen relación con el nombre del dominio.

Derechos de Autor.

Cuando ingresamos a la red podemos notar que existen en algunos sitios de forma permanente fragmentos de libros, artículo, música, obras plásticas y todo tipo de arte, careciendo tales páginas del consentimiento de la persona que las creó.

Hackers

“La contaminación por virus que destruyen sistemas, discos duros, etc.”<sup>16</sup>, es un acto vandálico que afecta la propiedad de los usuarios, además de coartar el intercambio comercial. La intromisión en las bases de datos, son fines destructivos es otro hecho dañoso contra la información y privacidad de la documentación personal o de negocios.

Tratamiento ilícito de datos personales

La acumulación de datos personales de clientes o usuarios requiere de un alto grado de confiabilidad de parte de quien los reúne, así mismo. el uso de los datos personales requiere de autorización de quien es el sujeto o fuente de la misma. Cualquier utilización de la información que exceda de lo autorizado, puede causar serios daños a la reputación de las personas.

Como es bien conocido, los medios de pago tradicionales también sufren numerosos problemas de seguridad: falsificación de billetes, falsificación de firmas, cheques sin fondo, etc. Por otro lado, los medios de pago electrónicos, además de estar sujetos a los mismos problemas anteriores, presentan riesgos adicionales, pues a diferencia del papel, los documentos digitales pueden ser copiados perfectamente y cuantas veces se desee, las firmas digitales pueden ser falsificadas por cualquiera que conozca la clave privada del firmante, la identidad de una persona puede ser asociada de forma inequívoca con la información relacionada en cada pago, etc.

#### 4.3.3 RECOMENDACIONES PARA CELEBRAR CONTRATOS DE COMPRAVENTA ELECTRÓNICOS

La utilización de las nuevas tecnologías de la información en el comercio entre empresas y particulares, con el fin de acortar tiempo y evitar desplazamientos, aún no podemos definirla de forma detallada porque eso podría llevarnos a dejar a un lado muchas actividades que han surgido gracias a l desarrollo de los avances electrónicos, sin embargo se deben considerar los peligros que nacen, la falta de seguridad y la dependencia a los sistemas tecnológicos y no olvidar que dicha dependencia nos convierte en vulnerables.

De tal manera que se pueden plantear, desde el punto de vista de la seguridad, razonables dudas sobre la autenticidad de las partes, el contenido de los mensajes y la confiabilidad de las comunicaciones electrónicas y sobre la propia intimidad de las personas.

Los problemas referentes a la seguridad y fiabilidad de la comunicación electrónica, desde el punto de vista técnico son despreciables si los comparamos con los problemas que en nuestro propio entorno se pueden presentar. De ahí la necesidad de establecer los siguientes elementos que pueden contribuir a la protección del consumidor por medios electrónicos:

##### 4.3.4 1. -LOS SERVIDORES SEGUROS

Uno de los elementos que toman mayor importancia en el comercio electrónico es el uso de servidores fiables.

Para llevar a cabo compras por Internet se recomienda utilizar solo servidores seguros. De esta regla se desprende la siguiente recomendación: “nunca teclear datos financieros en un sitio web que no sea seguro”<sup>17</sup>. De hacerlo, los datos viajarán sin protección, tal y como ocurre con el correo ordinario, expuesto a que otro usuario

pueda tener acceso a esta información. Por lo tanto, se hace imprescindible determinar cuando nos encontramos en un servidor seguro y cuando no. Esto no es imposible si se consideran algunos elementos:

- 1 El navegador informa cuando vamos a entrar a un sitio seguro y solicita el clic de conformidad en la pantalla.
- 2 Una vez que se ha accedido a un sitio seguro, en la barra de direcciones se puede ver que la dirección empieza con `https://`, en lugar del `http://` habitual. Se debe comprobar siempre.
- 3 El pequeño icono de la llave (o candado) que aparece en la esquina inferior izquierda de la pantalla, todo depende del navegador que se utilice.

Cuando se encuentran en una página todos los elementos antes mencionados, podremos estar seguros de haber entrado en un servidor seguro sin embargo se pueden revisar adicionalmente los datos de seguridad de la empresa, todos los navegadores permiten confirmar esta información. Es recomendable que el usuario examine cuidadosamente que el certificado haya sido emitido por una autoridad conocida, ya que de ser así el navegador lo validara sin problemas.

Un servidor seguro nos proporciona tres elementos de seguridad:

**Autenticidad.** Lo adelantábamos en el punto anterior. Podemos tener la seguridad de que estamos comunicando nuestros datos al auténtico servidor del banco, al que le ha sido expedido el correspondiente certificado digital. De igual forma, a través de nuestro certificado digital personal, nos identificamos nosotros ante el banco durante las transacciones delicadas.

**Confidencialidad.** Los datos, en el caso de ser capturados por alguien, no podrán ser interpretados ya que viajan de modo encriptado.

**Integridad.** Los datos llegan al servidor del banco sin sufrir alteración alguna por el camino, ya que si ésta se produce, por mínima que sea, SSL se da cuenta.

Para que un servidor sea seguro de preferencia deberá contar con un certificado emitido por una Autoridad de Certificación (como Banco de México), quien concede dicho certificado después de una exhaustiva comprobación de los datos aportados por la empresa solicitante.

#### 4.3.5 NOMBRES DE DOMINIO

Un punto que se encuentran ligado con el tema de los servidores seguros y que constituye un elemento más a considerar dentro de las recomendaciones para celebrar contratos por medios electrónicos, son los nombres de dominio. Debemos iniciar señalando que “los nombres de dominio es una forma simple de dirección de Internet que está formado por un conjunto de caracteres (letras, números, guión), que son utilizados para localizar de una manera fácil los sitios en Internet ya que se pueden

asociar a la identidad de una persona, organización, empresa, idea, grupo, o algún otro concepto”.<sup>18</sup>

Ejemplo: minombre.com  
elnombredemiempresa.com

Si se observa una dirección web o de correo electrónico, se puede advertir que sus nombres tienen diferentes finalizaciones (por ejemplo el nombre de las compañías comerciales acostumbra a finalizar en .com. , el de las organizaciones internacionales en.org, etc.. Esta parte final (el dominio) describe el tipo de registro y dónde se ha realizado. Cada país tiene su propio dominio (ejemplo los nombres de dominio registrados en México acaban en.mx, los de Brasil en br, etc.

En México existe solo un organismo encargados de registrar los nombres de dominio con terminación mx, esta es Nic-México. Fue necesario diseñar una clasificación de los dominios de primer nivel, lo que nos permite saber su procedencia.

Ejemplos:

com.mx organizaciones comerciales,  
net.mx redes,  
org.mx otras organizaciones,  
edu.mx instituciones educativas y universidades,  
gob.mx organizaciones gubernamentales,

En todos los dominios es necesario aplicar los procedimientos de Nic-México, en los cuales se solicitan ciertos documentos que compruebe el carácter de la persona física o moral solicitante.

#### 4.3.6 LAS CLAVES

El segundo elemento es el uso de claves o passwords, que contribuyen a asegurar la información, datos e intimidad de los usuarios. “Las claves de acceso son la barrera más común en contra de accesos no autorizados a un sistema”<sup>19</sup>; por ejemplo cuando accedemos a nuestro banco en Internet, lo primero que se nos va a pedir es nuestro código de usuario y nuestra contraseña, aquellos que se nos otorgaron cuando contratamos el servicio. Al tercer intento consecutivo erróneo (incluso si cada uno de los intentos va espaciado en el tiempo) somos expulsados y deberemos identificarnos ante la Entidad para la reactivación de nuestra contraseña y acceder de nuevo al servicio.

Identificación operativa. Para todas aquellas operaciones que vayan más allá de las meras consultas, por ejemplo si queremos realizar una transferencia, el sistema nos va a solicitar una segunda contraseña con el fin que le ratifiquemos nuestra decisión.

No obstante, el uso de claves puede no ser todo lo seguro que es deseable en un negocio de estas características, ya que si alguien con malas intenciones la llega a conocer, por el motivo que sea, podría hacerse pasar perfectamente por nosotros sin siquiera estar enterados.

Por tal razón y para el buen funcionamiento de las claves de seguridad, debemos plantearnos algunas reglas de selección.

Algunas propuestas podrían ser:

- 1) No colocar como clave de acceso su nombre, apellido o algún otro dato personal o familiar.
- 2) No utilizar palabras comunes que puedan ser encontradas en un diccionario
- 3) Utilizar combinaciones de letras y números en las claves de acceso.
- 4) No comentar o compartir con nadie los datos de acceso.

Otra buena medida a adoptar, es el cambio mensual de las claves de acceso, utilizando el mismo sistema como base, se podría diseñar un programa que mensualmente pidiera el cambio de las claves de acceso y que no permitiera el uso de claves ya usadas anteriormente.

Con estas medidas, las claves de acceso adquieren un alto porcentaje de seguridad.

Utilizando las medidas mencionadas, se reduce considerablemente el riesgo de sufrir ataques por tener claves sencillas y obvias, sin embargo no se debe considerar como única medida para evitar los fraudes, esta es una parte de las medidas a tomar.

#### 4.3.7 EL CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD

Una de las alternativas con las que se cuenta actualmente para dotar de seguridad a las operaciones de comercio electrónico, son los llamados certificados de autenticidad, que ofrecen protección a los datos que introducen los usuarios a la Internet sin que puedan ser utilizados por personas ajenas al negocio. Tal protección consiste en la aplicación de una tecnología de encriptación llamada SSL.

El SSL siempre se usa en combinación con un Certificado de Autenticidad otorgado por algún organismo dedicado a este fin. “Esta tecnología se encarga de encriptar los datos del usuario para que en caso de caer en manos de un tercero no pueda ser descifrado el contenido”.<sup>20</sup>

Los certificados son instalados en el sitio web y van ligados al nombre de dominio; para obtenerlos se debe seguir un trámite ante la autoridad certificadora, de tal manera que se debe comprobar con cierta documentación, la autenticidad del negocio y de la página. “Al instalar un certificado en un dominio, las autoridades ponen un sello digital, en éste se puede verificar la vigencia y datos del certificado, ayudando a generar confianza en la página, en el negocio y en el servicio”.<sup>21</sup>

Por último debemos señalar que “los protocolos de seguridad usados por las autoridades permiten la autenticación entre el servidor y explorador para que la comunicación que fluye entre ellos sea segura. Mediante técnicas criptográficas y la firma digital, estos protocolos permiten a los navegadores y servidores identificarse entre sí, logrando que los propietarios de las páginas web controlen el acceso a los

servidores y archivos ajenos”<sup>22</sup>. Facilita que se pueda enviar información sensible, como los números de tarjetas de crédito, y que esta sea inaccesible a terceras partes; y asegura que será compartida entre el emisor y receptor sin ser adulterada, accidental o deliberadamente.

Es importante señalar que organismos pueden emitir los certificados de autenticidad, por lo que primeramente debemos recordar que el 29 de agosto del año dos mil tres en La república Mexicana se reformó el Código de Comercio en su parte referente al comercio electrónico y a partir de esta reforma se contemplan los prestadores de servicios de certificación, los cuales pueden ser:

- I. Los notarios públicos y corredores públicos;
- II. Las personas morales de carácter privado, y
- III. Las instituciones públicas, conforme a las leyes que les son aplicables.

La facultad de expedir Certificados no conlleva fe pública por sí misma, así los notarios y corredores públicos podrán llevar a cabo certificaciones que impliquen o no la fe pública, en documentos en papel, archivos electrónicos, o en cualquier otro medio o sustancia en el que pueda incluirse información.

Sus principales funciones son las siguientes:

- I. Verificar la identidad de los usuarios y su vinculación con los medios de identificación electrónica;
- II Comprobar la integridad y suficiencia del Mensaje de Datos del solicitante y verificar la Firma Electrónica de quien realiza la verificación.
- III Cualquier otra actividad compatible con las anteriores.

#### 4.3.8 REQUISITOS PARA CONTRATOS ELECTRÓNICOS CONFIABLES

Finalmente, es importante señalara algunas recomendaciones que pueden ayudar a cualquier consumidor a celebrar transacciones seguras en Internet.

Identificación de las partes contratantes.

Código de usuario.

Definiciones: glosario de conceptos relacionados con el comercio electrónico.

Fecha de celebración del contrato.

Compromiso explícito por parte del proveedor de haber comunicado las especificaciones jurídicas y técnicas necesarias.

Características esenciales del bien o servicio.

Precio del bien o servicio con los impuestos incluidos.

Gastos de entrega, en su caso.

Modalidades del pago.

Plazo de validez de la oferta o precio.

Información escrita sobre las condiciones y modalidades de ejercicio del derecho de desistimiento.

Dirección geográfica del establecimiento del proveedor donde el consumidor puede presentar sus reclamaciones.

Información relativa a los servicios de postventa y las garantías comerciales existentes.

Confidencialidad.

Información de la firma digital (en caso de contar con ella) y de la autoridad que la certifica.

Obligaciones relativas a la seguridad y a la conservación de los mensajes relativos a las transacciones realizadas.

Plazo de entrega o prestación de la prestación.

Validez del formulario como prueba de aceptación.

Legislación aplicable.

En su caso, arbitraje y competencia jurisdiccional.

Debe agotarse cualquier vía para verificar la información recibida, por ejemplo: De ser posible, usar cámaras de video interactivas. Efectuar llamadas para hablar con el encargado o responsable. Tratar de conocer al cliente, pidiendo todo tipo de información básica, que nos permita asegurarnos que no contratamos con un delincuente. De ser posible realizar algún tipo de contacto personal. Solicitar las referencias comerciales o personales.

Es evidente que un contrato excesivamente complicado y extenso puede disuadir a los posibles clientes de formalizar la transacción, por ellos es importante encontrar un punto de equilibrio entre los requisitos legales y garantías mínimas recomendadas por un lado, y la claridad y sencillez del contrato por el otro.

Dado que nuestra vida actual y el desarrollo humano dependen en gran medida de las nuevas tecnologías, especialmente de la información y las telecomunicaciones, es necesario que de alguna manera incorporar seguridad a su uso, minimizando el riesgo de ser víctimas de delitos.

## CONCLUSIONES

1. La Internet se ha convertido en una de las principales vías de acceso a la información, sin embargo el uso es considerado poco seguro. En cualquier punto del viaje de la información pueden haber alteraciones y existe la posibilidad de que sea destruida o incluso robada. Resulta necesario hacer mención del vacío que existe sobre adiciones a la legislación vigente que regule algunos temas importantes del comercio electrónico, entre ellos el manejo de la información y la confidencialidad.
2. Entre los fenómenos que han cambiado todo el esquema del comercio tradicional debemos señalar al comercio electrónico, que ha presentado un enorme crecimiento, a pesar de que la cuestión de la seguridad se ha convertido en su principal inconveniente; por lo que consideramos necesario la aparición de normas jurídicas y autoridades que doten de seguridad y confianza al comercio por Internet.
3. El comercio electrónico se ha presentado con una gran relevancia económica y una de sus variantes más consolidadas hoy en día son las operaciones económicas en su vertiente minorista en el que las partes no tienen que mantener necesariamente relaciones estables.
4. El contrato de compra venta electrónico cuenta en esencia con todos los elementos de la compraventa tradicional, la diferencia radica en el medio por el cual se manifiesta la voluntad, hablamos específicamente de la Internet, misma que por su naturaleza generadora de cambios cada vez más complejos permite variantes que requieren de una regulación especial.
5. El contrato electrónico tiene características propias que lo diferencian del contrato tradicional, lo que justifica el desarrollo por parte de los doctrinarios y legisladores de un marco conceptual especial que permita explicar y responder adecuadamente a los cambios tecnológicos.
6. La principal ventaja de la transacción electrónica radica en la comodidad que supone el trato a distancia, sin desplazamientos y a cualquier hora del día. Ello implica la existencia de ofertas que permanecen en la Red y que contienen condiciones accesibles para cualquier usuario de Internet. El cliente por tanto se encuentra en libertad de visitar el sitio web del oferente, valorar los productos, las ofertas y los términos del contrato redactado por el proveedor.
7. La aplicación de las normas que regulan al comercio electrónico, procuran dotar de seguridad a las partes, determinarían en gran medida el éxito de las empresas que realizan negocios por la Red.
8. El uso de la firma electrónica y la aparición de novedades electrónicas marcarán la pauta para el manejo generalizado de la Internet para contratar, hasta ahora sólo

vemos que el uso de la firma electrónica se presenta en aquellas ocasiones en las que la cuantía o la relevancia de la operación así lo requieren, de la misma forma vemos que hasta el momento el costo de cualquier llave o clave se eleva considerablemente de acuerdo a los elementos de seguridad que contengan. La preocupación se mantiene en aquellas operaciones de simple compraventa a través de Internet se cuenta con muy pocos elementos con los que se puedan identificar a los contratantes, sin contar que las claves o números personales suelen ser pocos seguros.

9. Uno de los requisitos principales para dotar de seguridad a los nuevos medios de pago es que los participantes del sistema (empresarios, banca y consumidores) se encuentren identificados, de tal manera que se hace imprescindible nuevamente la presencia de la entidad, que bien podría ser un órgano administrativo que se encargue de proporcionar certificados de identidad, que cuenten con ciertos protocolos, los cuales deben ir avanzando tan rápido como las habilidades de los hackers.

10. Es posible concluir respecto a la protección del consumidor electrónico que existe un marco jurídico teórico que, dado el poco tiempo de existencia del consumo por medios electrónicos, no puede considerarse del todo insuficiente, ya que comprende prácticamente todos los aspectos clásicos de protección al consumidor consagrados en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Entre los derechos clásicos de protección al consumidor debemos considerar la exigencia de información previa al contrato, la exigencia de forma escrita con fines probatorios y de publicidad del contrato, la prohibición de cláusulas abusivas, el derecho a desistirse del contrato, el plazo para la garantía para los productos y servicios contratados electrónicamente, la existencia de un organismo protector de los Derechos de los consumidores.

11. La salvaguarda de los derechos de los consumidores debe traducirse en mayor confianza de su parte en los medios electrónicos y, por lo tanto, su incorporación definitiva al consumo electrónico, por lo que la protección de consumidor no solo es de interés para el Derecho del consumidor, sino también a todos los agentes económicos y políticos que ven en el desarrollo del comercio electrónico un factor de creación de riqueza y progreso de las naciones.

12. El marco jurídico para la tutela del consumo, ya en la práctica, especialmente en el comercio electrónico vía página Web se observa aún un bajo porcentaje de aplicación, de acuerdo a las cifras sobre abusos en el comercio electrónico que manejan algunos sectores; lo que indica como aconsejable la adopción de medidas de fiscalización en el comercio electrónico, más que una necesidad imperiosa de mejorar el estado de la legislación aplicable a dicho fenómeno.

13. No está de más concluir mencionando la necesidad de trabajar en la elaboración de una serie de medidas que aborden diversos aspectos técnicos y jurídicos de la contratación electrónica y de la protección del consumidor electrónico, iniciativas que deberán completar y mejorar la situación actual, la cual probablemente evidenciara nuevas y mayores dificultades en la medida que la masa de consumidora se incorpore al comercio electrónico como modalidad de vida.



## BIBLIOGRAFÍA

- ACADEMIA DE ESTUDIOS FISCALES. Comercio electrónico, principios jurídicos. México 2001.
- AZUA REYES, Sergio. Teoría de las Obligaciones. México, Porrúa 1997.
- BEJARANO SANCHEZ, Manuel. Obligaciones Civiles. México, Harla 1995.
- DEL PESO, Emilio. Comercio electrónico. España 1996.
- DIAZ BRAVO, Arturo. Contratos Mercantiles. México, Harla 2000.
- Diccionario de Comercio Internacional. México, Porrúa 1992.
- Diccionario Jurídico Mexicano, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 1996.
- FERNANDEZ BALLESTEROS, Francisco. La Informática y el Ordenador. España 2000.
- FERREYRA, Gonzalo. Internet paso a paso. México, Alfaomega 1996.
- GALINDO GARFIAS. Teoría de los Contratos. México, Porrúa 1996.
- HICKS, Hart. Estructura de la economía, introducción al estudio del ingreso nacional. México, Fondo de Cultura Económica 1991.
- JULIA BARCELÓ, Rosa. Comercio electrónico. España.
- MALLINVAUD, Phillippe. Protección al consumidor. Edición en español, Madrid 1979.
- MARGADANT, Guillermo. Derecho Romano. México, Edit. Esfinge 1998.
- MARTINEZ NADAL, A. Comercio electrónico, curso de protección jurídica para los consumidores. México, McGraw Hill 2001.
- MORA, José Luis. Introducción a la Informática. México, Trillas 1998.
- MUÑOZ, Luis. Doctrina General del Contrato. México, Edit. Cárdenas, 1992.
- MUÑOZ, Luis. La compraventa, México, Edit. Cárdenas. 1988.
- ORTIZ- URQUIDI, Raúl. Derecho Civil, parte general. México, Porrúa 1996.
- OVALLE FAVELA, José. Derechos del consumidor. México.
- PINOCHET OLAVE, Ruperto. Contratos Electrónicos y Defensa del Consumidor. Madrid, Edit. Marlex 2001.
- PLAZA PENÁDES, Javier. Eficacia de la firma electrónica. España 2001.
- RIBAS ALEJANDRO, Javier. Aspectos jurídicos del comercio electrónico en Internet.

RODRÍGUEZ Y RODRIGUEZ, Joaquín. Derecho Mercantil. México, Porrúa 1998.

ROJINA VILLEGAS, Rafael. Compendio de Derecho Civil, Contratos. México, Porrúa 1975 Tomo IV.

SÁNCHEZ MEDAL, Ramón. De los contratos civiles. México, Porrúa 1999.

TÉLLEZ VALDÉS, Julio. Derecho informático. México, Harla 2000.

UYLESS, Black. Redes de computadoras, protocolos, normas e interfaces. Macrobít.

### **REVISTAS**

REVISTA CRÍTICA DE DERECHO INMOBILIARIO. Contratación electrónica. Año LXXVI, N° 660, Julio 2002. España.

INFORMACIÓN Y ANÁLISIS JURÍDICO. Comercio electrónico. Año II N° 29, Octubre de 1996. España.

REVISTA DE DERECHO MERCANTIL. Seguridad, pago y entrega en el comercio electrónico. N° 241, Julio- Septiembre 2001. España.

REVISTA ANUARIO JURÍDICO. Contratos informáticos. Volumen XIV, 1987. México.

REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES, Año XVI N° 54, Universidad de San Carlos, Guatemala.

RICO CARRILLO, M. El pago mediante tarjetas en el comercio electrónico través de Internet. Revista de la contratación electrónica, número 3, marzo del 2000.

ANCOS FRANCO, María Elena, Boletín de la Facultad de Derecho, número 20. España 2002.

DAVARA RODRÍGUEZ, M. A., “ De las autopistas de la información” Actualidad Informática, Número 34, Pmplona, España, enero del 2000.

DOMINGUEZ LUELMO, Andrés “Comentarios a las Leyes de Comercio Electrónico”. Publicado en la Revista de Derecho Civil de la Universidad de Valladolid, España 2000.

### **LEGISLACIÓN**

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Código Civil Federal.

Código Federal de Procedimiento Civiles.  
Código de Comercio.  
Ley Federal de Protección al consumidor.  
Ley Modelo de la UNCITRAL para el Comercio Electrónico.  
Ley Modelo de la UNCITRAL sobre Firmas Electrónicas.  
Ley Española para la defensa de los consumidores.

## **MEDIOS INFORMÁTICOS.**

<http://www.banesto.es>. Firma electrónica.  
[http://www.cohasset.com/Elec.\\_filing/pag10.html](http://www.cohasset.com/Elec._filing/pag10.html).  
<http://www.ispo.cec.be/ecommerce>. La comunidad Europea y el Comercio Electrónico.  
<http://www.kriptopolis.com>. Criptografía y seguridad en Internet.  
<http://www.map.es/csi>. Consejo Superior de Informática.  
<http://www.geocities.com>. Comercio electrónico.  
<http://www.iurislex.net/> Revista electrónica de Derecho Informático.  
<http://www.informaticajuridica.com>. Revista electrónica de Derecho Informático.  
<http://profeco.gob.mx>  
<http://condusef.gob.mx>  
SANCHEZ, Luis. <http://www.2gratisweb.com>  
CARDENAS, Cristian. Huerta <http://itesm.mx>  
DE LA GUARDIA, Carlos. <http://www.razonypalabra.org.mx>  
RUSSO, Héctor J.  
[http://www.articulos.astalaweb.com/Internet%20Historia/1\\_Internet%20-%20Historia.a  
sp](http://www.articulos.astalaweb.com/Internet%20Historia/1_Internet%20-%20Historia.asp)  
<http://www.informaticajuridica.com>  
<http://www.geocities.com>  
TSURU, Kiyoshi [http://www.cohasset.com/Elec.\\_filing/pag10.html](http://www.cohasset.com/Elec._filing/pag10.html), 2000  
FERNÁNDEZ M., Fernando “Los Delitos en la Red” [www.delitosinformaticos.com](http://www.delitosinformaticos.com)  
España 2001  
<http://www.enterate.unam.mx>  
[www.delitosinformaticos.com](http://www.delitosinformaticos.com)  
[www.n-economia.com](http://www.n-economia.com)

