

EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REGULACIÓN EN EL DERECHO INTERNACIONAL

*Dr. Pedro Paul Rivera Hernández*¹

*MRI. Carlos Alejandro García Zúñiga*²

Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen: Entre uno de los resultados de la globalización se encuentra que el comercio se lleve a cabo en el mundo entero. De esta manera con las nuevas tecnologías de la información se ha utilizado el internet como una herramienta fundamental para el comercio. De tal forma en el presente trabajo analizamos la regulación que se realiza en el derecho internacional respecto al comercio electrónico. Realizamos un análisis de su uso y la normatividad internacional para llevarlo a la práctica, exponiendo el gran impacto que tiene en las relaciones internacionales, finalizando con algunas reflexiones.

Palabra clave: Derecho Internacional, comercio electrónico, relaciones internacionales.

Keywords: International law, e-commerce, international relations.

¹ Doctor en Filosofía con Orientación en Ciencias Políticas, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Maestría en Derecho Constitucional y Licenciatura en Derecho por la Facultad de Derecho e la UANL. Profesor en la Maestría en Relaciones Internacionales y Maestría en Ciencias Políticas y Coordinador de Planeación de Posgrado de la misma Facultad. Correo electrónico: pedro_riverahdz@hotmail.com

² Doctorando en Filosofía con Orientación en Relaciones Internacionales, Negocios y Diplomacia. Maestría en Relaciones Internacionales y Licenciatura en Relaciones Internacionales por la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Coordinador de Proyectos Especiales de Posgrado de la misma Facultad. Correo electrónico: carlosgarcia34@hotmail.com

Sumario. 1. Introducción; 2. El uso del comercio electrónico; 3. Aspectos relevantes del marco jurídico del comercio electrónico; 4. Normativa internacional de comercio electrónico; 5. Conclusiones; 6. Referencias.

1. Introducción

La revolución tecnológica que estamos presenciando en la actualidad obliga a que cada vez más empresas estén empezando a ingresar en el uso del comercio electrónico, debido a que con la implementación de este sistema puede ayudar a mejorar el desempeño de los negocios mediante el uso de tecnologías de información que permitan conectar a clientes y proveedores de una manera rápida y eficiente para un mejor desarrollo económico. Considerando que con el uso del internet indudablemente aumentan las ganancias y abre el mercado para hacer crecer sus negocios.

Las empresas son fundamentales para el desarrollo económico de cualquier Estado, porque son proveedoras de trabajo a miles de personas y apoyan al Producto Interno Bruto del mismo. Sin embargo, la implementación del comercio electrónico en las empresas y sobretodo su regulación a nivel internacional, es un área poco estudiada. Por tanto, con este trabajo se analizar de forma escueta el comercio electrónico y el avance normativo que ha tenido hasta la actualidad. Se resalta la Ley Modelo la cual fue la primera normativa internacional que reguló el comercio electrónico y a partir de la cual diversos Estados la tomaron como fuente para crear normativa interna. Esto con el firme objetivo de reforzar los estudios previos a nivel global y aportar nuevas ideas sobre el uso y la normatividad internacional para su eficiente utilización y cumplimiento.

2. El uso del comercio electrónico

En primer lugar es necesario realizar un breve análisis sobre el comercio. Dicho término se entiende como la: “actividad destinada a promover la circulación de los productos y de los títulos de crédito” (De Pina, 1979). De tal forma resulta trascendental para todo Estado que exista normativa adecuada para su implementación debido a que esto mejorará su desarrollo económico, elevando la calidad de vida de sus integrantes.

Ahora bien, refiriéndonos al comercio electrónico Jeffrey Rayport (2005) señala que se refiere a los “intercambios mediados por la tecnología entre diversas partes (individuos, organizaciones, o ambos), así como las actividades electrónicas dentro y entre organizaciones que facilitan esos intercambios”.

El término comercio electrónico es prácticamente de reciente creación y puede considerarse como: “...tipo de comercio basado en la interacción entre el consumidor y el vendedor/productor a través de nuevas tecnologías, tales como Internet/WAP/TV Web, o lo que venga” (Burgos, 2001). Esta definición es, en cierta forma, similar a otras que enseguida se mencionan, pues coinciden que como parte de su realización se requiere el uso de las modernas tecnologías de información.

El concepto comercio electrónico es conocido también como e-commerce, donde: “La “e” que precede toda terminología en la Red, hace alusión al término electrónico en inglés. De ahí que la anteposición a la palabra comercio venga a designar la modalidad de éste que se efectúa mediante Internet” (Lagares, 2000).

Al término comercio electrónico, conocido como e-commerce en inglés, se le puede diferenciar de otro concepto conocido como e-business, donde éste último presenta un significado más amplio porque abarca las operaciones de e-commerce y toda la organización del negocio en

general, donde estaría todo lo relacionado con la aplicación de las nuevas tecnologías informáticas (De la Garza, 2000).

De tal suerte, Porter y Millar (1985) señalan que las nuevas tecnologías de la información están afectando a las compañías desde tres aspectos: Cambia la estructura de la industria y altera las reglas de la competencia, crea ventajas competitivas, otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales y crea nuevos negocios dentro de los existentes, frecuentemente dentro de las propias operaciones de la compañía.

Lo anterior nos permite visualizar la importancia de las TIC en las organizaciones, dado que tales tecnologías no sólo afectan la forma como se realizan las actividades individuales, sino que también mediante nuevos flujos de información han mejorado de modo significativo la habilidad de explotación de las relaciones entre las actividades dentro y fuera de la organización.

Las empresas buscan aprovechar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), por lo que se está empezando a ver al Internet como un nuevo canal de ventas, desplazando otras formas de comercio electrónico como por ejemplo el teléfono, también la venta personal y por correspondencia, además hacer transacciones vía Internet resulta ser más económico que hacerlas por vías tradicionales; es por ello que en México, la PROFECO (2006) considera al e-commerce como una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el crecimiento de las ventas para el país que fomentarán las actividades económicas hacia un crecimiento y desarrollo económico que haga frente a la crisis mundial.

En este sentido, el comercio electrónico adquiere gran importancia dentro de la globalización y se utiliza a nivel nacional e internacional. Cabe recalcar que el 12 de Junio de 1996 y de acuerdo con la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de la Comisión Nacional de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional se busca poder facilitar el comercio electrónico en el cual se les ofrecía a los legisladores una serie de reglas para poder eliminar las barreras jurídicas y así darle mayor previsibilidad al comercio electrónico.

Una de las ventajas con las que cuenta el comercio electrónico es que permite a las empresas ser más eficientes y flexibles en sus operaciones con las compañías, pueden trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y tener una mejor respuesta a las necesidades e intereses de sus clientes. Permite además seleccionar los mejores proveedores, sin tomar en cuenta la localización geográfica y poder posicionarse en el mercado global (Mendoza, 2010).

Por otra parte, el comprador obtiene las ventajas de estar en la comodidad de su hogar y ahorro de tiempo, así como la posibilidad de hacer compras mejor informadas y con mayores opciones. También puede profundizar todo lo que requiera para conocer mejor el producto o servicio que desea adquirir (Luna, 1997).

Sin embargo, existen ventajas y desventajas en la realización de comercio electrónico, por ejemplo, alrededor del mundo las acciones de las compañías de Internet y las perspectivas de los negocios de Internet han caído tan rápidamente que han dejado a varios ejecutivos e inversionistas en la incertidumbre. Por ello, resulta trascendental realizar un análisis respecto a la normativa en esta materia debido a que con su creación e implementación se le da certidumbre y existe una seguridad jurídica para llevarlo a la práctica.

Además, es importante la normativa que el derecho internacional crea para la regulación del comercio electrónico en el mundo. De esta forma se crean diversos instrumentos, normas, tratados que buscan de una forma uniforme establecer criterios objetivos para un orden jurídico internacional claro en la materia. En este sentido es importante señalar que debido al respeto que debe existir a la soberanía nacional de cada Estado, surge la injerencia del derecho internacional debido a que se encarga precisamente de la regulación de las relaciones que se dan entre Estados, entre éstos y organismos internacionales.

3. Aspectos relevantes del marco jurídico del comercio electrónico

En la actualidad, Internet ha obtenido un uso multifacético que abarca otros aspectos, tanto de carácter profesional, personal y comercial, mismos que dejan atrás los motivos totalmente militares que lo llevaron a su formación en un principio. Sin embargo, no obstante el avance tecnológico en la creación y desarrollo de la Red de redes (Internet) y el desarrollo del comercio por ese medio electrónico, su regulación jurídica sigue siendo uno de los problemas frecuentemente tratados por los expertos, básicamente en lo relativo al Comercio Electrónico en Internet, en donde los civilistas siguen cuestionando hasta dónde llega el principio de la autonomía privada.

En 1978 surgió en Estados Unidos el llamado Electronic Funds Transfer Act (EFTA) considerado como el estatuto federal que cubre una amplia gama de transferencias electrónicas de dinero o de fondos que incluyen transacciones desde los puntos de venta y otros pagos de los consumidores (Shaw, 1998), lo cual marcó una pauta para las subsecuentes compraventas hechas a través de los medios electrónicos.

Es importante destacar el trabajo legislativo que los Estados Unidos han desarrollado en materia de comercio electrónico, pero también en relación a los medios de seguridad y de protección de datos que las propias transacciones comerciales necesitan, requieren y demandan. Los Estados Unidos emitieron en el año de 1997 un documento denominado “Un marco para el comercio electrónico global”, donde se plasma el principio de libertad como base para su regulación, siendo la autonomía privada el principio jurídico básico (S. Ripe, 2003).

Si bien, los Estados Unidos son pioneros en la creación y desarrollo de Internet y específicamente en la comercialización o compraventa de artículos a través de dicho medio electrónico, no ha sido sino hasta la década de 1990 cuando se han registrado los más altos volúmenes de mercancías o bienes adquiridos por medio de la red, por lo cual las normas reguladoras de tal materia han tenido que ser creadas y modificadas de manera constante para

estar a la vanguardia de los cambios que se han estado presentando hasta nuestros días.

La estrategia empleada por los Estados Unidos para afrontar los temas que más demanda la economía digital están centrados en el fortalecimiento de la infraestructura de Internet y en las tecnologías de redes relacionadas, así como en regular sus contenidos, reafirmar y afianzar los mercados internacionales cuya normatividad aún no está bien definida ni estandarizada en relación con los demás países que intervienen en sus negociaciones. Las leyes reguladoras de Internet en Estados Unidos, han sido determinantes para su desarrollo en la actualidad, no obstante que muchas de ellas pueden considerarse profundas y ambiguas pero es un hecho que parte de su avance sea debido a la Ley de las Telecomunicaciones de 1996, aunque solamente se menciona a Internet en dos artículos de la misma (Briz, 2000).

Los cambios ocurridos en materia de telecomunicaciones han dejado un hueco legislativo que paulatinamente se ha intentado llenar con normas que muchas de las veces no logran dar alcance a la rapidez con que se presentan e instauran los nuevos sistemas informáticos para desarrollar, entre muchos otros aspectos, el de comercio electrónico. Se ha dicho en infinidad de análisis sobre la materia, que la tecnología no es suficiente en el avance y desarrollo de la ciencia y de la humanidad si no se tiene antes una normatividad que vaya acorde a la cambiante realidad y se tengan a tiempo o de manera oportuna las propuestas de reforma jurídicas que vayan regulando y previniendo esos cambios. Los medios electrónicos, como Internet, han tenido un crecimiento y desarrollo inusitado en los últimos años, sin embargo, la función de los sistemas legales, tanto internos como externos, se han visto rebasados por la propia sociedad de la información al no poderse controlar ni regular aún toda una serie de actividades que la misma ha generado.

Existen discrepancias entre los propios ordenamientos legales nacionales de un país a otro, así como con las disposiciones internacionales, al no tenerse en claro ciertas cuestiones que se plantean por el uso de la Red. Uno de esos conflictos es la propia determinación de la jurisdicción aplicable a ciertas transacciones realizadas en línea y cuyas partes se encuentran en

diferentes regiones geográficas; ante este conflicto se plantean muchas dudas que la legislación trata de disipar cada día. Al respecto, se indica que los retos de Internet, en este campo de la jurisdicción, giran alrededor de tres tipos de ésta: la establecida, la adjudicada y la impuesta por la dificultad que implica a veces localizar la legalidad más pertinente que ocurra en Internet (Perrit, 2002).

Sobre las cuestiones relacionadas con la jurisdicción, se deben tomar en cuenta las dificultades que se presentan para definir el régimen legal en el denominado Ciberespacio, lo cual algunos consideran un problema de derecho que tiene marcadas connotaciones dentro del ámbito espacial de validez de las leyes. De esta manera, la doctrina legal tradicional considera a la Red como un simple medio de transmisión que facilita el intercambio de mensajes enviados desde una localidad geográfica con significativa legalidad a otra localidad similar donde cada una de ellas tiene sus propias normas aplicables. Algunos autores señalan que las fronteras físicas son simples creaciones o delimitaciones arbitrarias o espacios controlados basados en accidentes históricos y en cuestiones geográficas, pero aún no se aclaran ni delimitan las fronteras ni los territorios del denominado ciberespacio. Este cyberspacio radicalmente socava la relación existente entre la significativa legalidad (online) del fenómeno y la propia localización física (Johnson, 2002).

No obstante lo anterior, aun cuando se traten de armonizar las leyes de diferentes países, sobre las transacciones realizadas a través de la Red, se habrán de analizar también las propias consecuencias legales de cada transacción, de manera individual, que se presenten en un territorio en particular. Aquí la pregunta básica para expresar lo antes expuesto sería: ¿Dónde se perfeccionan las transacciones realizadas a través de Internet? ésta, como muchas otras interrogantes son las que las diversas legislaciones emanadas de organismos nacionales e internacionales intentan resolver. Existen numerosos artículos que analizan y proponen soluciones a la problemática relacionada con el uso de la tecnología, la cual a la vez, es compleja para determinar la norma aplicable a los conflictos relacionados con el comercio que se realiza electrónicamente.

En la administración americana se menciona la frase máxima de Al Gore que sintetiza en parte lo que se menciona líneas atrás: “Primero el Hardware, luego el Software y por último la legislación”. Esta declaración no resulta tan extraña si consideramos que la mayoría de los países están más atentos a lo que cada día se inventa y se hace en cuestiones de tecnología, que en prever o regular jurídicamente lo que a través de ella se realiza. Sobre este asunto es oportuno mencionar la función legislativa que se desempeña en la elaboración de las normas o leyes, donde la propia realidad puede condicionar la promulgación de éstas, ya que es patente que “... si un legislador crea una norma, o decide que una norma debe ser sustituida por otra más apropiada a una determinada realidad, lo hace apoyándose en una cierta información” (Barragán, 2000).

La información es proporcionada por el hecho en sí, por lo que está ocurriendo en un determinado momento y en un lugar específico, como lo es el caso de la tecnología cuyas frecuentes innovaciones son una realidad en la cual todo se encuentra inmerso y donde es tan amplio e ilimitado su poder que la misma legislación no alcanza a prever sus consecuencias en el momento mismo en que éstas ocurren. No obstante de que los Estados Unidos son pioneros en cuanto al nacimiento y desarrollo de Internet y del propio Comercio Electrónico, la tecnología sigue avanzando y creando nuevas relaciones entre quienes la crean, entre los gobiernos donde se implementa y entre los usuarios que cada vez crecen en mayor número y se encuentran distribuidos por todas partes del mundo.

En esta época de globalización y de innovación tecnológica y económica se ha generado un incremento comercial utilizando las nuevas tecnologías de información. Sin embargo ante esta nueva forma de hacer negocios la regulación y legislación jurídica no conlleva a las consecuencias legales necesarias.

La normatividad de todas las actividades comerciales consta de diversas de disposiciones jurídicas que regulan la mayor parte de las operaciones realizadas en las negociaciones mercantiles, ya sea en el ámbito de comercio tradicional o electrónico. Hablando del comercio electrónico, es necesario realizar una serie de justificaciones sobre su regulación y a la vez ciertas sugerencias para su eficiente y eficaz regulación.

4. Normativa internacional de comercio electrónico

Ahora bien, es importante resaltar que a nivel internacional le corresponde la regulación, estudio y análisis del comercio electrónico al derecho internacional privado, en cuanto a éste le corresponde la normativa de las situaciones jurídicas que se susciten entre los particulares en los diferentes países del mundo.

Como señalamos, la parte jurídica donde recae de manera más evidente la regulación del Internet es en el ámbito del Derecho Internacional Privado, pues el uso de los medios electrónicos como el Internet representa en sí un modo hasta hoy depurado y enfocado a mundializar y globalizar situaciones privadas debido a las actividades comerciales en las cuales los particulares se encuentran inmersos. Esto significa que a través de los medios informáticos se ha podido incrementar el número y la variedad de dichas situaciones privadas, pero desde un enfoque internacional, donde el “Derecho Internacional Privado es el protagonista principal del impacto de Internet en el mundo jurídico” (Caravaca, 2001).

Como se mencionó anteriormente el comercio electrónico no se encuentra exento de las regulaciones jurídicas y desde un principio se realizaron las patentes necesarias para que la aplicación de las mismas actividades del comercio tradicional sean aplicables al comercio que haya recibido ayuda mediante tecnología electrónica.

De acuerdo a las investigaciones de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo y Comercio) indican que en los países desarrollados por lo general, existe

legislación en cuatro disciplinas jurídicas que son esenciales para promover una mayor confianza de los usuarios en el comercio electrónico (leyes relativas a las transacciones electrónicas, la protección del consumidor, la privacidad y protección de los datos, y la lucha contra la ciberdelincuencia), pero en muchas otras partes del mundo esa legislación es insuficiente.

Tabla 1. Países que cuentan con legislación en materia de comercio electrónico

Porcentaje de los países que tienen legislación en materia de comercio electrónico, por región, 2014

(En porcentaje)

	<i>Países (número)</i>	<i>Leyes de transacciones electrónicas (%)</i>	<i>Leyes de protección de los consumidores (%)</i>	<i>Leyes de protección de la privacidad y los datos (%)</i>	<i>Leyes contra la ciberdelincuencia (%)</i>
Economías desarrolladas	42	97,6	85,7	97,6	83,3
Economías en desarrollo					
África	54	46,3	33,3	38,9	40,7
África Oriental	18	38,9	16,7	27,8	50
África Central	9	22,2	22,2	22,2	11,1
África Septentrional	6	83,3	33,3	50	66,7
África Meridional	5	60	40	20	40
África Occidental	16	50	56,3	62,5	37,5
Asia y Oceanía	48	72,9	37,5	29,2	56,3
Asia Oriental	4	75	50	25	50
Asia Sudoriental	11	81,8	81,8	54,5	72,7
Asia Meridional	9	77,8	22,2	44,4	66,7
Asia Occidental	12	91,7	33,3	25	58,3
Oceanía	12	41,7	8,3	0	33,3
América Latina y el Caribe	33	81,8	54,5	48,5	63,6
América Central	8	75	87,5	37,5	37,5
América del Sur	12	83,3	75	66,7	75
Caribe	13	84,6	15,4	38,5	69,2
Economías en transición	17	100	11,8	88,2	70,6
Todas las economías	194	74,7	47,4	55,2	60,3

Fuente. UNCTAD

De tal forma como se mencionó en líneas previas, la Comisión de las Naciones Unidas (CNUMID) para el Derecho Mercantil Internacional encargada de toda la regulación del comercio internacional creó en 1996 la Ley Modelo para normar el comercio electrónico. En la misma señala las formas a través de las cuales se debe implementar y los mecanismos para resolver las diferencias derivadas de su aplicabilidad. Con ello se busca mejorar su regulación en beneficio de los comerciales que realizan esta actividad. Sin embargo, son insuficientes para lograr la consolidación del comercio electrónico a nivel mundial.

A pesar de lo anterior, las normas legislativas formuladas por la CNUDMI han influido en muchas legislaciones nacionales y se ha acoplado a lineamientos de más de 60 países. Veintinueve países han adoptado legislación sobre la base de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas de 2001. La Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales ha sido firmada por dieciocho Estados y se han adherido a ella o la han ratificado seis. La Convención se aplica solo en el plano internacional y solo a los seis Estados que son partes. Sin embargo, varios Estados han incorporado en su legislación nacional las disposiciones sustantivas de la Convención o algunas de ellas.

Esto claramente refleja que la normativa creada en el ámbito internacional ha logrado tener un impacto positivo en diversos Estados. Es importante mencionar que falta mucho por hacer, sin embargo, es trascendental que cada vez más, haya Estados que incluyan en sus normas nacionales al comercio electrónico, el cual es un área que beneficia a su desarrollo económico.

Ahora bien, realizando un breve análisis tenemos que la Ley Modelo de la CNUDMI sobre el Comercio Electrónico fue creada con la finalidad de posibilitar y facilitar el comercio por medios

electrónicos, ofreciendo a los legisladores un conjunto de reglas internacionales encaminadas a suprimir los obstáculos jurídicos. Su objetivo es la superación de los obstáculos que plantean las disposiciones legislativas y que no son posibles modificar mediante contrato equiparando el trato dado a la información sobre papel al trato dado a la información electrónica. Esta igualdad debe ser esencial para hacer posible la comunicación sin soporte de papel y así poder fomentar la eficacia en el comercio internacional. Fue la primera norma a nivel internacional en que se plasmaron los principios fundamentales de la no discriminación, la neutralidad respecto a los medios técnicos y la equivalencia, todos estos elementos son ampliamente reconocidos en el derecho moderno que rige el comercio electrónico (Uncitral).

Como ejemplo tenemos que en el derecho mexicano no se incorporó la Ley Modelo como una ley especial sino que solo se tomaron en cuenta ciertos artículos de esta misma en diversas partes del Código de Comercio, del Código Civil Federal, del Código de Procedimientos Civiles Federal y de la Ley de Protección al Consumidor.

El ámbito de regulación de la aplicación de la regulación nacional sobre el comercio electrónico es amplio pues enmarca los contratos electrónico, así como regulaciones de estos, transacciones electrónicas, y responsabilidades de las partes, lo único que no está regulado es la transportación de las mercancías y sobre esto nuestras leyes nacionales aún no han implementado ninguna regulación (Rojas).

De esta forma podemos darnos cuenta de la gran influencia que la Ley Modelo ha tenido a nivel mundial en lo relativo a la regulación del comercio electrónico. Sin embargo, es un tema pendiente dentro de la comunidad internacional, en el cual se debe trabajar para mejorar su implementación y lograr que los Estados subdesarrollados logren subir de nivel con la finalidad de brindarles a sus ciudadanos una mejor calidad de vida.

Tan es así que, la Organización Mundial del Comercio, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, entre otras, han creado leyes internacionales que buscan regular el comercio electrónico con el firme objetivo de coadyuvar con los Estados que lo llevan a la práctica, a realizarlo de una manera más precisa, clara y efectiva que permita un crecimiento de las empresas y obtener mayores ganancias, expandiéndose por el mundo.

5. Conclusiones

De acuerdo a lo antes expuesto, podemos concluir que el comercio electrónico como uno de los aspectos que son regulados por el Derecho Internacional Privado es una materia importante para concretar y consolidar las relaciones internacionales entre Estados. Dado que el comercio es uno de los factores más importantes para lograr un desarrollo social y económico a través del cual los empresarios brindan empleo que permite aumentar los ingresos de sus trabajadores y coadyuvar con el Estado en sus objetivos por su impacto en el Producto Interno Bruto.

Además, como parte del mundo globalizado en el que vivimos, las tecnologías de la información, en concreto, el internet, juegan un papel importante para lograrlo. A través del uso del comercio electrónico, se permiten tener transacciones económicas inigualables en comparación con el comercio tradicional, lo que claramente se traduce en beneficios colectivos. Además, permite una libre competencia entre las compañías para brindar un servicio de calidad y estar en posibilidad de aumentar sus ingresos. Aunado a esto, con su utilización permite realizar estas actividades de una forma más rápida y directa, siendo en este punto, donde su inclusión en las normas internacionales juegan un papel importante, debido a que con su creación se busca visualizar cada vez más su consolidación dentro de las relaciones de los Estados.

De esta forma a partir de la creación de la Ley Modelo se ha ido avanzando en la normativa para el uso del comercio electrónico, sin embargo, falta mucho por hacer y lograr la confianza de los consumidores en su utilización, así como de los empresarios y por supuesto de la aplicación y mejoramiento de las normas que lo regulen.

Por último, es importante comentar que dentro de las relaciones internacionales el comercio electrónico es una de las actividades que se encuentra en vías de crecimiento, y su impacto en los mercados nacionales es considerable por los ingresos que genera, por ello, y dado que el derecho es cambiante y busca regular las conductas de acuerdo a los ámbitos espacial y temporal de validez de las normas, nos parece pertinente señalar la necesidad de revisar por

parte de las autoridades e instituciones correspondientes las leyes que regulan el comercio electrónico con el firme objetivo de adecuarlas a las necesidades del mundo actual.

6. Referencias

- Barragán, Julia, *Informática y Decisión Jurídica*, 2ª. Ed., Fontamara, México, 2000.
- Briz, Julián y Laso, Isidro, *Internet y Comercio Electrónico*, Ed. ESIC-Mundi-Prensa, Madrid, 2000.
- Burgos, Daniel y De-León Luz, *Comercio electrónico, publicidad y marketing en Internet*, Ed. McGraw Hill, Madrid 2001.
- Calvo Caravaca, Alfonso Luis y Carrascosa González, Javier, *Conflictos de leyes y conflictos de jurisdicción en Internet*, Ed. COLEX, Madrid 2001, p. 7.
- De la Garza, Mario, *Internet y comercio electrónico, en Internet: el medio inteligente*, Ed. Compañía Editorial Continental, México 2000.
- De Pina, Rafael, *Diccionario de derecho*, ed. Porrúa, México 1979.
- Johnson, David R. Y Post, David G., *Law and Borders—The Rise of Law in Cyberspace*.
- Lagares, Diego, *Internet y el Derecho*, Ed. Ediciones Carena, Barcelona 2000.
- Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico Guía para su incorporación al derecho interno 1996 con el nuevo artículo 5 aprobado en 1998. (https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/electcom/05-89453_S_Ebook.pdf).
- Luna Grajeda Rafael, Verdades v mentiras acerca del comercio electrónico. En la Base de Datos de la Biblioteca digital del ITESM, México, D. F., 1997.
- Mendoza, Juan Luis. (2010). Estrategias de Éxito en Internet. Ediciones Gestión 2000. Barcelona, España.
- Perritt Jr., Henry, *The Internet is changin the Public International legal System*, <http://www.kentlaw.edu/cyberlaw/perrittnetchg.html>.
- Porter, M. y Millar, V. (1985). How information gives you competitive advantage. *Harvard Business Review*, 63(4), 149-161.
- PROFECO, *Tendencias del e-commerce*, (2006), retrieved April 15, 2009, from, http://www.profeco.gob.mx/ecomercio/ecomercio_tendencias.asp.
- Rayport, J. F. y Jaworski, B. J. (2003). E-Commerce. México: McGraw Hill.
- Rojas Amandi, Víctor Manuel, *Regulación del comercio electrónico en México*, Unam, México. <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/30/cnt/cnt16.pdf>.

S. Ripe et al, *Comercio electrónico. Análisis jurídico multidisciplinario*, Ed. B. de F., Montevideo-Buenos Aires, Buenos Aires, 2003, p. 40.

Shaw, Paul D., *Managing Legal and Security Risks in Computing and Communications*, ed. Butterworth-Heinemann, Woburn, MA, USA, 1998.