

GLOBALIZACION Y NORMATIVIDAD DEL COMERCIO ELECTRONICO EN MEXICO. LA IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD JURIDICA EN LAS TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS.

Autora: Lic. Gabriela Barrios Garrido

Sumario: Introducción; I. La legislación en comercio electrónico, movimiento impulsado por la globalización; II. Comercio electrónico y políticas públicas; III. Tecnología de la información y derecho mercantil; IV. Reformas y adiciones al Código Civil, Código de Comercio, Código Federal de Procedimientos Civiles y Ley Federal de Protección al Consumidor; V. Firma Electrónica, firma digital y requisitos que deben observarse para la conservación de mensajes de datos que consignent contratos, convenios o compromisos (NOM-151-SCFI-2002); VI. Conclusión.

Introducción

México ha sido parte del movimiento mundial de globalización, en un intento de eliminar barreras arancelarias que pretenden favorecer y regular el comercio internacional, en el cual, la comunicación electrónica y las transacciones por los diversos medios electrónicos son parte de su cotidianidad. En poco más de una década, el Internet y el uso de las redes telemáticas dentro la dinámica de los mercados ha transformado radicalmente la interacción en los procesos de negocios, especialmente en aquellas empresas que dirigen su actividad hacia el entorno comercial internacional. México ha experimentado un proceso de cambios importantes en su legislación mercantil, en un esfuerzo de armonización de las normas internacionales suscritas, con el fin de brindar una mayor seguridad jurídica a quienes realizan transacciones electrónicas a nivel nacional e internacional.

Los diversos medios electrónicos generan, entre quienes tienen acceso a los bienes informáticos, un mayor contacto entre personas y/o sistemas “inteligentes”, lo cual ha dado lugar a múltiples relaciones que se rigen por el mundo del derecho, a partir del momento en que se crean obligaciones –en el sentido de vínculo jurídico- o se desarrollan relaciones contractuales entre una, dos o más partes.

El presente trabajo pretende realizar un resumen del proceso que dio como resultado la legislación en comercio electrónico, delineando los principios que han marcado las reformas y adiciones a nuestra legislación mercantil.

I. La legislación en comercio electrónico, movimiento impulsado por la globalización.

Las transacciones electrónicas que en su mayoría se realizan hoy en día mediante el uso de Internet se han generalizado a nivel mundial y ha originado diversos trabajos de organismos internacionales que han abordado al comercio electrónico en sus negociaciones, como la OCDE -Organización de Cooperación y Desarrollo Económico-; la OMPI -Organización Mundial de la Propiedad Intelectual-, la OMC -Organización Mundial de Comercio-, así como organismos regionales como ALCA -Area de Libre Comercio de las Américas-, o los lineamientos realizados en el seno de UNCITRAL -Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional-. Estos últimos lineamientos han servido de modelo a múltiples países que hoy en día han incorporado o se encuentran en proceso de incorporación del documento a sus legislaciones nacionales y que UNCITRAL aprobó en diciembre de 1996: la Ley Modelo de Comercio Electrónico, misma que ha sido una fuente de derecho internacional, con el fin de contribuir a un derecho mercantil internacional uniforme.

En nuestro país, la incorporación a la legislación fue resultado de un proceso particular, con características propias, producto del trabajo conjunto de diversas instituciones interesadas en brindar seguridad jurídica a las transacciones realizadas por medios electrónicos y tomando como base la legislación existente. Este grupo de organizaciones conocido en un inicio como Grupo EDI se transforma en el Grupo de Trabajo Multisectorial para impulsar la legislación del Comercio Electrónico –GILCE-, mismo que emite un documento denominado "Propuesta multisectorial de reformas legislativas en materia de obligaciones y Comercio Electrónico".

El grupo GILCE fue conformado por representantes de diversos organismos, como la Asociación Mexicana de Bancos, la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico, la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información, Asociación Nacional del Notariado Mexicano, Secretaría de Comercio y Fomento Industrial –en aquel entonces-, la Secretaría de Relaciones Exteriores, así

como las empresas INFOSEL, Información Selectiva, Hewlett Packard de México, Oracle de México, Price Waterhouse Coopers y Seguridata Privada.

En octubre y noviembre de 1999, la Comisión de Comercio de la Cámara de Diputados organizó dos foros de consulta especializada sobre el tema de contratación comercial por medios electrónicos, en los que se concluyó que deberían adoptarse los principios de la Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional -UNCITRAL-. Participaron en estos foros representante en México de UNCITRAL, CANIETI, Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones e Informática, Cecoban Soluciones Interbancarias, Colegio de Notarios del Distrito Federal, Escuela Libre de Derecho, Microsoft México y la Comisión Federal de Competencia Económica.

II. Comercio Electrónico y Políticas Públicas

El gobierno mexicano ha jugado un papel importante en la tarea de promoción y desarrollo en el uso de la informática, usada como instrumento de relación entre las diversas dependencias, empresas y ciudadanos en general. Como jugador internacional, el gobierno mexicano ha asumido diversos compromisos para participar en los foros internacionales y coordinar los organismos internos de política pública.

Es importante hacer notar que a lo largo del proceso de las diversas iniciativas y publicación de las reformas, se define una política pública clara sobre el comercio electrónico, a través de Secretaría de Economía.

Los objetivos son los siguientes:

- a) Insertar al comercio electrónico en la actividad financiera, comercial, industrial y de servicios.
- b) Consolidar al comercio electrónico como medio para generar empleos, reducir costos de transacción y aumentar la competitividad y productividad del sector económico del país.

La estrategia a seguir ha sido hasta la fecha:

- a) Contar con un marco legal que promueva el crecimiento del comercio electrónico, generando un entorno de seguridad a las empresas y consumidores.
- b) Fomentar el comercio electrónico de manera integral.
- c) Establecer un consejo asesor para el desarrollo del comercio electrónico con la participación de dependencias gubernamentales y representantes del sector comercial, industrial, financiero y de servicios.

Las acciones concretas han sido:

- a) Fomento a seguridad y confianza a través del fortalecimiento del marco legal; normatividad en seguridad; privacidad de la información; protección al consumidor y códigos de ética.
- b) Mejoramiento de la infraestructura, en redes de acceso y disponibilidad; estándares de comunicación; sistemas de información del gobierno; desarrollo de tecnologías accesibles a pequeñas y medianas empresas.
- c) Promoción del uso del comercio electrónico, a través del Consejo asesor para el desarrollo del comercio electrónico; capacitación a comerciantes e industriales; adecuación de la normatividad para propiciar el uso de medios electrónicos en aspectos financieros y fiscales."

III. Tecnología de la información y derecho mercantil

Fueron presentadas al Congreso de la Unión tres iniciativas: 30 V 99; 15 XII 99 y 22 III 00. En la primera de las iniciativas se destacó que la legislación comercial y la *lex mercatoria* en el contexto internacional habían sido rebasadas por la tecnología, existiendo lagunas legales nacionales y obstáculos al comercio como la existencia de papel como medio para la validez de los actos mercantiles. En la segunda, se destacaba la necesidad de refrendar de manera moderna la validez de la contratación a distancia o entre no presentes, no debiendo existir razón alguna para negar validez jurídica a los contratos celebrados por medio de mensajes electrónicos, ya que cumplen con la finalidad o razón de ser de los requisitos establecidos por la ley a los contratos tradicionales. En la tercera, se enfatiza el

reconocimiento del uso de los medios electrónicos de manera universal, especialmente en el ámbito procesal, concediendo certidumbre legal en caso de controversias, concediendo valor probatorio al uso de medios electrónicos en los procesos administrativos y judiciales, sin que quede al arbitrio del juez considerar su validez probatoria debido a ausencia de regulación expresa.

En la exposición de motivos de las adiciones y las reformas, se expresa que "se considera conveniente adecuar el marco jurídico mexicano para dar seguridad jurídica en el uso de medios electrónicos; facilitar transacciones por estos medios y lograr la interacción global e integral de los campos en que se utilizan los medios electrónicos, pues las tendencias internacionales en esta materia hacen necesario que cada país diseñe e implemente estrategias para aprovechar de la forma más conveniente los beneficios de las nuevas tecnologías. Con esta adecuación al sistema jurídico mexicano se logrará:

1. Fomentar el desarrollo de la infraestructura para poder acceder a los nuevos mercados informáticos;
2. Fomentar el uso de medios electrónicos en las operaciones comerciales, y
3. Contar con un esquema jurídico integral"¹

IV. Reformas y adiciones al Código Civil, Código de Comercio, Código Federal de Procedimientos Civiles y Ley Federal de Protección al Consumidor.

En Diario Oficial de 29 de mayo de 2000 se publica una serie de reformas y adiciones a cuatro leyes esenciales en relación a la realización de contratos y transacciones por medios electrónicos: el Código de Comercio, el Código Civil para el Distrito Federal en materia común y para toda la República en materia Federal;

¹ Exposición de motivos del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Código Civil para el Distrito Federal en materia común y para toda la República en materia federal, del Código Federal de Procedimientos Civiles, del Código de Comercio y de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

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

Los objetivos de las reformas y adiciones legales a dichos cuerpos normativos son los siguientes:

a) Reconocimiento de validez jurídica a los contratos a distancia celebrados por vía electrónica, equiparándolos a los contratos celebrados en papel, a través del principio de "equivalente funcional", dando igualdad de trato a los contratos que tengan soporte informático, con relación a aquellos soportados en documentación consignada en papel.

b) Los contratos celebrados por medios electrónicos deben tener validez probatoria en los procesos judiciales y administrativos, sin que quede al arbitrio del juez esta consideración en caso de controversia.

c) Brindar mayor seguridad y certeza en las transacciones electrónicas nacionales e internacionales.

d) Firma electrónica. Por no contravenir el principio de neutralidad de la Ley Modelo UNCITRAL, no se consideró pertinente legislar sobre sus características técnicas. Sin embargo, esta firma representa el consentimiento de las partes para realizar un acto jurídico determinado y en las reformas se precisa el concepto de consentimiento expreso, reconociendo que éste puede manifestarse por escrito, por medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

4.1 Código Civil

En el Código Civil se incorpora el concepto jurídico de "mensaje de datos", que implica el consentimiento otorgado por medios electrónicos y se reconoce el consentimiento expreso a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. Esta disposición constituye un avance muy importante, toda vez que es

un reconocimiento a los documentos electrónicos en general, sin que sea necesaria la celebración de un contrato previo firmado por las partes. La manifestación de voluntades, elemento esencial en la formación de contratos, podrá emitirse válidamente a través de medios electrónicos.

Las reformas y adiciones concretas de la legislación civil sustantiva son las siguientes:

Art. 1: "Las disposiciones de este Código regirán en toda la República en asuntos del orden federal".

Art. 1803: "El consentimiento puede ser expreso o tácito, para ello se estará a lo siguiente:

I.-Será expreso cuando la voluntad se manifiesta verbalmente, por escrito, por medios electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, o por signos inequívocos.

II.-El tácito resultará de hechos o de actos que lo presupongan o que autoricen a presumirlos, excepto en los casos en que por la ley o por convenio la voluntad deba manifestarse expresamente".

Art. 1305: Cuando la oferta se haga a una persona presente, sin fijación de plazo para aceptarla, el autor de la oferta queda desligado si la aceptación no se hace inmediatamente. La misma regla se aplicará a la oferta hecha por teléfono o a través de cualquier otro medio electrónico, óptico o de cualquier otra tecnología que permita la expresión de la oferta y la aceptación de ésta en forma inmediata.

Art. 1811: Tratándose de la propuesta y aceptación hechas a través de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología no se requerirá de estipulación previa entre los contratantes para que produzca efectos.

Art. 1834 bis: Los supuestos previstos por el artículo anterior se tendrán por cumplidos mediante la utilización de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, siempre que la información generada o comunicada en forma íntegra, a través de dichos medios sea atribuible a las personas obligadas y accesible para su ulterior consulta.

En los casos en que la ley establezca como requisito que un acto jurídico deba otorgarse en instrumento ante fedatario público, éste y las partes obligadas podrán generar, enviar, recibir o comunicar la información que contenga los términos exactos en que las partes han decidido obligarse, mediante la utilización de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, en cuyo caso el fedatario público, deberá hacer constar en el propio instrumento los elementos a través de los cuales se atribuye dicha información a las partes y conservar bajo su resguardo una versión íntegra de la misma para su ulterior consulta, otorgando dicho instrumento de conformidad con la legislación aplicable que lo rige.

4.2 Código Federal de Procedimientos Civiles

El Código Federal de Procedimientos Civiles reconoce como prueba la información generada o comunicada a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología. Para valorar la fuerza probatoria de los documentos electrónicos se tomará en cuenta la fiabilidad del método en que se haya generado, comunicado, recibido o archivado y, en su caso, si es posible atribuir a las personas obligadas el contenido de la información relativa y ser accesible para consulta posterior. Se reconocen efectos jurídicos, validez y fuerza probatoria a los mensajes de datos. Se atiende al reconocimiento de los requisitos de autenticidad, integridad y confiabilidad de la información generada, comunicada o archivada a través de mensajes de datos.

Reformas y adiciones:

Art. 210-A: Se reconoce como prueba la información generada o comunicada que conste en medios electrónicos, ópticos o en cualquier otra tecnología.

Para valorar la fuerza probatoria de la información a que se refiere el párrafo anterior, se estimará primordialmente la fiabilidad del método en que haya sido generada, comunicada, recibida o archivada y, en su caso, si es posible atribuir a las personas obligadas el contenido de la información relativa y ser accesible para su ulterior consulta.

Cuando la ley requiera que un documento sea conservado y presentado en su forma original, ese requisito quedará satisfecho si se acredita que la información generada, comunicada, recibida o archivada por medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, se ha mantenido íntegra e inalterada a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva y ésta pueda ser accesible para su ulterior consulta".

4.3. Código de Comercio

En cuanto al Código de Comercio, se crea un título denominado "Del Comercio Electrónico", en el cual se define jurídicamente el concepto de mensaje de datos como "la información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología."

El artículo 642 reformado establece la presunción de que "el mensaje de datos proviene del emisor si ha sido enviado I. Usando medios de identificación, tales como claves o contraseñas de él, o II. Por un sistema de información programado por el emisor o en su nombre para que opere automáticamente."

En relación al último punto, las redes especializadas y cerradas que ofrecen un alto nivel de seguridad han permitido el desarrollo del Intercambio Electrónico de Datos, el cual consiste en el intercambio computarizado de mensajes estándares y aprobados entre aplicaciones de cómputo por procesamiento de datos remoto. Esta transmisión de datos entre computadoras sobre la base de un lenguaje común permite la comunicación comercial y, en consecuencia, la firma de contratos, sin

intervención humana (la computadora que administra los valores del comprador automáticamente hace pedidos al vendedor cuando es necesario; la computadora del vendedor acepta e implementa de modo automático el pedido). Este tipo de contratación es válido y reconocido por el derecho.

Se contempla en el Registro Público de Comercio un sistema informático distribuido, en el cual, la recepción y emisión de información se realice a través de medios físicos -papel- o medios electrónicos, así como la autorización de inscripción mediante firma electrónica.

Art.18: “En el Registro Público de Comercio se inscriben los actos mercantiles, así como aquellos que se relacionan con los comerciantes y que conforme a la legislación lo requieran.

La operación del Registro Público de Comercio se encuentra a cargo de la Secretaria de Economía y de las autoridades responsables del registro público de la propiedad en los estados y en el Distrito Federal, en términos de este Código y de los convenios de coordinación que se suscriban conforme a lo dispuesto por el artículo 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Para estos efectos existirán las oficinas del Registro Público de Comercio en cada entidad federativa que demande el tráfico mercantil.

La Secretaria emitirá los lineamientos necesarios para la adecuada operación del Registro Público de Comercio, que deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación.”

Art. 20: El Registro Público de Comercio operará con un programa informático y con una base de datos central interconectada con las bases de datos de sus oficinas ubicadas en las entidades federativas. Las bases de datos contarán con al menos un respaldo electrónico.

Mediante el programa informático se realizará la captura, almacenamiento, custodia, seguridad, consulta, reproducción verificación, administración y transmisión de la información registral.

Las bases de datos del Registro Público de Comercio en las entidades federativas se integrarán con el conjunto de la información incorporada por medio del programa informático de cada inscripción o anotación de los actos mercantiles inscribibles, y la base de datos central con la información que los responsables del Registro incorporen en las bases de datos ubicadas en las entidades federativas.

El programa informático será establecido por la Secretaría. Dicho programa y las bases de datos del Registro Público de Comercio, serán propiedad del Gobierno Federal.

En caso de existir discrepancia o presunción de alteración de la información del Registro Público de Comercio contenida en la base de datos de alguna entidad federativa, o sobre cualquier otro respaldo que hubiere, prevalecerá la información registrada en la base de datos central, salvo prueba en contrario.

La Secretaria establecerá los formatos, que serán de libre reproducción, así como los datos, requisitos y demás información necesaria para llevar a cabo las inscripciones, anotaciones y avisos a que se refiere el presente Capítulo. Lo anterior deberá publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

Art. 20 bis: Los responsables de las oficinas del Registro Público de Comercio tendrán las atribuciones siguientes:

- I.- Aplicar las disposiciones del presente Capítulo en el ámbito de la entidad federativa correspondiente;
- II.- Ser depositario de la fe pública registral mercantil, para cuyo ejercicio se auxiliará de los registradores de la oficina a su cargo;

III.- Dirigir y coordinar las funciones y actividades de las unidades administrativas a su cargo para que cumplan con lo previo en este Código, el reglamento respectivo y los lineamientos que emita la Secretaría;

IV.- Permitir la consulta de los asientos registrales que obren en el Registro, así como expedir las certificaciones que le soliciten;

V.- Operar el programa informático del sistema registral automatizado en la oficina a su cargo, conforme a lo previsto en este Capítulo, el reglamento respectivo y en los lineamientos que emita la Secretaría;

VI.- Proporcionar facilidades a la Secretaría para vigilar la adecuada operación del Registro Público de Comercio, y

VII.- Las demás que se señalen en el presente Capítulo y su reglamento.

Art. 21: Existirá un folio electrónico por cada comerciante o sociedad.

Art. 21 bis: El procedimiento para la inscripción de actos mercantiles en el Registro Público de Comercio se sujetará a las bases siguientes:

I.-Será automatizado y estará sujeto a plazos máximos de respuesta;

II.- Constará de las fases de:

a) Recepción, física o electrónica de una forma precodificada, acompañada del instrumento en el que conste el acto a inscribir, pago de los derechos, generación de una boleta de ingreso y del número de control progresivo e invariable para cada acto;

b) Análisis de la forma precodificada y la verificación de la existencia o inexistencia de antecedentes registrales y, en su caso, preinscripción de dicha información a la base de datos ubicada en la entidad federativa.

c) Calificación, en la que se autorizará en definitiva la inscripción en la base de datos mediante la firma electrónica del servidor público competente, con lo cual se generará o adicionará el folio mercantil electrónico correspondiente, y

d) Emisión de una boleta de inscripción que será entregada física o electrónicamente.

El reglamento del presente Capítulo desarrollará el procedimiento registral de acuerdo con las bases anteriores.

Art. 21 bis 1: La prelación entre derechos sobre dos o más actos que se refieran a un folio mercantil electrónico, se determinará por el número de control que otorgue el registro, cualquiera que sea la fecha de su constitución o celebración.

Art. 22: Cuando, conforme a la ley, algún acto o contrato deba inscribirse en el Registro Público de la Propiedad o en registros especiales, su inscripción en dichos registros será bastante para que surtan los efectos correspondientes del derecho mercantil, siempre y cuando en el Registro Público de Comercio se tome razón de dicha inscripción y de las modificaciones a la misma.

Art. 23: Las inscripciones deberán hacerse en la oficina del Registro Público de Comercio del domicilio del comerciante, pero si se trata de bienes raíces o derechos reales constituidos sobre ellos, la inscripción se hará, además en la oficina correspondiente a la ubicación de los bienes, salvo disposición legal que establezca otro procedimiento.

Art. 24: Las sociedades extranjeras deberán acreditar, para su inscripción en el Registro Público de Comercio, estar constituidas conforme a las leyes de su país de origen y autorizadas para ejercer el comercio por la Secretaría, sin perjuicio de lo establecido en los tratados o convenios internacionales.

Art. 25: Los actos que conforme a este Código u otras leyes deban inscribirse en el Registro Público de Comercio deberán constar en:

- I.- Instrumentos públicos otorgados ante notario o corredor público;
- II.- Resoluciones y providencias judiciales o administrativas certificadas;

III.- Documentos privados ratificados ante notario o corredor público, o autoridad judicial competente, según corresponda, o

IV.- Los demás documentos que de conformidad con otras leyes así lo prevean.

Art. 27 La falta de registro de los actos cuya inscripción sea obligatoria, hará que éstos sólo produzcan efectos jurídicos entre los que lo celebren, y no podrán producir perjuicio a tercero, el cual si podrá aprovecharse de ellos en lo que le fueren favorables.

Art. 30: Los particulares podrán consultar bases de datos y, en su caso, solicitar las certificaciones respectivas, previo pago de los derechos correspondientes.

Las certificaciones se expedirán previa solicitud por escrito que deberá contener los datos que sean necesarios para la localización de los asientos sobre los que deba versar la certificación y, en su caso, la mención del folio mercantil electrónico correspondiente.

Cuando la solicitud respectiva haga referencia a actos aún no inscritos, pero ingresados a la oficina del Registro Público de Comercio, las certificaciones se referirán a los asientos de presentación y trámite.

Art. 30 bis: La Secretaría podrá autorizar el acceso a la base de datos del Registro Público de Comercio a personas que así lo soliciten y cumplan con los requisitos para ello, en los términos de este Capítulo, el reglamento respectivo y los lineamientos que emita la Secretaría, sin que dicha autorización implique en ningún caso inscribir o modificar los asientos registrales.

La Secretaría certificará los medios de identificación que utilicen las personas autorizadas para firmar electrónicamente la información relacionada con el Registro Público de Comercio, así como la de los demás usuarios del mismo, y ejercerá el control de estos medios, a fin de salvaguardar la confidencialidad de la información que se remita por esta vía.

Art.30 bis 1: Cuando la autorización a que se refiere el artículo anterior se otorgue a notarios o corredores públicos, dicha autorización permitirá, además, el envío de información por medios electrónicos al Registro y la remisión que éste efectúe al fedatario público correspondiente del acuse que contenga el número de control a que se refiere el artículo 21 bis 1 de este Código.

Los notarios y corredores públicos que soliciten dicha autorización deberán otorgar una fianza a favor de la Tesorería de la Federación y registrarla ante la Secretaría, para garantizar los daños que pudieran ocasionar a los particulares en la operación del programa informático, por un monto mínimo equivalente a 10 000 veces el salario mínimo diario vigente en el Distrito Federal.

En caso de que los notarios o corredores públicos estén obligados por la ley de la materia a garantizar el ejercicio de sus funciones, sólo otorgarán la fianza a que se refiere el párrafo anterior por un monto equivalente a la diferencia entre ésta y la otorgada.

Dicha autorización y su cancelación deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

Art. 31: Los registradores no podrán denegar la inscripción de los documentos mercantiles que se les presenten, salvo cuando:

I.- El acto o contrato que en ellos se les contenga no sea de los que deben inscribirse;

II.- Esté en manifiesta contradicción con los contenidos de los asientos registrales preexistentes, o

III.- El documento de que se trate no exprese, o exprese sin claridad suficiente, los datos que deba contener la inscripción.

Si la autoridad administrativa o judicial ordena que se registre un instrumento rechazado, la inscripción surtirá sus efectos desde que por primera vez se presentó. El registrador suspenderá la inscripción de los actos a inscribir, siempre que existan defectos u omisiones que sean subsanables. En todo caso se requerirá al interesado para que en el plazo que determine el reglamento de este Capítulo las subsane, en el entendido de que, de no hacerlo, se le denegará la inscripción.

Art. 32: La rectificación de los asientos en la base de datos por causa de error material o de concepto, sólo procede cuando exista discrepancia entre el instrumento donde conste el acto y la inscripción.

Se entenderá que se comete error material cuando se escriban unas palabras por otras, se omita la expresión de alguna circunstancia o se equivoquen los nombres propios o las cantidades al copiarlas del instrumento donde conste el acto, sin cambiar por eso el sentido general de la instrucción ni el de sus conceptos.

Se entenderá que se comete error de concepto cuando al expresar en la inscripción algunos de los contenidos del instrumento, se altere o varíe su sentido porque el responsable de la inscripción se hubiere formado un juicio equivocado del mismo, por una errónea calificación del contrato o acto en él consignado por cualquier otra circunstancia similar.

Art. 32 bis: Cuando se trate de errores de concepto, los asientos practicados en los folios del Registro Público de Comercio sólo podrán rectificarse con el consentimiento de todos los interesados en el asiento. A falta del consentimiento unánime de los interesados, la rectificación sólo podrá efectuarse por resolución judicial. El concepto rectificado surtirá efectos desde la fecha de su rectificación. El procedimiento para efectuar la rectificación en la base de datos lo determinará la Secretaría en los lineamientos que al efecto emitan.

Art. 49: Los comerciantes están obligados a conservar por un plazo mínimo de diez años los originales de aquellas cartas, telegramas mensajes de datos o cualesquiera

otros documentos en que se consiguen contratos, convenios o compromisos que den nacimiento a derechos y obligaciones.

Para efectos de la conservación o presentación de originales, en el caso de mensajes de datos, se requerirá que la información se haya mantenido íntegra e inalterada a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva y sea accesible para su ulterior consulta. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial emitirá la Norma Oficial Mexicana que establezca los requisitos que deberán observarse para la conservación de mensajes de datos.

Art. 80: Los convenios y contratos mercantiles que se celebren por correspondencia, telégrafo, o mediante el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o las condiciones con que ésta fuere modificada.

Art. 89: En los actos de comercio podrán emplearse los medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología. Para efecto del presente Código, a la información generada, enviada, recibida, archivada o comunicada a través de dichos medios se le denominará mensaje de datos.

Art. 90: Salvo pacto en contrario, se presumirá que el mensaje de datos proviene del emisor si ha sido enviado

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

Art. 91: El momento de recepción de la información a que se refiere el artículo anterior se determinará como sigue.

- I.- Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción, ésta tendrá lugar en el momento en que ingrese en dicho sistema, o

II.- De enviarse a un sistema del destinatario que no sea el designado o de no haber un sistema de información designado en el momento en que el destinatario obtenga dicha información.

Para efecto de este Código, se entiende por sistema de información cualquier medio tecnológico utilizado para operar mensajes de datos.

Art. 92: Tratándose de la comunicación de mensajes de datos que requieran de un acuse de recibo para surtir efectos, bien sea por disposición legal o por así requerido el emisor, se considerará que el mensaje de datos ha sido enviado, cuando se haya recibido el acuse correspondiente.

Art. 93: Cuando la ley exija la forma escrita para los contratos y la firma de los documentos relativos, esos supuestos se tendrán por cumplidos tratándose mensaje de datos siempre que éste sea atribuible a las personas obligadas y accesible para su ulterior consulta.

En los casos en que la ley establezca como requisito que un acto jurídico deba otorgarse en instrumento ante fedatario público, éste y las partes obligadas podrán, a través de mensajes de datos, expresar los términos exactos en que las partes han decidido obligarse, en cuyo caso el fedatario público, deberá hacer constar en el propio instrumento los elementos a través de los cuales se atribuyen dichos mensajes a las partes y conservar bajo su resguardo una versión íntegra de los mismos para su ulterior consulta, otorgando dicho instrumento de conformidad con la legislación aplicable que lo rige.

Art. 94: Salvo pacto en contrario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo.

Art. 1205: Son admisibles como medios de prueba todos aquellos elementos que puedan producir convicción en el ánimo del juzgador acerca de los hechos controvertidos o dudosos y en consecuencia serán tomadas como pruebas las

declaraciones de las partes, terceros, peritos, documentos públicos o privados, inspección judicial, fotografías, facsímiles, cintas cinematográficas, de video, de sonido, mensajes de datos, reconstrucciones de hechos y en general, cualquier otra similar u objeto que sirva para averiguar la verdad.

Art. 1298-A: Se reconocen como pruebas los mensajes de datos. Para valorar la fuerza probatoria de dichos mensajes, se estimará primordialmente la fiabilidad del método en que haya sido generada, archivada, comunicada o conservada.

4.4 Ley federal de Protección al Consumidor.

Una pregunta que todos los usuarios de medios electrónicos nos hacemos, es: ¿En qué posición se encuentran los usuarios de Internet convertidos en consumidores? El objeto de esta Ley es el de promover y proteger los derechos del consumidor, procurando la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores. Al ser ésta una ley de orden público e interés social, de observancia en toda la República, es irrenunciable. Todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiere ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio. Asimismo, la información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por su inexactitud.

La reforma hace puntual énfasis en la confidencialidad de la información que proporcione el consumidor. El proveedor deberá informar al consumidor los elementos para brindar seguridad -métodos de encriptación, en su caso- y confidencialidad, así como los domicilios y números telefónicos del establecimiento físico. El proveedor deberá respetar la decisión del consumidor de no recibir avisos comerciales -spamming-

Reformas y adiciones:

Art. 1-Fracc VIII: La efectiva protección al consumidor en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la adecuada utilización de los datos aportados.

Art. 24-Fracc IX bis: Promover en coordinación con la Secretaría la formulación, difusión y uso de códigos de ética, por parte de proveedores, que incorporen los principios previos por esta Ley respecto de las transacciones que celebren con consumidores a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología.

Art 76 bis: Las disposiciones del presente Capítulo aplican a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. En la celebración de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente:

I.- El proveedor utilizará la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente;

II.-El proveedor utilizará alguno de los elementos técnicos disponibles para brindar seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor e informará a éste, previamente a la celebración de la transacción, de las características generales de dichos elementos.

III.- El proveedor deberá proporcionar al consumidor, antes de celebrar la transacción, su domicilio físico, números telefónicos y demás medios a los que pueda acudir el propio consumidor para presentarle sus reclamaciones o solicitarle aclaraciones;

IV.- El proveedor evitará las prácticas comerciales engañosas respecto a las características de los productos, por lo que deberá cumplir con las disposiciones relativas a la información y publicidad de los bienes y servicios que ofrezca, señaladas en esta Ley y demás disposiciones que se deriven de ella;

V.- El consumidor tendrá derecho a conocer toda la información sobre los términos, condiciones, costos, cargos adicionales, en su caso, formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor;

VI.- El proveedor respetará la decisión del consumidor en cuanto a la cantidad y calidad de los productos que desea recibir, así como la de no recibir avisos comerciales, y

VII.-El proveedor deberá abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, y cuidará las prácticas de mercadotecnia dirigidas a población vulnerable, como niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

Art.128: Las infracciones a lo dispuesto por los artículos 8, 10, 12, 60, 63, 65, 74, 76 bis, 80 y 121 serán sancionadas con multa por el equivalente de una y hasta dos mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito federal.

V. Firma Electrónica, firma digital y requisitos que deben observarse para la conservación de mensajes de datos que consignent contratos, convenios o compromisos (NOM-151-SCFI-2002)

Las reformas y adiciones de diversas disposiciones del Código de Comercio en materia de firma electrónica publicadas en Diario Oficial de 29 de agosto de 2003, mismas que entrarán en vigor el 27 de noviembre de 2003 (90 días a partir de la publicación), incorporan el concepto de la Ley Modelo de Comercio Electrónico y Firmas Electrónicas, observando los principios de neutralidad tecnológica,

compatibilidad internacional y autonomía de la voluntad, equivalencia funcional del mensaje de datos en relación con la información documentada en medios no electrónicos y de la firma electrónica en relación con la firma autógrafa. Define a la firma electrónica y diversos conceptos como el de Certificado. La parte central de dicha reforma es ofrecer seguridad jurídica en las transacciones electrónicas, previendo de manera específica cuándo y cómo se realiza un contrato electrónico y cómo dichas transacciones realizadas vía electrónica tienen efectos legales.

En cuanto a los requisitos que deben observarse para la conservación de mensajes de datos, y de conformidad con lo dispuesto por los artículos 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización en relación con el artículo 49 del Código de Comercio, la Secretaría de Economía emitió una Norma Oficial Mexicana que permita el cumplimiento de la obligación, a cargo de los comerciantes que utilicen mensajes de datos para realizar actos de comercio, de conservar por el plazo establecido en dicho Código, el contenido de los mensajes de datos en que se hayan consignado contratos, convenios o compromisos que den nacimiento a derechos y obligaciones; y cuyo contenido debe mantenerse íntegro e inalterado a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, debiendo ser accesible para su ulterior consulta.

Esta NOM-151 es de observancia general para los comerciantes que deban conservar los mensajes de datos que contengan contratos, convenios o compromisos que den nacimiento a derechos y obligaciones, así como para todas aquellas personas con quienes los comerciantes otorguen o pacten dichos contratos, convenios o compromisos.

La NOM-151 define la firma digital y la firma electrónica:

a) Firma digital. A la firma electrónica que está vinculada al firmante de manera única, permitiendo así su identificación, creada utilizando medios que aquél pueda mantener bajo su exclusivo control, estando vinculada a los datos a que se refiere de modo que cualquier cambio ulterior de los mismos sea detectable. La firma digital es

una especie de firma electrónica que garantiza la autenticidad e integridad y la posibilidad de detectar cualquier cambio ulterior.

b) Firma electrónica: A los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, o adjuntados, o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante en relación con el mensaje de datos e indicar que dicho firmante aprueba la información recogida en el mensaje de datos. La firma electrónica establece la relación entre los datos y la identidad del firmante.

Conclusión

Los elementos señalados a lo largo de este trabajo muestran claramente la dinámica legislativa a la que el uso de la tecnología de la información ha dado lugar, confiriendo de manera progresiva mayor seguridad jurídica a las nuevas formas de contratar.