

# El Contrato en el Contexto del Comercio Electrónico

Por: Luís Francisco Rebosa Álvarez

## Introducción

La estrecha relación entre naciones que se ha venido presentando a escala mundial en las últimas décadas ha dado lugar a un fenómeno que se conoce bajo el nombre de globalización, el cual afecta todas las áreas de intercambios económicos de las naciones, ya sean bienes, servicios o capitales. Si bien el término globalización tiene distintos significados, puede entenderse por éste un proceso de extensión de las relaciones económicas más allá de las fronteras convencionales, dando lugar a una internacionalización de las relaciones económicas y comerciales.

Aunado a lo anterior, el avance tecnológico de los últimos tiempos y, específicamente, la influencia de las tecnologías de la información en las relaciones humanas de la era moderna, ha repercutido en distintas áreas del conocimiento y del desarrollo económico, especialmente en las actividades comerciales, en las cuales ha generado una dinámica mercantil que agiliza las relaciones entre las personas. Las tecnologías de la información han logrado facilitar las comunicaciones y las transacciones comerciales, además de que se han convertido en útiles y necesarias herramientas para facilitar la interrelación entre los distintos actores, lo cual ha dado lugar a lo que hoy en día se denomina *comercio electrónico*.<sup>1</sup>

El presente tiene por objeto exponer el tema de la contratación en términos jurídicos en el contexto del comercio electrónico en el entorno internacional, desde el punto de vista de la legislación mexicana.

## 1. Comercio Electrónico

Para algunos autores, por comercio electrónico se entiende la compraventa de productos y la contratación de servicios a través de Internet.<sup>2</sup> Una transacción de comercio electrónico presupone un esquema tradicional de oferta y aceptación para la concurrencia de voluntades recíprocas y correlativas.<sup>3</sup> La oferta es una manifestación que constituye una declaración unilateral de la voluntad en términos del Código Civil Federal y es obligatoria para el que la lleva a cabo. De acuerdo con el artículo 1860 del Código Civil Federal, mediante la oferta, el oferente propone al público objetos en determinado precio. Cuando la oferta es lo suficientemente clara con respecto a los derechos y obligaciones del oferente y el aceptante, la aceptación de la misma da lugar al contrato respectivo, ya que un contrato de objeto válido se forma cuando el consentimiento se perfecciona. Una transacción típica de comercio electrónico cumple con los principios de oferta y aceptación. Puede dividirse en tres fases:

---

<sup>1</sup> Gutiérrez Gómez, María Clara, Hacia el Gobierno Electrónico: Elementos para el Desarrollo de una Política Estatal, en la obra Derecho de Internet & Telecomunicaciones, Universidad de los Andes, Facultad de Derecho, Editorial Legis, Colombia, 2003, p. 24

<sup>2</sup> Rojas Amandi, Víctor Manuel. El uso de Internet en el Derecho. Editorial Oxford University Press, Segunda Edición, México, 2001, p.22

<sup>3</sup> Rojina Villegas, Raúl, Derecho Civil mexicano, Tomo I, Editorial Porrúa, México, 1981, p. 273

- En la primera, un adquirente potencial accede a una página de Internet para obtener información sobre cierto producto o servicio que le interesa adquirir.
- En la segunda fase, el adquirente manifiesta su aceptación enviando una orden de pago al vendedor y
- Finalmente, el vendedor procesa la orden de pago y hace entrega del producto o presta el servicio respectivo al cliente.<sup>4</sup>

Para poder considerarse un acto de comercio electrónico, deben cumplirse las tres fases.

El comercio electrónico puede realizarse ya sea de empresa a empresa o bien de empresa a consumidor. En el primer caso se trata de una transacción entre intermediarios y en el segundo en una forma de acceder en forma directa al usuario o consumidor final. Entre los principales beneficios del comercio electrónico se encuentra una notable reducción de costos con respecto a las instalaciones del oferente, además de una eliminación total de horarios de atención. Adicionalmente, cuando el contacto es directo entre el productor y el consumidor, se eliminan automáticamente los costos de intermediarios, con la posibilidad de reducir proporcionalmente el precio del producto o servicio, en ocasiones en forma muy significativa. Se trata de un esquema de negocios virtual que ofrece a las empresas una forma ya sea adicional o única de vender sus productos o servicios, a elección del oferente. De tal forma, una buena parte de las empresas establecidas físicamente han optado por poner a la venta sus productos o servicios también por medio de Internet, en tanto que algunas otras empresas se han creado y existen únicamente gracias a la posibilidad de realizar sus transacciones comerciales en forma electrónica por medio de Internet, sin contar con instalaciones físicas para recepción y atención de clientes.

## **2. El Contrato Electrónico Bajo La Legislación Mexicana**

Bajo la legislación mexicana, y específicamente conforme a los artículos 1792 y 1793 del Código Civil Federal, un convenio es un acuerdo voluntades para crear, transferir, modificar o extinguir derechos y obligaciones, y, aquellos convenios que encaminados únicamente a producir o transferir obligaciones y derechos, toman el nombre de contratos. Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento, excepto aquellos que deben revestir una forma establecida por la ley. Desde que se perfeccionan obligan a los contratantes, no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado, sino también a las consecuencias que, según su naturaleza, son conforme a la buena fe, al uso o a la ley.

Aquellos contratos que recaen sobre operaciones comerciales se regulan en México como contratos mercantiles, en los cuales, cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca

---

<sup>4</sup> Véase Rojas Amandí, Op. Cit., p. 22

que quiso obligarse, sin que la validez del acto comercial dependa de la observancia de formalidades o requisitos determinados, en términos del Artículo 78 del Código de Comercio.

La legislación mexicana se ha visto en la necesidad de adecuarse a la realidad moderna, reconociendo entre las distintas formas de contratación, la contratación por medios electrónicos.

De tal manera, el Código Civil Federal reconoce actualmente en sus artículos 1834 y 1834 Bis que, cuando se exija la forma escrita para el contrato, los documentos relativos deben ser firmados por todas las personas a las cuales se imponga esa obligación; supuesto que se tiene por cumplido 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. Disposición similar se encuentra en el Código de Comercio vigente para el caso de los actos, convenios o contratos de naturaleza mercantil, cuyo requisito de forma escrita se tiene por cumplido tratándose de Mensaje de Datos,<sup>5</sup> siempre que la información en él contenida se mantenga íntegra y sea accesible para su ulterior consulta, sin importar el formato en el que se encuentre o represente. Cuando adicionalmente la ley exija la firma de las partes, dicho requisito se tiene por cumplido tratándose de Mensaje de Datos, siempre que éste sea atribuible a dichas partes, de conformidad con lo dispuesto por el Artículo 93 del Código de Comercio.

Se observa así que bajo la legislación vigente, el perfeccionamiento de contratos por medios electrónicos constituye una forma más de documentar los acuerdos alcanzados por las partes, más que un tipo de contrato en particular.

### **3. Objeto del Contrato**

Existe bajo la doctrina una división básica entre comercio electrónico directo e indirecto. El comercio electrónico indirecto comprende las transacciones realizadas por medios electrónicos relativas a bienes tangibles, es decir, en soporte material, de modo que la entrega del producto o la realización del servicio no puede tener lugar en línea, por lo que la ejecución de esa obligación coincide con la que tendría lugar de haberse concluido la transacción por medio del comercio tradicional.<sup>6</sup> Por su parte, el comercio electrónico directo engloba aquellos contratos electrónicos relativos a la entrega a través de Internet de bienes sin soporte físico o información digital. Respecto de las obligaciones pecuniarias, su cumplimiento puede tener lugar tanto en el

---

<sup>5</sup> El Artículo 89 del Código de Comercio define Mensaje de Datos como *“La información generada, enviada, recibida o archivada por medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología”*.

<sup>6</sup> De Miguel Asencio, Pedro Alberto, Derecho Privado de Internet, Editorial Civitas Ediciones, S.L., Segunda Edición, Madrid, 2001, pp.321 y ss.

comercio electrónico directo como en el indirecto, a través de Internet, si bien es posible que su ejecución se realice por medio de un instrumento de pago (incluso electrónico) al margen del Internet.

La mayor parte del comercio electrónico directo está constituida por contratos cuyo objeto son bienes protegidos por derechos de propiedad intelectual susceptibles de transmisión a través del Internet, como pueden ser programas de cómputo, obras musicales, imágenes, obras multimedia o bases de datos, entre otros.

Atendiendo al empleo de las aplicaciones y servicios propios de Internet en la celebración del contrato, cabe distinguir dos situaciones básicas. Por una parte, los contratos no estructurados concluidos por medio del intercambio de Mensajes de Datos o correo electrónico, y por otra parte, los contratos propiamente en línea, a través del contacto interactivo con un sitio web, en los que el comportamiento básico del adquirente normalmente es completar un formulario elaborado por el proveedor.<sup>7</sup>

La utilización de Internet para la comercialización de bienes al público ha permitido el acceso a la contratación electrónica del usuario final que adquiere a través de Internet bienes o servicios con un propósito ajeno a su actividad profesional de personas que sí actúan profesionalmente en el mercado. Frente a la situación tradicional, se convierten en habituales los contratos de consumo transfronterizos, pues este medio facilita el contacto comercial del consumidor, desde su propio domicilio, con entidades situadas en el extranjero. En función del carácter inmaterial o material de los bienes solicitados y de la modalidad de pago seleccionada, puede ocurrir que todas las obligaciones contractuales deban ejecutarse por medio de Internet. La cuantía económica de cada transacción es en la mayoría de estas situaciones reducida, por lo que apenas resultan operativos los costosos medios tradicionales de solución de controversias.<sup>8</sup> La adopción respecto de los contratos por Internet de un nivel de protección de los consumidores equivalente al que opera en las transacciones tradicionales es indispensable para generar la confianza de los consumidores en el medio tecnológico. El desarrollo del comercio electrónico en Internet plantea importantes riesgos para los consumidores, como tomar decisiones con base en la información contenidas en páginas Web, sin inspeccionar físicamente los productos y el empleo generalizado de los contratos de adhesión. Por tal motivo, se ha adicionado a la Ley Federal de Protección al Consumidor un capítulo VIII Bis, mediante el Artículo 76 Bis, aplicable a las relaciones entre proveedores y consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología. Dicho precepto establece ciertos requisitos que deben cumplirse en la celebración

---

<sup>7</sup> Ídem, pp. 323-324

<sup>8</sup> Ibid.

de dichas transacciones se cumplirá con lo siguiente, tales como la utilización de la información proporcionada por el consumidor en forma confidencial, no pudiendo difundirla o transmitirla a otros proveedores ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del propio consumidor o por requerimiento de autoridad competente; la utilización de elementos técnicos que brinden seguridad y confidencialidad a la información proporcionada por el consumidor; la obligación a cargo del proveedor de 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; la obligación a cargo del proveedor de evitar prácticas comerciales engañosas respecto de las características de los productos; el derecho del consumidor 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; el respecto por parte del proveedor de 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 la obligación del proveedor de abstenerse de utilizar estrategias de venta o publicitarias que no proporcionen al consumidor información clara y suficiente sobre los servicios ofrecidos, en especial tratándose de prácticas de mercadotecnia dirigidas a la población vulnerable, como los niños, ancianos y enfermos, incorporando mecanismos que adviertan cuando la información no sea apta para esa población.

#### **4. Formación del Contrato**

Como se comentó anteriormente, la formación de los contratos deriva de la concurrencia entre la oferta y la aceptación. La contratación electrónica va unida al empleo de medios técnicos novedosos en la emisión de declaraciones de voluntad. En este sentido, el artículo 11 de la Ley Modelo de UNCITRAL sobre Comercio Electrónico, vinculado con el artículo 5 que contiene el principio básico de que los mensajes de datos no deben ser objeto de discriminación respecto de los documentos consignados en papel, prevé que, salvo pacto en contrario, la oferta y la aceptación contractuales podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos, al tiempo que establece que no se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de dato, sin perjuicio de que las legislaciones estatales establezcan excepciones en supuestos en los que exijan ciertas formalidades como presupuesto de la válida celebración de un contrato. La concurrencia de la oferta y la aceptación y la configuración de éstas por medio de Internet requieren entonces consideraciones especiales, mismas que como se observó anteriormente, en el caso de México se aplican en términos de los artículos 1834 Bis del Código Civil Federal y del Artículo 93 del Código de Comercio.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Véase Inciso 3 del presente.

El momento de celebración del contrato resulta controvertido en los casos en que las declaraciones de voluntad se intercambian entre ausentes a través de medios que no permiten una comunicación inmediata entre las partes. Las reglas sobre el particular son determinantes para efectos de la distribución entre los contratantes del riesgo de la pérdida, retraso o alteración de la comunicación en el proceso de transmisión. Es pertinente interpretar que el momento de la celebración del contrato es precisamente el momento en que el adquirente manifiesta su aceptación a la oferta, la cual, por su parte, surte efecto cuando llega a su destinatario.

La rapidez en el intercambio electrónico de datos característica de la tecnología de la sociedad de la información tiende a reducir la importancia de la disparidad de soluciones en la medida en que facilita la simultaneidad de las comunicaciones,<sup>10</sup> marco en el que el carácter instantáneo y no sucesivo de la formación del contrato provoca que la determinación del momento de celebración se plantee en términos típicos de la contratación entre presentes.<sup>11</sup> No obstante la aplicación de las reglas al entorno tecnológico de Internet, en el que cabe diferenciar situaciones en las que varía el carácter simultáneo o no de la comunicación de las declaraciones de voluntad, provoca en ocasiones incertidumbre. Respecto a la formación de contratos por medio de Internet por medio del intercambio de Mensajes de Datos mediante correo electrónico prevalece la consideración de que se trata de un medio que hace posible la formación sucesiva, y no instantánea, de contratos a distancia.

También la determinación del lugar de celebración del contrato es incierta en un entorno que facilita la contratación a distancia. La precisión del lugar de celebración del contrato es decisiva en la aplicación de ciertas normas para determinar la competencia judicial y la ley aplicable. Para evitar la falta de certeza derivada del peculiar entorno tecnológico de la contratación electrónica, la Ley Modelo de UNCITRAL dispone que en defecto de acuerdo entre las partes, se considera lugar de expedición el del establecimiento de quien envía (en nombre propio o por cuya cuenta actúa un intermediario) el mensaje y de recepción el lugar del establecimiento del destinatario.<sup>12</sup> El mismo principio aplicaría conforme a derecho mexicano.

## 5. Firma Electrónica

---

<sup>10</sup> Cf. J.M. Álvarez-Cienfuegos Suárez, Las obligaciones concertadas por medios informáticos y la documentación electrónica de los actos jurídicos, La Ley, 1992, pp. 1012-1028.

<sup>11</sup> Véase De Miguel Asencio, Pedro Alberto, Op. Cit. pp. 337 y ss.

<sup>12</sup> Ídem, p. 341

Para la doctrina, la firma representa un signo personal distintivo que permite informar acerca de la identidad del autor de un documento y manifestar su acuerdo sobre el contenido del acto.<sup>13</sup> El Código de Comercio, en su artículo 89, define a la Firma Electrónica como *“los datos en forma electrónica consignados en un Mensaje de Datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo por cualquier tecnología, que son utilizados para identificar al Firmante<sup>14</sup> en relación con el Mensaje de Datos e indicar que el Firmante aprueba la información contenida en el Mensaje de Datos, y que produce los mismos efectos jurídicos que la firma autógrafa, siendo admisible como prueba en juicio”*.

Adicionalmente a la Firma Electrónica, existe bajo el Código de Comercio el concepto de Firma Electrónica Avanzada o Fiable, la cual constituye una Firma Electrónica que brinda mayor certeza al cumplir al menos con los siguientes requisitos contemplados en las fracciones I a IV del artículo 97 del mismo Código de Comercio:

I. Los Datos de Creación de la Firma,<sup>15</sup> en el contexto en que son utilizados, corresponden exclusivamente al Firmante;

II. Los Datos de Creación de la Firma estaban, en el momento de la firma, bajo el control exclusivo del Firmante;

III. Es posible detectar cualquier alteración de la Firma Electrónica hecha después del momento de la firma, y

IV. Respecto a la integridad de la información de un Mensaje de Datos, es posible detectar cualquier alteración de ésta hecha después del momento de la firma.

## **6. Conclusiones**

El comercio electrónico es actualmente una nueva forma de hacer negocios a nivel mundial. Ofrece ventajas significativas, tales como el contacto transfronterizo entre empresas o entre empresas y consumidores, con una importante reducción a los costos asociados a tales prácticas comerciales y la posibilidad de contactar clientes potenciales sin importar la distancia.

---

<sup>13</sup> Reyes Krafft, Alfredo Alejandro. La Firma Electrónica y las Entidades de Certificación. Editorial Porrúa, México, 2003, p. 164

<sup>14</sup> Firmante: La persona que posee los datos de la creación de la firma y que actúa en nombre propio o de la persona a la que representa.

<sup>15</sup> Datos de Creación de Firma Electrónica: Son los datos únicos, como códigos o claves criptográficas privadas, que el Firmante genera de manera secreta y utiliza para crear su Firma Electrónica, a fin de lograr el vínculo entre dicha Firma Electrónica y el Firmante.

Las transacciones de comercio electrónico cumplen con un esquema tradicional de oferta y aceptación, en la que el adquirente accede a la página de Internet del oferente, manifiesta su aceptación enviando una orden, y el vendedor la procesa y hace entrega del producto.

La legislación mexicana se ha venido adecuando a la realidad moderna mediante el reconocimiento de la contratación por medios electrónicos como una manera más de celebrar acuerdos de voluntades. Tanto el Código Civil como el Código de Comercio dan actualmente validez a los acuerdos adoptados por escrito mediante medios electrónicos, sujeto al cumplimiento de ciertos requisitos, por lo cual el perfeccionamiento de contratos por medios electrónicos constituye hoy en día una forma más de documentar los acuerdos alcanzados por las partes bajo la legislación mexicana.

La doctrina divide comercio electrónico en directo e indirecto, dependiendo del objeto del contrato respectivo, ya sea que se trate de transacciones realizadas por medios electrónicos relativas a bienes tangibles o en soporte material (indirecto) o bien de contratos electrónicos relativos a la entrega a través de Internet de bienes sin soporte físico o información digital (directo). Un tema importante del comercio electrónico directo es la protección de la propiedad intelectual de los bienes objeto de los contratos, como en el caso de programas de cómputo, obras musicales, imágenes, obras multimedia o bases de datos u otros.

Con respecto a la protección de los derechos de los consumidores en transacciones de comercio electrónico, en la Ley Federal de Protección al Consumidor se ha establecido un capítulo VIII Bis, que provee ciertos requisitos que deben cumplirse en la celebración de dichas transacciones.

Adicionalmente y a efecto de brindar certeza jurídica a los contratantes, el Código de Comercio contempla diversos conceptos relevantes como Mensajes de Datos, Firma Electrónica, y Firma Electrónica Avanzada, brindando así un marco jurídico adecuado para regular y dar validez a las transacciones celebradas por medios electrónicos.

Por lo anterior, México cuenta actualmente con un marco jurídico sustantivo bastante completo en materia de contratos celebrados por medios electrónicos, en el contexto del comercio electrónico. No obstante, estos temas continúan siendo demasiado novedosos en la práctica de los tribunales mexicanos, por lo que no se cuenta con una experiencia amplia con respecto a la aplicación de las disposiciones legales antes comentadas. Solo con el paso del tiempo podrá México adquirir la experiencia necesaria para que la aplicación coercitiva de dichas disposiciones se convierta en una parte habitual de la labor de los tribunales, en cuyo momento los particulares gozarán de una verdadera protección jurídica a sus intereses comerciales en este tipo de transacciones.



Bibliografía:

De Miguel Asencio, Pedro Alberto, Derecho Privado de Internet, Editorial Civitas Ediciones, S.L., Segunda Edición, Madrid, 2001

Gutiérrez Gómez, María Clara, Hacia el Gobierno Electrónico: Elementos para el Desarrollo de una Política Estatal, en la obra Derecho de Internet & Telecomunicaciones, Universidad de los Andes, Facultad de Derecho, Editorial Legis, Colombia, 2003

J.M. Álvarez-Cienfuegos Suárez, Las obligaciones concertadas por medios informáticos y la documentación electrónica de los actos jurídicos, La Ley, 1992

Reyes Krafft, Alfredo Alejandro. La Firma Electrónica y las Entidades de Certificación, Editorial Porrúa, México, 2003

Rojas Amandi, Víctor Manuel. El uso de Internet en el Derecho. Editorial Oxford University Press, Segunda Edición, México, 2001

Rojina Villegas, Raúl, Derecho Civil mexicano, Tomo I, Editorial Porrúa, México, 1981