

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

UNAN – LEON

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES



EL COMERCIO ELECTRONICO Y SUS REPERCUSSIONES JURIDICAS
EN NICARAGUA

MONOGRAFIA PRESENTADA POR:

BR. MARIA ELIZABETH KUAN RIVAS

BR. YOLANDA NOHELIA DONAIRE JARQUIN.

PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIATURA EN DERECHO

TUTOR (A):

DRA. AZUCENA NAVAS MENDOZA.

LEON, NICARAGUA

JUNIO, 2006

Agradecimiento

A Nuestro Señor; agradecemos por dejarnos culminar esta etapa importante de nuestras vidas, rogando así que siempre este con nosotras iluminando nuestro camino, en este largo porvenir.

A Nuestra Tutora: Azucena Navas Mendoza; sabia mujer profesional, que nos ha sabido indicar el camino para la realización de nuestro trabajo monográfico, porque con sus consejos, hemos valorado que las metas las podemos lograr con esfuerzo y dedicación.

Al personal de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales; en especial al Lic. Horacio Laínez, por brindarnos siempre su apoyo, atención y paciencia, los cuales aprovechamos al máximo.

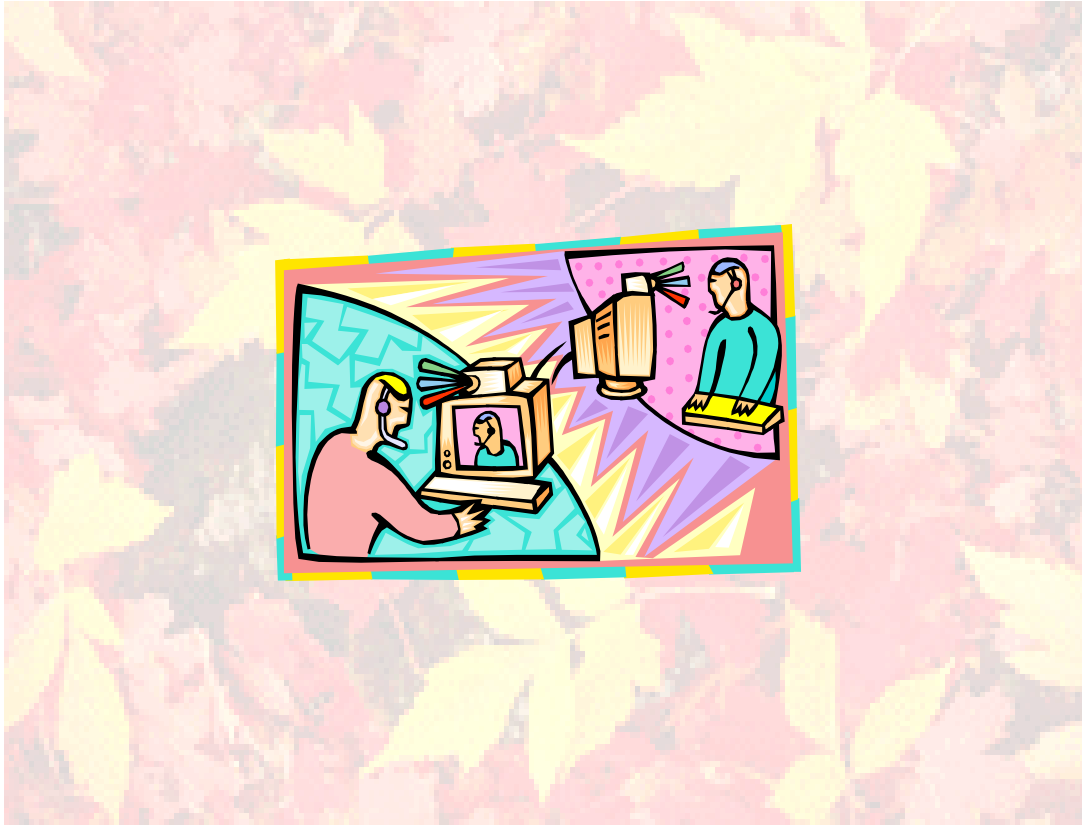
A Nuestros Maestros; por transmitirnos sus conocimientos e inculcarnos el amor y respeto a nuestra Profesión.

A Nuestro Grupo de Amigos; los cuales nos mantuvimos unidos todo este ciclo estudiantil, los apreciamos y aprendimos de que la vida no hay que vivirla sin valorarla, y que existen valores importante como la Amistad.

A todos aquellos que de alguna u otra manera nos ayudaron en la realización de esta Monografía.

A todos, nuestro más infinito agradecimiento:

*María Elizabeth Kuan Rivas
Yolanda Noelia Donaire J.*



*El Comercio Electrónico no va a reemplazar al comercio tradicional.
En todo caso, el Comercio Tradicional puede reforzarse con el
Comercio Electrónico.*

*María Elizabeth Kuan R.
Y
Yolanda Nohelia Donaire J.*

Dedicatoria

A mis adorados Abuelitos:

Sra. Lillian de Kuan

Sr. Simeón Kuan.

Para ellos; con amor y agradecimiento, han sido mis padres y con su esfuerzo me ayudaron a culminar mi carrera.

A mi querida Madre:

Sra. Juana Antonia Rivas.

Que aún estando lejos nunca permitió que me sintiera sola.

A mi querido Esposo:

Noel Alexander Contreras L.

Por su comprensión y paciencia

A mis Hermanas:

María José, Ana, Amalia y Armando.

Con cariño Fraternal.

A mi Amiga:

Yolanda Noelia Donaire.

Con la que he compartido momentos inolvidables y por la cual siento especial afecto y respeto.

María Elizabeth Kuan Rivas.

Dedicatoria

A mis adorados Padres:

Sr. Alberto Donaire

Sra. Yolanda Jarquín.

Por brindarme siempre su amor incondicional, y sobretodo apoyarme en este largo camino que hoy concluyo, gracias de corazón.

A mis queridos hermanos:

Claudia María Donaire.

Lucía Donaire.

Julio Alberto Donaire.

Con todo mi cariño fraternal.

A mi querida amiga:

María Elizabeth Kuan R.

Quien es para mí como una hermana, con ella he compartido muchas cosas y de quien he aprendido mucho, gracias pita por tu apoyo y amistad sincera que me has brindado siempre.

Yolanda Nohelia Donaire J.

INDICE

TEMAS	PAGINAS
<u>INTRODUCCION</u>	1
 <u>CAPITULO I:</u>	
<u>CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE EL</u>	
<u>COMERCIO ELECTRONICO: SU EVOLUCION</u>	
 1.- Desarrollo del Comercio Electrónico.	5
2.- Análisis de los diferentes conceptos del Comercio Electrónico. ...	15
3.- Elementos inherentes del mecanismo de funcionamiento del Comercio Electrónico.....	19
4.- Tipos de Transacciones del Comercio Electrónico.	21

CAPITULO II:

SEGURIDAD JURIDICA EN EL COMERCIO ELECTRONICO:

SUS VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

1.- Seguridad Jurídica en el Comercio Electrónico.	24
2.- Ventajas en el Comercio Electrónico.	29
2.1.- Para las empresas.	30
2.2.- Para los clientes.	33
3.- Desventajas del Comercio Electrónico.	35
4.- Medios para el consumo de bienes y servicios por medio del Comercio Electrónico.	37
5.- La Criptografía como medio de seguridad en el Comercio Electrónico.	41
5.1- Concepto de Criptografía.	41
5.2- Proceso de Encriptación.	43
5.3- Qué es el Protocolo SET?	44
5.3- Clasificación de métodos criptográficos.	46

CAPITULO III

LA FIRMA ELECTRONICA COMO ELEMENTO PRINCIPAL DEL COMERCIO ELECTRONICO.

1.- Aspectos Fundamentales de la Firma Electrónica.	47
2.- Concepto de la Firma Electrónica.	48
3.- Funcionamiento legal de la Firma Electrónica.	49
4.- Características de la Firma Electrónica.	50

CAPITULO IV

LA LEGISLACION EN EL COMERCIO ELECTRONICO

1.- Influencia de Diferentes Legislaciones en el Comercio Electrónico.	52
2.- Leyes que pueden regular el Comercio Electrónico en Nicaragua.	59
3.- Legislación y Jurisdicción Aplicable en el Derecho	

Comparado.62

CAPITULO V

ENCUESTAS:

**ANALISIS DE LA APROXIMACION QUE TIENEN LOS DIFERENTES
SECTORES QUE INTEGRAN EL CASCO URBANO DE LA CIUDAD
DE LEON SOBRE COMERCIO ELECTRONICO.67**

CONCLUSIONES.....75

RECOMENDACIONES.....79

GLOSARIO.....81

ANEXOS:

Anexo 1:

Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico

Con la guía para su Incorporación al Derecho Interno.83

Anexo 2:

Ley sobre Mensajes de datos y Firmas Electrónicas.....172

Anexo 3:

Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales.187

Anexo 4:

Ley de Defensa de los Consumidores.216

BIBLIOGRAFIA.....229

INTRODUCCION

Hoy en día se tiende a realizar un tipo de programación que permite al comerciante, presuntamente inexperto en cuanto a los temas de informática, manejar su tienda desde el navegador como lo haría desde el mostrador de su tienda física¹.

Abriendo así Internet un gran número de nuevas posibilidades para las empresas con iniciativa de crecimiento. Una de las más importantes es la posibilidad de habilitar un canal de ventas para promover y vender servicios y productos, o de manera corta, hacer comercio electrónico.

La gran mayoría de las empresas electrónicas exitosas no nacieron dentro de la web, conocido como Internet, por el contrario, son empresas que previamente contaban con un prestigio haciendo negocios de forma tradicional y que decidieron aprovechar las grandes posibilidades de la tecnología avanzada².

Asimismo debemos indicar que el fenómeno denominado Comercio Electrónico se encuentra dentro de un fenómeno social mayor que podemos denominar Sociedad Digital, que implica el acercamiento de las Tecnologías de la Información a nuestra realidad, por lo que el análisis del Comercio Electrónico no se debe hacer aislado de esta realidad, sino dentro del marco de la misma.

¹ Nunca se imaginaron nuestros ancestros de que evolucionaría de esta manera la tecnología hasta el punto de efectuar diversas operaciones domésticas y profesionales con tan solo un click.

² www.contelec.com

Sin duda, una de las formas que tiene un individuo de preservar su intimidad en el Comercio Tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo. Esta forma de pago, evita que el vendedor necesite, en modo alguno, conocer la identidad del comprador. Sin embargo, en las compras a través de Internet, normalmente debemos suministrar nuestros datos personales (nombre, dirección, etc.) junto con un número de tarjeta de crédito³.

Al suministrar esta información estamos expuestos a que se vincule nuestra identidad con el tipo de bienes o servicios que adquirimos. Esta información puede ser alquilada o vendida por el proveedor a otras compañías que se dediquen, por ejemplo, a la publicidad directa.

Dentro del tráfico económico en el mercado, entendido éste en sentido abstracto, merece una consideración especial una nueva modalidad que es la que se denomina como Comercio Electrónico.

Este Comercio Electrónico se vincula totalmente a la aparición de la denominada Sociedad de la Información, integrada por las redes informáticas y cuya manifestación más conocida hasta ahora es Internet.

En la lucha que emprenden los comerciantes y los industriales para atraer a la clientela hacia su establecimiento o hacia sus productos, estos recurren a muchas y muy variadas actividades. Una

³ <http://lac.derechos.apc.org/>

de ellas, como el anuncio, las promociones de ventas, las campañas de clientes, etc.; son perfectamente lícita y permisibles. Son actos usuales que no se traducen en un perjuicio indebido para un competidor. Van de acuerdo con las prácticas comerciales generalmente aceptadas en todas partes.

Pero existen otras que implican ventajas indebidas, provechos no legales que lesionan a la vez los intereses de los otros comerciantes y de los consumidores, entre los que tal conducta causa confusión. Tales actividades que se conocen con el nombre genérico de Competencia Desleal⁴, competencia ilícita o competencia ilícita o competencia deshonesta revisten complicadas y diversas formas, sobre todo en los tiempos modernos en que la sutileza empleada para ganar a la clientela de otro implica muchas veces la falsedad del acto desleal.

En uno de nuestros capítulos⁵ observaran unas encuestas que se realizaron a cien (100) personas del casco urbano de la ciudad de León, para hacer una aproximación al conocimiento que tienen los empresarios, ingenieros, administradores, estudiantes y demás miembros de la comunidad, sobre el uso del Comercio Electrónico, y

⁴ Tal es el caso de la condena de la empresa multimillonaria estadounidense Microsoft por competencia desleal por un tribunal de Brasil. Microsoft y TBA, que revende sus productos en Brasilia, fueron sancionadas por el Gobierno de Brasil con multas por prácticas de comercio desleal, después de que la investigación confirmara que el gigante informático estadounidense dio exclusividad a esta compañía entre 1998 y 2002. Microsoft se benefició de ese contrato de exclusividad [con TBA] para evitar participar en procesos de licitación Pública” y que, a su vez “TBA igualmente se benefició por ser la única a negociar con el Gobierno federal contratos para la venta de productos de Microsoft con descuentos. Si desea más información al respecto puede ingresar a la página web: <http://miarroba.com/foros/visitar.php>.
[www.el mundo.es](http://www.el_mundo.es)

⁵ Ver Capítulo V: Encuestas.

así observar que posibilidades tenemos de realizar una Ley que regule de manera eficiente esta materia.

Existen diversas ventajas y desventajas que vienen con la alta tecnología, dados estos conceptos y realidades preliminares desarrollamos el presente trabajo que hace un análisis de la realidad de América Latina, especialmente Nicaragua, para Comercio Electrónico⁶, para ello nos auxiliaremos de información obtenida en revistas, periódicos, leyes nacionales e internacionales, textos básicos relacionados al tema, navegación en Internet, entrevistas, encuestas y todo de cuanto dispongamos y éste a nuestro alcance, así como también analizaremos interesantes puntos que van ligado al tema en cuestión, iremos proporcionando las diversas soluciones que se han estado desarrollando y aquellas que podrían beneficiar un desarrollo mejor del Comercio Electrónico.

⁶ Autor: Pablo Martín Tartas: <http://www.cyberkyosco.com>

CAPITULO I

CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE EL COMERCIO ELECTRONICO: SU EVOLUCION.

1.- DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRONICO

El Comercio, actividad ancestral del ser humano, ha evolucionado de muchas maneras pero su significado y su fin es siempre el mismo. Según el diccionario consultor de economía, el Comercio es “el proceso y los mecanismos utilizados necesarios para colocar las mercancías, que son elaboradas en las unidades de producción, en los centros de consumo en donde se aprovisionan los consumidores, último eslabón de la cadena de comercialización. Es comunicación y trato”⁷.

En líneas generales, y con un sentido amplio, el comercio implica la investigación de mercado con el fin de interpretar los deseos del consumidor, la publicidad que anuncia la existencia del producto, la posibilidad de adquirirlo y en que lugar, a la vez que se utilizan los métodos de persuasión, la venta al por menor y finalmente, la adquisición por parte del público⁸.

Según lo expuesto, a través de los años han aparecido diferentes formas o tipos de Comercio. A principio de 1920, en los Estados Unidos apareció la venta por catálogo, impulsado por las

⁷ Cfr. Lozana, Curso de Informática jurídica.

⁸ Ver Anexo 3: Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales, Art. 9.

grandes tiendas de mayoreo.

Este sistema de venta, revolucionario para la época, consiste en un catálogo con fotos ilustrativas de los productos a vender. Este permite tener mejor llegada a las personas, ya que no hay necesidad de tener que atraer a los clientes hasta los locales de venta. Esto posibilitó a las tiendas poder llegar a tener clientes en zonas rurales, que para la época que se desarrollo dicha modalidad existía una masa de personas afectadas al campo.

Además, otro punto importante de esto es que los potenciales compradores pueden escoger los productos en la tranquilidad de sus hogares, sin la asistencia o presión, según sea el caso, de un vendedor. La venta por catalogo tomó mayor impulso con la aparición de las tarjetas de crédito; además de determinar un tipo de relación de mayor anonimato entre el cliente y el vendedor.

A mediados de 1980, con la ayuda de la televisión⁹, surgió una nueva forma de venta por catálogo¹⁰, también llamada venta directa. De esta manera, los productos son mostrados con mayor realismo, y con la dinámica de que pueden ser exhibidos resaltando sus características. La venta¹¹ directa es concretada mediante un teléfono y usualmente con pagos de tarjetas de crédito.

A principios de los años 1970, aparecieron las primeras

⁹ <http://www.m-and-c.com>

¹⁰ <http://www.compare.com>

¹¹ <http://www.m-and.c.com>; <http://www.compare.com>; <http://jingo.excite.com>; <http://www.bermanet.es>

relaciones comerciales que utilizan una computadora para transmitir datos. Este tipo de intercambio de información, sin ningún tipo de estándar, trajo aparejado mejoras de los procesos de fabricación en el ámbito privado, entre empresas de un mismo sector. Es por eso que se trataron de fijar estándares para realizar este intercambio, el cual era distinto con relación a cada industria. Un ejemplo conocido de esto es el caso del Supermercado mayorista Amigazo.

A mediados de los años 1980 esta empresa desarrolló un sistema para procesar órdenes de pedido electrónico, por el cual los clientes de esta empresa emitían órdenes de pedido desde sus empresas y esta era enviada en forma electrónica.

Esta implementación trajo importantes beneficios a Amigazo, ya que se eliminaron gran parte de errores de entregas y se redujeron los tiempos de procesamiento de dichas órdenes. El beneficio fue suficiente como para que la empresa Amigazo instalara un equipo a sus clientes habituales.

Por otra parte, en el sector público el uso de estas tecnologías para el intercambio de datos tuvo su origen en las actividades militares. A fines de los años 1970, el Ministerio de Defensa de Estados Unidos inició un programa de investigación destinado a desarrollar las técnicas y tecnologías que permitiesen intercambiar de manera transparente paquetes de información entre diferentes redes de computadoras, el proyecto encargado de diseñar esos protocolos de comunicación se llamó “Internetting Project” (de este proyecto de

investigación proviene el nombre del popular sistema de redes), del cual surgieron el TP/IP (transmisión Control Protocol) que fueron desarrollados conjuntamente por Vinton Cerf y Robert Khan y son los que actualmente se emplean en Internet.

A través de este proyecto se logró estandarizar las comunicaciones entre computadoras y en 1990¹² aparece un nuevo servicio, la WWW (World Wide Web, Telaraña Global), cuando un grupo de investigadores en Ginebra, Suiza, ideó un método a través del cual empleando la tecnología de Internet enlazaban documentos científicos provenientes de diferentes computadoras, a los que podían integrarse recursos multimedia (texto, gráficos, música, entre otros). Lo más importante de la WWW es su alto nivel de accesibilidad, que se traduce en los escasos conocimientos de informática que exige de sus usuarios.

Según el Ing en Sistema Mario David Fletes¹³, el Comercio Electrónico se originó en Estados Unidos en los años '60, sin embargo este ha manejado una evolución muy sorprendente, en la cual sus cambios han sido sumamente rápidos, por lo cual se establece que para este año constituirá entonces cerca del 10% del comercio mundial.

¹² Las comunicaciones son parte de un proceso de cambios que empezó a vivir el país a principios de los '90 con la privatización de las telecomunicaciones. Este es el punto de partida, ya que de ahí se empezaron las actualizaciones en el campo de las telecomunicaciones, se han dado pasos hacia la modernización de la comunicación, pero todavía nos falta camino por recorrer, lo más importante es que cada día más nicaragüenses tienen acceso a esta.

¹³ Entrevista; Ing. Mario David Fletes, Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro Financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER), León – Nicaragua.

El desarrollo de estas tecnologías y de las telecomunicaciones ha hecho que los intercambios de datos crezcan a niveles extraordinarios, simplificándose cada vez más y creando nuevas formas de comercio, y en este marco se desarrolla el Comercio Electrónico.

El origen de las redes¹⁴, que significa Internet, es cívico – militar y estadounidense. En plena guerra fría, la preocupación de disponer de un sistema de comunicaciones que pudiera sobrevivir a la explosión de una bomba atómica desembocó en la creación de una red de computadoras descentralizada, en la que los mensajes utilizaban diversas rutas para viajar de un punto a otro. A esta primera red se fueron uniendo otras que fueron superponiendo sus propios intereses (científicas, académicas, comerciales), hasta convertirse en lo que es Internet en la actualidad: un entramado de computadoras y redes conectadas entre sí.

Las redes mundiales de información están transformando al mundo y acercando más a la gente a través de la innovación de las comunicaciones mundiales, lo cual posibilita cambios en todos los ámbitos de la actividad humana, por ejemplo la competitividad, el empleo y la calidad de vida de las naciones.

Con las nuevas tecnologías, el tiempo y la distancia dejan de ser obstáculos, los contenidos pueden dirigirse a una audiencia masiva o a un pequeño grupo de expertos y buscar un alcance mundial o

¹⁴ Ver Anexo 3. Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales. Art. 3.

meramente local. Las redes mundiales de información, como Internet no conoce fronteras.

Por lo tanto Internet es un medio de comunicación¹⁵ global, que permite el intercambio de información entre los usuarios conectados a la red y que conecta a unos ocho (8) millones de servidores encargados de servicios de información y de todas las operaciones de comunicación y de retransmisión; llega a unos doscientos cincuenta (250) millones de usuarios en más de cien (100) países. Internet ofrece una oportunidad única, especial y decisiva a organizaciones de cualquier tamaño.

La rápida difusión y el gran interés en el mundo de la informática, ha permitido la creación de tecnología Internet/Web, una herramienta fundamental para redes de computadoras y sus usuarios. Internet ofrece un nuevo mercado que define la “economía digital”. Los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, sean con fines comerciales o sociales. La apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas.

Los avances en tecnologías y comunicaciones digitales están creando en algunos sectores una “economía sin fronteras”. En este nuevo contexto económico internacional, el conocimiento será un factor de producción más importante que el trabajo, el capital o las

¹⁵ Ver Anexo 3: Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales. Art. 1.

materias primas. Dentro de este contexto, Internet es la fuente generadora de una tendencia revolucionaria en el comercio, cuyos efectos son difíciles de predecir. Con el fulminante crecimiento en los últimos años de las autopistas de la información, esta nueva forma de intercambiar bienes y servicios a través de redes informáticas ha generado el denominado Comercio Electrónico. Tanto las cifras como el entusiasmo que existe acerca del Comercio Electrónico requieren un cuidadoso examen de sus consecuencias y efectos a corto, mediano y largo plazo. En especial, se deberá actuar con precaución pues es sabido que las consecuencias no queridas de los inventos y desarrollos de la tecnología solo se notan a largo plazo¹⁶.

En la práctica, las empresas están comenzando a usar Internet como un nuevo canal de ventas, sustituyendo las visitas personales, correo y teléfono por pedidos electrónicos, ya que gestionar un pedido por Internet cuesta 5% menos que hacerlo por vías tradicionales. Nace entonces el Comercio Electrónico, como una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño empresarial.

Sin embargo, la aparición del comercio electrónico obliga claramente a replantearse muchas cuestiones del Comercio Tradicional, surgiendo nuevos problemas, e incluso agudizando algunos de los ya existentes. En ese catálogo de problemas, se plantean cuestiones que van, desde la validez legal de las

¹⁶Entrevista; Ing. Mario David Fletes, Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro Financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER), León – Nicaragua.

transacciones y contratos sin papel, la necesidad de acuerdos internacionales que armonicen las legislaciones sobre Comercio, el control de las transacciones internacionales, incluido el cobro de impuestos; la protección de los derechos de propiedad intelectual, la protección de los consumidores en cuanto a publicidad engañosa o no deseada, fraude, contenidos legales y uso abusivo de datos personales, hasta otros provocados por la dificultad de encontrar información en Internet, comparar ofertas y evaluar la fiabilidad del vendedor y del comprador en una relación electrónica, la falta de seguridad de las transacciones y medios de pagos electrónicos, la falta de estándares consolidados, la proliferación de aplicaciones y protocolos de Comercio Electrónico incompatibles y la congestión de Internet.

Es de gran importancia descifrar la palabra “tecnología”¹⁷, la cual está compuesta por “tecno”, que significa habilidad técnica o pericia, y “logía”, que significa conocimiento intencionado, sistematizado y organizado. Puede decirse, además que es a partir de la segunda mitad del siglo XVIII que se comienza a utilizar esta expresión. En esa época surgieron las primeras escuelas técnicas y politécnicas en Alemania, Francia y Gran Bretaña, y entre 1750 y 1760 Diderot y D’Alembert publicaron el primer libro sobre tecnología titulado “Encyclopédie”¹⁸.

¹⁷ Palabra que a nuestro pensar significa avance, pero un avance tanto positivo como negativo; positivo porque tanto en el comercio como en la medicina ha desarrollado muchos logros que benefician a la humanidad, lo cual nos sorprende cada vez más, negativo, porque la han usado en aspectos malos como bombas nucleares o como virus que destruyen y dejan en quiebra a una empresa multimillonaria, son millones los casos que se han vistos por medio de este problema, sin descartar que pueden existir peores, como por ejemplo el robo a un banco a través de Internet.

¹⁸ Cfr. Bunge, Social science under debate, y La Ciencia, su método y su filosofía.

El Comercio Electrónico se desarrolla en cinco (5) etapas:

1. PRIMERA ETAPA: la primera parte del desarrollo de Internet abarca su creación hasta el momento en que diversas empresas comienzan a utilizarla con fines de lucro. A inicios de los años sesenta diversas universidades y el gobierno de Estados Unidos buscan las formas de crear una red que transporte información digitalizada y fraccionada desde un punto a otro a través de un sistema descentralizado.
2. SEGUNDA ETAPA: se caracteriza por la ausencia de herramientas de trabajo efectivas. Si bien existían numerosas aplicaciones no había un software¹⁹ confiable y estandarizado. Esta etapa suele denominarse como una etapa democrática, ya que se encontraban pocos medios para interactuar en la red, y es por estos motivos que grandes y pequeñas empresas se encontraban en igualdad de condiciones. En esta etapa el uso de Internet no era visto como un recurso comercial atractivo. El modo de operar estaba dado por las transferencias que las empresas hacían de su material disponible en la red. Eventualmente algunas de ellas ofertaban sus productos, pero para realizar cualquier operación comercial se debía, o bien acudir a un lugar físico, o bien hacer uso del teléfono, fax u otro medio de comunicación.

¹⁹ Software: permite crear y administrar un catálogo de productos, los cuales se pueden añadir a un carrito de compras y que el él sean fácilmente configurables los impuestos, costos de envío y modos de pago y un formulario seguro para obtener los datos del cliente y si desea, realizar cargos a su tarjeta de crédito.

3. TERCERA ETAPA: A partir de los años noventa tanto el hardware como software alcanzan un mayor grado de desarrollo, haciendo posible la utilización de interfases gráficas y ofreciendo mayor seguridad y velocidad. Esto permitió por primera vez una interacción real y fluida a través de la red. La red deja de ser patrimonio exclusivo de científicos, gobiernos, o instituciones educativas, abriéndose al público en general y a las empresas que comienzan a hacer uso de este medio, publicando, viendo y comprando información.

4. CUARTA ETAPA: Esta etapa se hace presente a partir de mil novecientos noventa y cinco (la fecha puede ser arbitraria), momento a partir del cual comienza un crecimiento exponencial de la red. Se produce un aumento en la infraestructura disponible, contándose con mayor cantidad de recursos y mayor velocidad de accesos, a lo que hay que agregar las ventajas dadas por el software que permite sumar sonido y movimiento, mejorando la seguridad de las transacciones. Es en esta etapa donde el Comercio Electrónico se desarrolla a través de tres vertientes:

- Empresas que ya mantenían lazos comerciales y deciden utilizar la red para realizar sus operaciones comerciales, para mejorar la eficiencia y fluidez de una relación comercial preexistente.
- Empresas y personas innovadoras que comienzan a realizar operaciones comerciales percibidas como no riesgosas.

- Empresas y personas que utilizan la red para obtener información sobre bienes y servicios ofrecidos.

5. QUINTA ETAPA: La adopción definitiva marca la etapa final en la cual no existen mayores problemas de capacidad, velocidad o seguridad. Con respecto al Internet aquí ya no se encuentra el antiguo espíritu democrático. Son diversas las maneras de poder acceder al Comercio Electrónico, existiendo formas sencillas, por ejemplo: ofrecer bienes y servicios a través de empresas preestablecidas o por medio de la creación de una página web propia.

2.-ANALISIS DE LOS DIFERENTES CONCEPTOS DEL COMERCIO ELECTRONICO

El Comercio Electrónico es una de las modalidades propias de la contratación mercantil, la que se ha desarrollado muchísimo en los últimos años debido al desarrollo tecnológico, atrás a quedado la actividad de los comerciantes de la edad media quienes ofertaban sus bienes en basares de lugar en lugar, cargando personalmente sus productos.

Son muchos los estudiosos que han tratado de definir esta nueva modalidad mercantil pero aún no se tiene una definición precisa sobre el tema, por ser éste de rápida evolución comercial²⁰; pero para

²⁰ Navas Mendoza, Azucena. Curso Básico de Derecho Mercantil. León, Nicaragua. ED Universitaria. UNAN- León. Pág. 143 a 151.

entender mejor la elaboración de este trabajo es indispensable conocer algunas definiciones de lo que es Comercio Electrónico.

Se puede considerar que el principal ítem a analizar primeramente es la definición de Comercio Electrónico, la cual puede ir desde la definición restrictiva: “El Comercio Electrónico es el pago electrónico dentro de Internet, de un bien adquirido por Internet”; a una definición abierta, que indica que: “El Comercio, es el intercambio de bienes y servicios por medios electrónicos, siendo su pago posible también por dicho medio, la cual no es más que cualquier actividad de intercambio comercial en la que las órdenes de compra/venta y pagos se realizan a través de cualquier medio telemático, los cuales incluyen servicios financieros y bancarios suministrados por Internet.

La Organización Mundial de Comercio, define Comercio Electrónico: “Producción, publicidad, venta y distribución de productos vía redes de telecomunicación”. El Comercio Electrónico es como parte del comercio que se desarrolla a través de redes (cerradas y abiertas), mediante la relación entre oferta y demanda, para la cual se utilizan herramientas electrónicas y telecomunicaciones, con el objeto de agilizar el proceso comercial por medio de la reducción de tiempos y costos. Abarca por tanto, todas las formas en que puede desarrollarse el comercio, es decir, entre estados y empresas, entre estados y particulares, entre empresas y consumidores²¹.

²¹ Ver Anexo 4: Ley de Defensa de los Consumidores. Art. 2.

El Comercio Electrónico es la venta²² a distancia aprovechando las grandes ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías de la información, como la ampliación de la oferta, la interactividad y la inmediatez de la compra, con la particularidad de que se puede comprar y vender a quién se quiera, dónde y cuándo se quiera. Es toda forma de transacción comercial o intercambio de información, mediante el uso de Nueva Tecnologías de Comunicación entre empresas, consumidores y administración pública.

Algunos expertos opinan que en cierta forma el Comercio Electrónico comenzó antes de Internet, mediante transacciones comerciales por teléfono y fax, pero el desarrollo de la web global motivó que alcanzara mayor auge por su rapidez de operación. Su acepción más general es “acercar el comprador al fabricante por medios electrónicos”, lo cual implica eliminación de intermediarios, reducir costos y una filosofía diferente en la forma de comprar y vender.

Para especialistas como Juan Fernández, coordinador de la Comisión Nacional de Comercio Electrónico de Cuba, puede definirse como “cualquier forma de transacción de negocios en la cual las partes interactúan electrónicamente en lugar de hacer contacto físico directo”.

Según estudios de situaciones del Comercio Electrónico de España, lo definen en sentido amplio como: “cualquier forma de

²² Ver Anexo 4: Ley de Defensa de los Consumidores. Art. 25.

transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como el Internet”. En este sentido el concepto del Comercio Electrónico no solo incluye la compraventa de bienes, información o servicios, sino también el uso de la red para actividades anteriores o posteriores a la venta como son:

- a. Publicidad
- b. Búsqueda de información sobre productos, proveedores, etc.
- c. Negociación entre comprador y vendedor sobre el precio y condiciones de entrega.
- d. Atención al cliente antes y después de la venta.
- e. Complementación de trámites administrativos relacionados con la actividad comercial.
- f. Colaboración entre empresas con negocios comunes (a largo plazo o solo de forma coyuntural).

También podemos decir, según el autor que consultemos, que nos encontramos en la Era de la Información o en la Era del Conocimiento²³, las que se ofrecen posibilidades de explosiones creativas a partir de la información disponible, merced a la inmediatez y rapidez de interacción en las redes que permiten el acceso masivo a ese conocimiento, entendido éste más allá del mejor conocimiento asequible o conocimiento científico, que, por supuesto, no es el único

²³ Según la nomenclatura que surge de los trabajos de Penrose, *Shadows of the mind. A search for the missing science of consciousness*, y *The Emperor's new mind*.

posible²⁴.

Podríamos alegar que estamos viviendo la Era del Aprendizaje debido a la enorme cantidad de cosas que se aprenden en poco tiempo, al punto de la exacerbación de la cuestión, pues se puede afirmar que un alto porcentaje de la población está empleada actualmente en oficios que no existían cuando nacieron²⁵.

O quizás se puede decir, por ejemplo, que estamos en presencia de la Era del Fin del Trabajo, en vista de que se ha afirmado que “en los próximos años nuevas y más sofisticadas tecnologías informáticas basadas en la información y en el empleo de los ordenadores llevarán a la civilización a situaciones cada vez más próximas a la desaparición del trabajo”²⁶.

3.- ELEMENTOS INHERENTES DEL MECANISMO DE FUNCIONAMIENTO DEL COMERCIO ELECTRONICO

Desde este punto de vista se pueden establecer dos categorías de Comercio Electrónico: Indirecto y Directo. *En el Primero*, se realiza la selección y pedido de las mercancías, insumos o materiales primas por medios electrónicos y se envían al cliente final por los canales tradicionales, lo cual requiere una logística de apoyo en transporte e

²⁴ Popper, In search of a better world. Lectures and essays from thirty years, p.9 a 75.

²⁵ Las tecnologías de la información, de la televisión a los ordenadores y cualquier combinación de las mismas, nos abren un amplio abanico de oportunidades para tomar medidas en la mejora de calidad del entorno del aprendizaje.

²⁶ Riskin, The end of work. The decline of the global labor force and the post-market era. P. 17.

infraestructura. *En la Segunda*, la selección, pedido, envío y pago²⁷ se realiza totalmente en línea, a través de la misma red mundial, lo cual abarata considerablemente los costos para el fabricante o distribuidor.

Este tipo de Comercio Electrónico sólo puede realizarse, evidentemente, con mercancías denominadas “intangibles”, cuyo ciclo total de venta, pago y entrega puede realizarse por Internet: videos, fotos, libros, revistas, programas de computación y música; siendo los elementos que hacen posible el éxito comercial en Internet: consumidores, proveedores, clientes, empresas, suministradores de tecnologías, gobiernos²⁸.

Es necesario mencionar que existe diversidad de problemas que se han originado a medida que se va implementando el Comercio Electrónico dentro de los cuales podemos señalar los más importantes: globalización, apertura contractual y financiera, propiedad, privacidad, seguridad y riesgo²⁹.

4.- TIPOS DE TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRONICO

- I. “Business to business” (entre empresas): se refiere a una compañía que hace uso de una red para hacer ordenes de compra a sus proveedores, recibir facturas y realizar los pagos

²⁷ Ver Anexo 4: Ley de Defensa de los Consumidores. Art. 26.

²⁸Entrevista; Ing. Mario David Fletes, Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER), León – Nicaragua.

²⁹Entrevista; Ing. Mario David Fletes, Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER), León – Nicaragua.

correspondientes. Esta categoría ha sido utilizada por muchos años, particularmente haciendo uso de EDI³⁰ (Electronic Data Interchange) sobre redes privadas o redes de valor agregado. Se está convirtiendo en la espina dorsal de los sistemas de gestión, procuraduría y compra-venta de gobiernos y corporaciones, los cuales planean utilizar la tecnología de Internet para perfeccionar la forma en que tratan con suministradores y clientes.

Por su parte, las instituciones financieras también están lanzándose a la red mundial de forma significativa, y pronto esta será la forma corriente de pagar y cobrar cuentas, transmitir facturas y manejar todas las demás transacciones que fluyen a través de las economías nacionales y por supuesto, la global; hay que indicar que en Latinoamérica se encuentra en fase de pleno desarrollo, y que aun muy pocas empresas utilizan la potencialidad de esta opción.

Las empresas pueden intervenir como compradoras o vendedoras, o como proveedoras de herramientas o servicios de soporte para el Comercio Electrónico, instituciones financieras, proveedores de servicios de Internet, etc.

II. “Business to consumers” (entre empresa y consumidor): Se puede comparar con la venta al detalle de manera electrónica. Esta categoría ha tenido gran aceptación y se ha ampliado sobre manera, gracias al WWW, ya que existen diversos centros

³⁰ EDI: Intercambio Electrónico de Datos. Pretende abarcar también el supuesto de la revocación o modificación de un mensaje de datos. Se supone que el contenido de un mensaje de datos es variable, pero ese mensaje puede ser revocado o modificado por otro mensaje de datos.

comerciales por todo Internet ofreciendo toda clase de bienes de consumo, que van desde pasteles y vinos hasta computadoras, las empresas venden sus productos y prestan sus servicios a través de un sitio web a clientes que los utilizarán para uso particular. Esta fue la modalidad de mayor desarrollo inicial, en la cual se utiliza Internet y el correo electrónico para sustituir la compra por catálogo, la mayoría de empresas están apostando en un futuro próximo (sobre todo las pequeñas y medianas empresas); la expectativa de esta variante de Comercio Electrónico, se centra en que el usuario latino crezca en su volumen.

Los productos se entregan generalmente por correo y lo nuevo con Internet es que el minorista –o mayorista- se ahorra el costo de producir, imprimir y enviar por correo sus catálogos.

III. “Consumers to consumers” (entre consumidor y consumidor): es factible que los consumidores realicen operaciones entre sí, tal es el caso de los remates en línea.

IV. “Consumers to administrations” (entre consumidor y administración): aún no ha nacido, sin embargo después del nacimiento de las categorías compañía – cliente y compañía – administración, el gobierno hará una extensión para efectuar interacciones electrónicas como serían pagos de asistencia social y regreso de pago de impuestos. Los ciudadanos pueden interactuar con las Administración Tributarias a efectos de

realizar la presentación de las declaraciones juradas y/o el pago de los tributos, obtener asistencia informativa y otros servicios.

V. “Business to administrations” (entre empresa y administración):
las administraciones públicas actúan como agentes reguladores y promotores del Comercio Electrónico y como usuarios del mismo.

CAPITULO II

SEGURIDAD JURIDICA EN EL COMERCIO ELECTRONICO: SUS VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

1.- SEGURIDAD JURIDICA EN EL COMERCIO ELECTRONICO

La seguridad en el Comercio Electrónico y específicamente en las transacciones comerciales es un aspecto de suma importancia. Para ello es necesario disponer de un servidor seguro a través del cual toda información confidencial es encriptada y viaja de forma segura, esto brinda confianza tanto a proveedores como a compradores que hacen del Comercio Electrónico su forma habitual de negocios.

Al igual que en el Comercio Tradicional, existe un riesgo en el Comercio Electrónico, al realizar una transacción por Internet, el comprador teme por la posibilidad de que sus datos personales (nombre, dirección, número de tarjeta de crédito, etc.) sean interceptados por “alguien”, y suplante así su identidad; de igual forma el vendedor necesita asegurarse de que los datos enviados sean de quien dice serlos.

Son tantos los riesgos de seguridad de la información en el Comercio Electrónico que existen según el Ing. Colston³¹ que se pueden clasificar por su procedencia en tres categorías:

³¹Entrevistas; Ing. Edgar Delgado Colston, Programador en Red Social, Managua – Nicaragua.

- Errores involuntarios de personas y/o máquinas.
- Desastres naturales.
- Ataques voluntarios.

Por tales motivos se han desarrollado mecanismos que proveen servicio de seguridad para transacciones por Internet: Intercambio de autenticación, cifrado, integridad de datos, control de acceso, encriptación firma digital y certificado de calidad, que garantizan la confidencialidad y autenticidad respectivamente³². Las tecnologías aplicadas a la seguridad en redes están en su fase de desarrollo inicial según el Ing. Colston³³ especialmente por dos motivos:

- La mayoría de sistemas operativos están pensados para arquitecturas mainframe/Terminal y no para arquitecturas cliente/servidor que se utilizan actualmente.
- No existen estándares ni organizaciones mundiales aceptadas por todas las empresas proveedoras de seguridad.

El objetivo de la seguridad³⁴ en las redes no debe de ser únicamente el de proteger los datos transmitidos sino³⁵, también, evitar el acceso a diversos elementos de la red que pudieran ser atacados. Según numerosos autores, los ataques a las redes de

³²Entrevista; Ing. Mario David Fletes, Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro Financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER), León – Nicaragua.

³³Entrevistas; Ing. Edgar Delgado Colston, Programador en Red Social, Managua – Nicaragua.

³⁴ Seguridad que según nuestro pensar puede ser violada o infiltrada por los llamado hacker's, los cuales no pierden su tiempo para saciar su curiosidad de crear los famosos virus, provocando así su propósito, la quiebra de un establecimiento.

³⁵ Kahn, The Codebreakers: the story of the secret writing.

telecomunicaciones pueden ser clasificados en activos y pasivos³⁶.

Es innegable que Internet se ha transformado en una inmensa fuente de información de acceso universal que ejerce una importante influencia en la educación y en el ámbito sociocultural, a la vez que presenta buenas perspectivas en el ámbito del Comercio. Se trata de un importante foro donde se desarrollan numerosas actividades, la mayoría de las cuales son realizadas con fines legítimos y provechosos; pero obviamente, también se llevan a cabo actividades ilícitas y conductas socialmente no aceptable. Por ello, el tema de la seguridad en las redes es un tópico fundamental en los ámbitos académicos, internacionales, tanto tecnológicos como jurídicos.

Con la encriptación³⁷ la información transferida solo es accesible por las partes que intervienen (comprador, vendedor y sus dos bancos). La firma digital, evita que la transacción sea alterada por terceras personas sin saberlo. El certificado digital, que es emitido por un tercero, garantiza la identidad de las partes.

Dentro del aspecto de seguridad es muy importante considerar el Protocolo SET³⁸ el cual es un conjunto de especificaciones

³⁶ Entre los activos están comprendidos: a) interrupción, cuando algún elemento del sistema es puesto fuera de servicio; b) modificación: cuando alguien no autorizado, tras haber accedido a un mensaje o a cualquier elemento de la red, altera su contenido, y c) fabricación: cuando alguien no autorizado, falsificando su identidad, inserta información en el sistema.

³⁷ Significa aplicarle un algoritmo que, con relación a una cierta variable (clave de encriptación), lo transforma en otro texto incomprensible e indescifrable por parte de quien no posee la clave. La función es reversible, por lo cual la aplicación del mismo algoritmo y de la misma clave del texto original. La encriptación ha sido inventada y utilizada originalmente para fines de seguridad en las transmisiones de mensajes militares.

³⁸ Protocolo SET: Secure Electronic Transactions (Seguridad en Transacciones Electrónicas).

desarrolladas por VISA y MASTERCARD, con el apoyo y asistencia de GTE, IBM, Microsoft, Netscape, etc., permitirán el desarrollo del Comercio Electrónico, en el seno de Internet y otras redes públicas, de forma segura para todos los participantes, usuario final, comerciante, entidades financieras, administración de tarjetas y propietarios de marcas de tarjetas.

Una serie de medidas contra el “crimen cibernético”, incluida la creación de un directorio único de autoridades de investigación y persecución de este delito, propuso al secretario general de la Organización de Estados Americanos (OEA), el chileno José Miguel Insulza.

Entre las medidas a adoptar contra los delincuentes de Internet, sugirió la consolidación de un sistema integral de comunicación con un fluido intercambio de información.

Aseguró que mantener y perfeccionar la ya creada “Red de Emergencia 24horas/7días” constituye un valioso instrumento para que los países de las Américas puedan intercambiar experiencias y conocimientos sobre actos que atenten contra la seguridad del espacio cibernético. Para Insulza, los delitos informáticos constituyen por esencia un peligro de carácter internacional³⁹.

Existiendo problemas jurídicos o legales que surgen por motivos del Comercio Electrónico, podemos mencionar: la validez legal de las

³⁹ Diario La Prensa. Managua, miércoles 1 de marzo 2006. p. 8C: Tecnología.

transacciones y contratos sin papel; la necesidad de acuerdos internacionales que armonicen las legislaciones sobre Comercio de los diferentes países; los impuestos aplicables a las transacciones por el ciberespacio; a la protección de los derechos de propiedad intelectual en la red; la protección de los consumidores, los contenidos ilegales y uso abusivo de información o datos personales y/o secretos comerciales. Además, se dan otros de carácter penal por motivo de los fraudes realizados a través del Internet, la penetración de información confidencial o secretos comerciales a través de la misma red, los grandes daños y perjuicios causados por la difusión de cualquier virus computacional, pornografía infantil, etc.⁴⁰.

Para el Ing. Colston⁴¹ es necesario mencionar los pasos a seguir para desarrollar una política de seguridad de los cuales los más importantes son:

- a. Evaluar los tipos de riesgos de una información.
- b. Identificar las vulnerabilidades del sistema y posibles respuestas, incluyendo vulnerabilidades vía clientes, vulnerabilidad interna. Las posibles respuestas incluirán la información encriptada y autenticación de usuarios por medio de contraseñas y biométricamente.
- c. Analizar las necesidades de grupos de usuarios.
- d. Escribir la política.
- e. Desarrollar un procedimiento para reexaminar la política por los

⁴⁰Entrevistas; Ing. Mario David Fletes, Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro Financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER), León – Nicaragua.

⁴¹Entrevista; Ing. Edgar Delgado Colston, Programador en Red Social, Managua – Nicaragua.

cambios que son realizados.

f. Escribir un plan de implementación.

2.- VENTAJAS EN EL COMERCIO ELECTRONICO

2.1.- PARA LAS EMPRESAS

Más allá de estas cautelas, los negocios electrónicos van a traer aparejadas muchas ventajas respecto de la forma tradicional de comerciar. En primer lugar, producirán una drástica reducción de los costos operativos en las transacciones comerciales. Tradicionalmente, una operación comercial requiere la intermediación de personas, el uso de papel, la pérdida de tiempo y costos fijos.

La automatización que traen las computadoras conectadas a la red permite ahorrar tiempo y dinero. Además, ello permite operar a nivel mundial las 24 horas de los 365 días del año. Asimismo, se generarán nuevas oportunidades de negocios, tanto para los consumidores y usuarios como para las empresas. Para ambos, el mercado se potencia con una cantidad y variedad impresionante de nuevos productos, que se pueden adquirir en cualquier parte del planeta. Por lo tanto la agilidad, eficiencia y economía, son los principales beneficios de la automatización de los servicios gracias al desarrollo tecnológico que el sector industrial genera⁴².

Las empresas a su vez llegan a consumidores y lugares nunca antes soñados. Y también surgen nuevas oportunidades de negocios,

⁴² Ver: Diario LA PRENSA; Suplemento Telecomunicaciones; Jueves 23 de Marzo del 2006, p.8.

nuevos desarrollos para programadores (diseños de páginas web, provisión de accesos a Internet, alquiler de espacios virtuales, etc.). Por último, en el Comercio Electrónico no se requiere una infraestructura física sofisticada para poder operar.

Existen múltiples ventajas para las empresas, de las cuales mencionaremos las más importantes:

- *Mejoras en la distribución* La Web ofrece a ciertos tipos de proveedores (industria del libro, servicios de información, productos digitales) la posibilidad de participar en el mercado interactivo, en el que los costos de distribución o ventas tienden a cero. Por poner un ejemplo, los productos digitales (software) pueden entregarse de inmediato, dando fin de manera progresiva al intermediarismo.
- *Compradores y vendedores se contactan entre sí de manera directa.* Eliminando así restricciones que se presentan en tales interacciones. De alguna forma esta situación puede llegar a reducir los canales de comercialización, permitiendo que la distribución sea eficiente al reducir sobre costo derivado de la uniformidad, automatización e integración a gran escala de sus procesos de administración. De igual forma se puede disminuir el tiempo que se tardan en realizar las transacciones comerciales, incrementando la eficiencia de las empresas.
- *Comunicación de mercadeo.* Actualmente, la mayoría de las empresas utiliza el Web para informar a los clientes sobre compañía, a parte de sus productos o servicios, tanto mediante

comunicaciones internas como con otras empresas y clientes. Sin embargo, la naturaleza interactiva del Web ofrece otro tipo de beneficios conducentes a desarrollar las relaciones con los clientes. Este potencial para la interacción facilita las relaciones de mercadeo así como el soporte al cliente, hasta un punto que nunca hubiera sido posible con los medios tradicionales. Un sitio Web se encuentra disponible las 24 horas del día bajo demanda de los clientes. Las personas que realizan el mercadeo pueden usar el Web⁴³ para retener a los clientes mediante un diálogo asincrónico que sucede a la conveniencia de ambas partes.

Esta capacidad ofrece oportunidades sin precedentes para ajustar con precisión las comunicaciones a los clientes individuales, facilitando que éstos soliciten tanta información como deseen. Además, esto permite que los responsables del área de mercadeo obtengan información relevante de los clientes con el propósito de servirles de manera eficaz en las futuras relaciones comerciales. Los sitios Web más sencillos involucran a los clientes mediante botones para enviar mensajes de correo electrónico a la empresa.

En otros centros más sofisticados, los clientes rellenan formularios, con el objeto de que desarrollen una relación continua con la compañía, cuyo fin es informar tanto sobre los productos y servicios como obtener información sobre las necesidades que los clientes

⁴³ [Http://www.cavecom-e.org.ve/bin_cavecome/main/templates/seccion.as](http://www.cavecom-e.org.ve/bin_cavecome/main/templates/seccion.as)
[Http://www.eniac.com/notiedi.htm](http://www.eniac.com/notiedi.htm)
<http://www.petrolatin.com/ci/legislacion/leyes/asp>
<http://www.xpaces.com/ce/>

sobre los mismos. De esta manera, se obtiene publicidad, promoción y servicio al cliente a la medida.

El Web también ofrece la oportunidad de competir sobre la base de la especialidad, en lugar de hacerlo mediante el precio, ya que desde el punto de vista del mercadeo, rara vez es deseable competir tan sólo en función del precio. El mercadeo intenta satisfacer las necesidades de los clientes en base a los beneficios que buscan, lo que quiere decir que el precio depende de la valorización del cliente, y no de los costos; tales oportunidades surgen cuando lo ofrecido se diferencia por elementos de mercadeo de distintos al precio, lo cual produce beneficios cargados de valor, como por ejemplo, la comodidad producida por el reparto directo mediante la distribución electrónica de software.

- *Beneficios operacionales.* El uso empresarial del Web reduce errores, tiempo y sobrecostos en el tratamiento de la información. Los proveedores disminuyen sus costos al acceder de manera interactiva a las bases de datos de oportunidades de ofertas, enviar éstas por el mismo medio, y por último, revisar de igual forma las concesiones; además, se facilita la creación de mercados y segmentos nuevos, el incremento en la generación de ventajas en las ventas, la mayor facilidad para entrar en mercados nuevos, especialmente en los geográficamente remotos, y alcanzarlos con mayor rapidez.

Todo esto se debe a la capacidad de contactar de manera sencilla y a un costo menor a los clientes potenciales, eliminando demoras entre las diferentes etapas de los subprocesos empresariales. En síntesis existe:

1. Reducción de costo real al hacer estudio de mercado.
2. Desaparecen los Límites geográficos y de tiempo.
3. Disponibilidad las 24 horas del día, 7 días a la semana, todo el año.
4. Reducción de un 50% en costos de la puesta en marcha del Comercio Electrónico, en comparación con el Comercio Tradicional.
5. Hacer más sencilla la labor de los negocios con sus clientes.
6. Reducción considerable de inventarios.
7. Agilizar las operaciones del negocio.
8. Proporcionar nuevos medios para encontrar y servir a clientes.
9. Incorporar internacionalmente estrategias nuevas de relaciones entre clientes y proveedores.
- 10.Reducir el tamaño del personal de la fuerza.
- 11.Reducción de precios por el bajo costo del uso de Internet en comparación con otros medios de promoción, lo cual implica mayor competitividad.
- 12.Menos inversión en los presupuestos publicitarios.
- 13.Cercanía a los clientes y mayor interactividad y personalización de la oferta.
- 14.Desarrollo de ventas electrónicas.

15. Globalización y acceso a mercados potenciales de millones de clientes.

16. Implantar tácticas en la venta de productos para crear fidelidad en los clientes.

2.2.- PARA LOS CLIENTES:

- *Permite El acceso a más información:* La naturaleza interactiva del web y su entorno hipertexto permiten búsquedas profundas no lineales que son iniciadas y controladas por los clientes, por lo tanto las actividades de mercadeo mediante el Web están más impulsadas por los clientes que aquellas proporcionadas por los medios tradicionales.
- *Facilita la investigación y comparación de mercados.* La capacidad del Web para acumular, analizar y controlar grandes cantidades de datos especializados permite la compra por comparación y acelera el proceso de encontrar los artículos.
- *Abarata los costos y precios.* Conforme aumenta la capacidad de los proveedores para competir en un mercado electrónico abierto se produce una baja en los costos y precios, de hecho tal incremento en la competencia mejora la calidad y variedad de los productos y servicios. De manera general:
 - a. Da poder al consumidor de elegir en un mercado global acorde a sus necesidades.
 - b. Un medio que da poder al consumidor de elegir en un mercado global acorde a sus necesidades.

- c. Brinda información pre-venta y posible prueba del producto antes de la compra.
- d. Inmediatez al realizar los pedidos.
- e. Servicio pre y post-venta on-line⁴⁴.
- f. Reducción de la cadena de distribución, lo que le permite adquirir un producto a un mejor precio.
- g. Mayor interactividad y personalización de la demanda.
- h. Información inmediata sobre cualquier producto, disponibilidad de acceder a la información en el momento que así lo requiera.
- i. Permite el acceso a más información.

3.- DESVENTAJAS EN EL COMERCIO ELECTRONICO

3.1.- LOS CLIENTES

1. *Desconocimiento de la Empresa:* No conocer la empresa que vende es un riesgo del Comercio Electrónico, ya que ésta puede estar en otro país o en el mismo, pero en muchos casos las “empresas” o “personas-empresas” que ofrecen sus productos o servicios por Internet ni siquiera están constituidas legalmente en su país y no se trata mas que de gente que está “probando suerte en Internet”.
2. *Forma de Pago:* Aunque ha avanzado mucho el Comercio Electrónico, todavía no hay una transmisión de datos segura el 100%. Y esto es un problema pues nadie quiere dar sus datos de

⁴⁴ On-line: En línea, estar activado o conectado a una red y poder gozar a través de ella de una web o página electrónica.

la tarjeta de crédito por Internet. De todos modos se ha de decir que ha mejorado mucho.

3. *Intangibilidad*: mirar, tocar, hurgar. Aunque esto no sea sinónimo de compra, siempre ayuda a realizar una compra.
4. *Idioma*. A veces las páginas Web que visitamos están en otro idioma distinto al nuestro; a veces, los avances tecnológicos permiten traducir una página a nuestra lengua materna. Con lo cual podríamos decir que éste es un factor “casi resuelto”. (Hay que añadir que las traducciones que se obtienen no son excelentes ni mucho menos, pero por lo menos nos ayudan a entender de que nos están hablando o que nos pretenden vender).
5. *Conocer quien vende*. Ya sea una persona o conocer de que empresa se trata. En definitiva saber quien es, como es, etc. Simplemente es una forma de tener más confianza hacia esa empresa o persona y los productos que vende.
6. *Privacidad y Seguridad*. La mayoría de los usuarios no confía en el Web como canal de pago. En la actualidad, las compras se realizan utilizando el número de la tarjeta de crédito, pero aún no es seguro introducirlo en Internet sin conocimiento alguno.
7. *Cualquiera que transfiera datos de una tarjeta de crédito*. Mediante el Internet o por teléfono, no puede estar seguro de la identidad del vendedor. Análogamente, éste no lo está sobre la del comprador.
8. *Quien paga no puede asegurarse de que su número de tarjeta de crédito no sea recogido*. Mas bien sea utilizado para algún propósito malicioso; por otra parte, el vendedor no puede

asegurarse que el dueño de la tarjeta de crédito rechace la adquisición. Resulta irónico que ya existan y funcionen correctamente los sistemas de pago electrónico para las grandes operaciones comerciales, mientras que los problemas se centren en las operaciones pequeñas, que son mucho más frecuentes.

4.- MEDIOS DE PAGO PARA EL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRONICO.

Cuando nos referimos a los medios de pago estamos incluyendo el uso de tarjetas, tanto de crédito como de débito (siendo el uso de las primeras claramente marcado en Latinoamérica), el uso de tarjetas pre-pagos, cybercash, cheques-virtuales, entre otros. El pago, en el proceso de Comercio Electrónico se puede realizar directamente en línea o fuera de ella, siendo el sistema utilizado por muchos de los proyectos analizados.

Por medio de los servicios a la carta, gracias a la automatización, desde la comodidad de su casa u oficina los usuarios pueden cancelar los servicios públicos, revisar sus cuentas de ahorro o pagar cuentas con sus tarjetas de crédito⁴⁵.

Hacer largas filas para pagar una factura de servicios públicos, correr al centro comercial para comprar determinado producto,

⁴⁵ Según César Sandino, Gerente del Servicio al Cliente de la Empresa Nicaragüense de Telecomunicaciones (ENITEL), con la automatización de los servicios la idea es que el cliente puede ahorrar tiempo, buscamos soluciones y servicios que permitan al cliente auto despacharse, auto atenderse, en el menor tiempo posible.

apresurarse para llegar al banco antes que cierre, y quedarse a oscuras porque olvido ir a pagar la luz, es cosa del pasado. Pensando en usted y en el valioso tiempo que pierde haciendo gestión, gran parte de las empresas del país han creado sitios Web, centros de telepagos⁴⁶ y servicios de operadores automáticas, entre otras que facilitan el proceso⁴⁷.

Si hablamos de un pago por un bien o servicio por medio electrónico (en especial de Internet), tenemos en cuenta que el desarrollo del EDI para el negocio entre empresas, ha sido exitoso, puesto que en la mayoría de los casos, el dinero estaba en una suerte de “pre-depósito”, (una suerte de cuenta corriente abierta a favor de la empresa vendedora o proveedora, por una parte de la otra), o basado en la confianza entre las partes.

Si es de pago por medio de tarjetas de crédito tenemos que distinguir claramente donde es que se realiza la transacción, o mejor dicho donde se encuentra el servidor de pagos. Es muy probable que la mayoría de los usuarios de Internet en Latinoamérica y especialmente en Nicaragua hayan utilizado alguna vez la opción de adquirir un bien por medio de Internet, claro está que le pedían el número de tarjeta de crédito, fecha de caducidad, y otros datos del usuarios⁴⁸, para luego hacer el envío o la entrega, sea del bien o el servicio adquirido. Ahora bien, en su mayoría los servidores para

⁴⁶ Las empresas de servicios públicos bancos y otras instituciones financieras han habilitado páginas web para realizar diferentes transacciones. Igualmente, los pagos vías telefónicas es una nueva modalidad que facilita este tipo de gestiones y ahorra una buena cantidad de tiempo.

⁴⁷ Ver: Diario LA PRENSA, Suplemento Telecomunicaciones, Jueves 23 de Marzo del 2006; p.8.

⁴⁸ Ver Anexo 4: Ley de Defensa de los Consumidores. Art. 12.

Comercio Electrónico están fuera de América Latina (la mayoría en Estados Unidos). Para comprar por medio electrónico con tarjetas de crédito se tienen que realizar con tarjetas internacionales, mientras los servidores de pago no estén a nivel local.

Ahora bien, es fundamental analizar que en América Latina la población que accede a Internet, en su mayoría, es gente que puede obtener computadora (claro que los proyectos de cabinas públicas y ciber-cafés son la excepción a la regla), por ende poseen una tarjeta de crédito. Pero son una porción reducida del mercado, al que hay que agregar que la cantidad de tarjeta habientes en Latinoamérica es muy baja comparada con Europa o Estados Unidos, por lo cual soluciones de pago por medio de tarjetas de débito resultaría siendo más viables y prácticas, siendo el desarrollo de los mismos tecnológicamente viables.

Algo tan usual y frecuente en nuestra vida cotidiana es conectarnos al Internet y por el navegar y encontrar múltiples y variados sitios de los cuales uno desde su hogar u oficina puede realizar un pedido por muy sencillo que sea. Al adquirir⁴⁹ un producto a igual como lo haríamos de manera física en una tienda común tendríamos que pagar pero ya no en dinero papel sino en dinero electrónico de las cuales hay diversas formas de pago⁵⁰ entre ellas las más principales a continuación:

⁴⁹ Ver Arto. 52: Obligación de informar a los clientes; Ley 561 “Ley General de Bancos y otras Instituciones Financieras”.

⁵⁰ Ver Arto. 9: Sucursales de Bancos extranjeros; Ley 561 “Ley General de Bancos y otras Instituciones Financieras”.

- A. Tarjetas de Crédito. Cualquier tarjeta u otro documento que permita a su titular disponer de un crédito otorgado por su emisor, y es utilizado por su titular o usuario en la adquisición de bienes o en pago de servicios, vendidos o prestados por establecimientos afiliados al sistema.
- B. Tarjetas de Débito. Cualquier tarjeta u otro documento que identifica al titular de una cuenta corriente o de una cuenta de ahorro a la vista; contratada con el emisor y que sea utilizada como instrumento de pago en la red de establecimientos afiliados al sistema, que cuentes con dispositivos electrónicos que capturen en línea y las transacciones y que los montos correspondientes sean débitos todos inmediatamente de la cuenta del titular y acreditados en la cuenta⁵¹ del Beneficiario. Deberá existir fondos suficientes y autorizados.
- C. Cheque Electrónico. Se crea un cheque electrónico, se llena y se firma electrónicamente (algoritmos de número, secuencia de bits).
- D. Pago por e-mail. No requieren software especiales, se validan en el banco el monto que se está enviando y luego se debita.

Si bien la seguridad es de vital importancia en el ámbito del cliente y el comerciante, hay que tener en cuenta que las fallas de seguridad que caen en la esfera de la entidad emisora o en el sistema de clearing pueden generar una significativa vulneración de todo el sistema de pago digital, generando así un quebrantamiento de

⁵¹ Ver Arto. 50: Tasa de Interés; Ley 561 “Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras”.

seguridad del sistema, este puede ser por: posibles fraudes, robo o hurto de dispositivos o de información, utilizando fines ilícitos o privacidad.

5.- LA CRIPTOGRAFIA COMO MEDIO DE SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRONICO.

5.1.- CONCEPTO DE CRIPTOGRAFIA

Es la ciencia que trata del enmascaramiento de la comunicación de modo que sólo resulte inteligible para la persona que posee la clave, o método para averiguar el significado oculto, mediante el criptoanálisis de un texto aparentemente incoherente. En sentido más amplio, la criptografía abarca el uso de mensajes⁵² encubiertos, códigos y cifras.

La palabra criptografía se limita a veces a la utilización de cifras, es decir, métodos de transponer las letras de mensajes (no cifrados) normales o métodos que implican la sustitución de otras letras o símbolos por las letras originales del mensaje, así como diferentes combinaciones de tales métodos, todos ellos conforme a sistemas predeterminados. Hay diferentes tipos de cifras, pero todos ellos pueden encuadrarse en una de las dos siguientes categorías: transposición y sustitución.

⁵² Ver Anexo 1: Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la guía para su incorporación al Derecho Interno. Art. 10.

La seguridad es uno de los elementos claves en el desarrollo positivo de las redes de información mundial y particularmente en el Comercio Electrónico, ésta genera confianza, y hace que los usuarios al depositar sus datos en la red, estén seguros de que no serán alterados ni desviados a usuarios no autorizados. Todo esto hoy es posible gracias a la utilización de métodos criptográficos cuyo objetivo es garantizar la seguridad en la difusión de los mensajes que son transmitidos por la red.

Es muy importante, por consiguiente, reducir los riesgos que la distancia impone a compradores y a vendedores; y como primer paso es necesario garantizar la confidencialidad, es decir que los datos necesarios para hacer el pago, como son número de tarjeta o cuenta, y su fecha de vencimiento, no sean vulnerables a receptores no autorizados en la red, lo cual se alcanza mediante encriptación de mensajes.

El segundo paso, es garantizar que la integridad de los datos que llevan las instrucciones de pago, no sean modificados a lo largo de su trayectoria, esto se logra mediante el uso de firmas digitales.

Por último, la autenticación tanto del comprador como del comerciante, el primero, como usuario legítimo de la tarjeta para el pago del bien adquirido, y el segundo garantizando que mantiene una relación bancaria con una institución financiera que acepta el pago con tarjeta, lo cual se consigue con la emisión de certificados digitales y la generación de firmas digitales.

5.2.- PROCESO DE ENCRIPCIÓN

Internet es prácticamente una puerta abierta, sobre la cual ninguna entidad ejerce un control en cuanto a qué publicar o no, pero si es posible monitorear desde que lugar se conectan los usuarios a la red, con qué frecuencia lo hacen, incluso lograr apoderarse de alguna información. Proceso de encriptación:

- a. Nuestra información se encripta desde el momento en que pulsamos el botón “enviar”, al llenar un formulario de compra, y es nuestro ordenador el encargado de cifrar y “esconder” los datos.
- b. Todo dato que se digitalice se codifica en binario, es decir en ceros y en unos.
- c. Para encriptarlo, se aplica al mensaje un algoritmo u operación matemática que devuelve un mensaje indescifrable, también en binario.
- d. Para descifrar el mensaje original, se aplica el mismo algoritmo al llegar al lugar de destino.
- e. Solamente el emisor y el receptor podrán descifrar el algoritmo y el mensaje contenido con una información en clave que cada uno de ellos conoce. Estas claves pueden ser privada (que conocerá solo el emisor) y pública (que conocerán los destinatarios).
- f. Cada usuario deberá disponer de este par de claves que van asociadas. De esta manera si alguien quiere enviar un mensaje

cifrado a un usuario, tendría que conocer su clave pública y solo la clave privada podría descifrarlo.

- g. Si quien envía un texto es un usuario cualquiera, el emisor podrá verificar a través de la clave pública (correspondiente solo a ese usuario) que el mensaje ha sido enviado por el usuario correcto. De este modo el usuario no podrá negar el hecho pues solo puede haber sido firmado con la clave privada por él conocida.

5.3.- ¿QUE ES EL PROCOLO SET?

El Procolo SET en sus siglas en inglés es: Secure Electrónic Transactions (Seguridad en Transacciones Electrónicas), da paso a una forma segura de realizar transacciones electrónicas, en las que están involucrados: usuario final, comerciante, entidades financieras, administradoras de tarjeta y propietarios de marcas de tarjetas.

SET constituye la respuesta a los muchos requerimientos de una estrategia de implantación del Comercio Electrónico en Internet, que satisface las necesidades de los consumidores, comerciantes, instituciones financieras y administradoras de medios de pagos. Por tanto, SET dirige sus procesos a:

- I. Proporcionar la autenticación necesaria.
- II. Garantizar la confidencialidad de la información.
- III. Preservar la integridad de la información.
- IV. Definir los algoritmos criptográficos y protocolos necesarios para los servicios anteriores.

La seguridad es una de las principales preocupaciones de la mayoría de los usuarios de Internet, sobre todo los que hacen algún tipo de Comercio Electrónico. Ya existe la tecnología suficiente para asegurar que los números de tarjetas de crédito así como la información personal se manejen de forma completamente confidencial y que sea inaccesible para los hackers. Sin embargo es importante que los consumidores soliciten referencias sobre sitios donde pretendan adquirir sus productos y servicios, además deben asegurarse que los sistemas electrónicos de pago cuenten con la última tecnología para la encriptación y el manejo seguro de la información.

5.4.- CLASIFICACION DE METODOS CRIPTOGRAFICOS

En cuanto a las clasificaciones de los métodos criptográficos, una de ellas es la que se basa en las claves utilizadas y se desglosa en métodos simétricos y asimétricos. El criptosistema (o familia de funciones) de cifrado asimétrico de clave pública, utiliza un par de claves. Una es pública y la otra es secreta o privada. Cada clave efectúa una transformación unívoca sobre el mensaje y es función inversa de la otra, de modo que cada par de claves puede descifrar sólo lo que su par correspondiente cifró.

En la siguiente figura se comparan las prestaciones que ofrece simétrico con las del cifrado asimétrico.

<u>Cifrado Simétrico</u>	<u>Cifrado Asimétrico</u>
Confidencialidad Cierta grado de Autenticación Sin Firma Digital Alta velocidad	Confidencialidad Autenticación Total Con Firma Digital Baja Velocidad

CAPITULO III

LA FIRMA ELECTRONICA COMO ELEMENTO PRINCIPAL DEL COMERCIO ELECTRONICO

1.- ASPECTOS FUNDAMENTALES DE LA FIRMA ELECTRONICA

El concepto histórico de firma⁵³ y, a la vez el más amplio y genérico, ha sido el de cualquier riego hecho con la intención de expresar el consentimiento a la manifestación de voluntad vertida en el instrumento. Ahora bien, desde el punto de vista del derecho, se le ha otorgado valor jurídico a las distintas representaciones de esa autenticación o confirmación de la identidad de la persona, de acuerdo con las sociedades y con los diversos históricos.

He aquí por ende sus aspectos fundamentales los cuales la hacen un elemento primordial del Comercio Electrónico:

1. El sistema de regulación ha de ser flexible y no restrictivo.
2. Las normas deben ser tecnológicamente neutrales.
3. Se deben reconocer la libertad contractual de las partes, que puedan adoptar un determinado sistema de acreditación o firma que reconozca como válido en un contrato.
4. No debería utilizarse ningún sistema de almacenajes de claves privadas, en el que todo usuario que quisiera emplear un software

⁵³ Ver Anexo 1: Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su incorporación al Derecho Interno.

criptográfico tuviera que entregar una copia de su clave privada a un tercero de confianza.

Si en un país se establece dicho sistema se esta permitiendo a terceros ajenos a la comunicación el acceso de la clave y, por tanto, al contenido del mensaje, dando así oportunidades de atacar la privacidad con fines delictivos; supone graves problemas para el Comercio Electrónico ya que los usuarios no realizarán transacciones comerciales a través de Internet tan masivamente como lo harían en otras circunstancias, debido al temor de que la información confidencial, como el número de tarjeta de crédito pudiera terminar en manos de delincuentes.

2.- CONCEPTO DE LA FIRMA ELECTRONICA

Hablar de Firma Electrónica es decir que es un requisito esencial para el desarrollo de la economía digital porque, gracias a ella, será más fácil comprar, contratar o llegar a cualquier tipo de acuerdo a través de Internet ya que aporta seguridad y compromiso relaciones.

También es un conjunto de datos asociados a un mensaje que permite asegurar la identidad del firmante y la integridad del mensaje.

En jurisdicciones de todo el mundo las Firmas Electrónicas ganan gradualmente el mismo peso legal que la firma manuscrita. La parte visible de la rubrica es el nombre del firmante, pero también puede incluir el nombre de una compañía o cargo.

La Firma Electrónica se define como un instrumento que permite, entre otras cosas, determinar de forma fiable si las partes que intervienen en una transacción son realmente las que dicen ser, y si el contenido del contrato ha sido o no posteriormente.

3.- FUNCIONAMIENTO LEGAL DE LA FIRMA ELECTRONICA

La Firma Digital proporciona un amplio abanico de seguridad:

- Autenticación: permite identificar unívocamente al signatario, al verificar la identidad del firmante, bien como signatario de documento en transacciones telemáticas, bien para garantizar el acceso a servicios distribuidos en la red.
- Imposibilidad de suplantación: el hecho de que la firma haya sido creada por el signatario mediante medios que mantiene bajo su propio control (su clave privada protegida, por ejemplo, por una contraseña, una tarjeta inteligente, etc.) asegura, además, la imposibilidad de su suplantación por otro individuo.
- Integridad: permite que sea detectada cualquier modificación por pequeña que sea de los datos firmados, proporcionando así una garantía ante alteraciones fortuitas o deliberadas durante el transporte, almacenamiento o manipulación telemática del documento o datos firmados.

- No repudio: ofrece seguridad inquebrantable de que el autor del documento no puede retractarse en el futuro de las opiniones o acciones consignadas en él ni de haberlo enviado.
- Auditabilidad: permite identificar y rastrear las operaciones llevadas a cabo por el usuario dentro de un sistema informático cuyo acceso se realiza mediante la presentación de certificados.
- El acuerdo de claves secretas: garantiza la información intercambiada entre las partes, esté firmada o no.

La Firma Electrónica funciona mediante la encriptación o cifrado de los datos que la componen, de forma que si no se tiene la clave, el documento se convierte en ilegible. Para ello es necesario contar con un par de claves: una pública y una privada que se corresponden de forma matemática.

El funcionamiento de estas dos claves consiste en: una clave privada que mantiene el firmante en su poder, y que se utiliza para firmar el documento; una pública a disposición de todo el mundo, empleada para verificar la identidad del firmante, así como la integridad del documento. La clave privada la genera su titular, y aplicándole determinados algoritmos criptográficos se obtiene la clave pública.

4.- CARACTERISTICAS DE LA FIRMA ELECTRONICA

La Firma Electrónica posee características esenciales para el funcionamiento correcto del Comercio Electrónico, dentro de ellas mencionaremos las más importantes:

- La Firma Electrónica otorga certeza de la integridad de un documento.
- La Firma Electrónica es perfectamente susceptible de generar los mismos efectos de una firma manuscrita, vinculando a la persona con el contenido del contrato.
- Pretende imitar y mejorar las funciones que cumple la firma manuscrita para los documentos tradicionales: como la firma es única no puede negar que le pertenece.

CAPITULO IV

LA LEGISLACION EN EL COMERCIO ELECTRONICO

1.- INFLUENCIA DE DIFERENTES LEGISLACIONES EN EL COMERCIO ELECTRONICO

Latinoamérica presenta una diversidad de opciones en lo referido a legislación en torno al Comercio Electrónico, pero debemos indicar que esta puede ser una contra-sentido.

El Comercio Electrónico no es un nuevo Comercio Electrónico sino una modalidad del comercio ya existente, por lo cual la aplicación de las cláusulas contractuales pre-existente (al Internet) es de aplicación. Es cierto que se tienen nuevos aspectos que analizar pero que estos requieren una legislación complementaria.

La mejor opción es pues tener una legislación marco⁵⁴ sobre el tema de Sociedad de la Información o Sociedad Digital, y considerar entre sus aspectos lo referido al comercio. De otro lado tenemos que son en las legislaciones donde se ha regulado el valor probatorio de

⁵⁴ Ver Anexo 1: Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su incorporación al Derecho Interno.

los documentos electrónicos, donde tiene un mejor desarrollo el Comercio Electrónico, puesto que se está validando el medio y el acto independientemente de la tecnología específica para la transacción comercial. Asimismo el hecho de legislar sobre documento electrónico permite que se puedan utilizar dicha legislación en otras áreas de la Sociedad.

Nuestro país carece al presente, de una normativa jurídica en relación al Comercio Electrónico y el formato digital para la celebración de actos jurídicos. Es por consiguiente necesario, hacer referencia a las situaciones y condiciones existentes y exponer las consideraciones iniciales sobre la forma de concreción de una ley de estas características dado que, la problemática a considerar importa conocer, en primer término, las mecánicas y operatividad representativas de las nuevas tecnologías y su influencia en la sociedad, para considerar luego, los alcances de un marco legal apropiado.

Ya que sin un marco legal estamos expuestos a diversos delitos que se pueden cometer en el Comercio Electrónico de los cuales el Ing. Colston⁵⁵ nos menciona los más frecuentes:

⁵⁵Entrevistas; Ing. Edgar Delgado Colston, Programador en Red Social. Managua – Nicaragua.

- ✓ Infracción de los derechos de autor.
- ✓ Daños informáticos.
- ✓ Estafas electrónicas.
- ✓ Interceptación de telecomunicaciones.
- ✓ Uso no autorizado de terminales.
- ✓ Revelación de secretos.
- ✓ Falsedades documentales.
- ✓ Publicidad engañosa en Internet.

Mencionando así el Ing. Colston⁵⁶ los dos tipos básicos de delincuentes que acechan en las computadoras:

- El Usuario que está tratando de entender los diversos sistemas y capacidades: esta persona no está buscando perjudicar o robar, sino que simplemente está buscando conocimiento de la manera en que funcionan las cosas y talvez lo esté haciendo en una forma un poco errónea. Algunas veces estas personas son como adolescentes que ven que tan lejos pueden llegar sin ser atrapados.

⁵⁶Entrevistas; Ing. Edgar Delgado Colston, Programador en Red Social. Managua-Nicaragua.

- El delincuente por computadora de hueso colorado que usa Internet y web para obtener ganancias ilegales. Estos delincuentes a menudo conocen toda clase de formas para ocultar sus actividades e incluso pueden unirse para compartir los frutos de sus esfuerzos ilegales.

Por ello, la observación de la tendencia mundial permite considerar oportuno el tratamiento normativo siendo también necesario el dominio de los aspectos técnicos que permitan brindar una regulación que viabilice una solución para una problemática concreta y contemporánea conforme a los estándares internacionales.

Desde hace algunos años, el Comercio Electrónico está siendo objeto de estudio en diversos foros internacionales y nacionales. Es innegable que el mundo se ha revolucionado en los últimos años merced a la conjunción de la tecnología informática y de las telecomunicaciones. Este fenómeno, denominado “Sociedad de la información” ha tenido como fundamental avance tecnológico la digitalización de la información lo que ha permitido el almacenamiento de datos en grandes cantidades y su desplazamiento en cuestión de segundos. Internet ha posibilitado que esta sociedad se estructure como una sociedad post industrial cuyo principal avance tecnológico es la digitalización. Para el modelo clásico del ciclo de negocio, la alteración tecnológica es el tipo de fenómeno global más importante después de las fluctuaciones económicas.

Por otra parte, la información se convirtió en el cuarto factor económico superando a las materias primas, trabajo y capital, con una especial particularidad: el modelo informático está caracterizado por costos bajos con tendencias declinantes, lo que permite inferir el desarrollo de una nueva cultura técnica.

Ahora bien, la referencia a tendencia mundial en la era de la globalización permite sostener que el Comercio Electrónico, está produciendo una verdadera revolución de transacciones comerciales, dado que importa un nuevo paradigma en la negociación y en los sistemas de contrataciones al tiempo que significa un cambio cultural. Esta revolución virtual implica una redefinición en el ámbito del derecho de las tradicionales nociones de jurisdicción, competencia, ámbitos de validez y temporal, entre otras, dado que devienen conceptualmente inadecuadas en relación al ciberespacio y la globalización de la Sociedad de la Información.

Por otra parte, en el ámbito político y social, impulsa una redefinición del rol del Estado y del protagonismo privado. Esta breve reseña muestra que hoy nuestro país no está en condiciones de decir que tiene respuestas jurídicas apropiadas para las necesidades que requieren sistemas de implementación del Comercio Electrónico y las tecnologías vinculadas⁵⁷.

⁵⁷Entrevistas; Ing. Mario David Fletes. Responsable de la Administración de los Sistemas Informáticos de la Empresa Micro Financiera de Programas para la Mujer (PROMUJER). León-Nicaragua.

El primer antecedente claro de una regulación sobre Comercio Electrónico, Esta planteado por el Documento de las Naciones Unidas sobre una “Ley Marco de Comercio Electrónico”. “La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI)⁵⁸, como órgano de las Naciones Unidas encargado de fomentar la armonización y unificación del Derecho Mercantil Internacional, emprendió una amplia labor sobre los aspectos jurídicos del Comercio Electrónico, que condujo a la adopción de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico en junio de 1996.

El objeto⁵⁹ principal de la Ley Modelo es facilitar el Comercio Electrónico ofreciendo un conjunto de reglas internacionalmente aceptables que puedan ser empleadas por los Estados⁶⁰ en la sanción de la legislación para superar los obstáculos e incertidumbres jurídicas que existan en relación con el uso de medios de comunicación electrónicos en el Comercio Internacional. También ofrece a los comerciantes directrices para eliminar algunas de las barreras jurídicas al Comercio Electrónico al preparar acuerdos contractuales.

⁵⁸ Ver Anexo 1: Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su Incorporación al Derecho Interno.

⁵⁹ Ver Anexo 1: Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico con la Guía para su Incorporación al Derecho Interno. Art. #1, 2 y 3.

⁶⁰ Ver Arto. 13: Sujeción a las Leyes del País. Apertura de Sucursales en el país. Ley 561 “Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras.

El desarrollo de la Ley UNCITRAL ⁶¹ ha resultado de mucha ayuda para la creación de legislaciones nacionales, teniendo en cuenta que es una ley marco, que fundamentalmente está basada hacia lo que es EDI; y establece de una manera clara el valor probatorio del documento electrónico. Existen pocas legislaciones que hayan tomado el documento UNCITRAL como molde único de desarrollo de legislación, pero ciertamente que es una buena base a tomarse.

Los principales problemas habientes en el Comercio Electrónico están relacionados con: la seguridad de la identidad del otro y con la validez del contrato realizado por medio electrónicos.

La aplicación de la legislación vigente sobre Derechos de los Consumidores⁶² también es dable en los procesos de Comercio Electrónico, así como la legislación sobre publicidad, el hecho de legislar casuísticamente pudiera generar un problema regulatorio interno.

Tal como hemos indicado líneas arriba tanto la validez del contrato electrónico como la seguridad de la identidad del otro son

⁶¹ Para no confundirlos estimados lectores, esta Ley de la UNCITRAL es la misma Ley de la CNUDMI.

⁶² Ver Anexo 4: Ley de Defensa de los Consumidores.

aspectos que requieren un respaldo jurídico fuerte para poder desarrollar un Comercio Electrónico vigoroso.

Con respecto a la validez del contrato electrónico o de la transacción esta tiene que estar estipulada en una normativa sui generis dado que la mayoría de las legislaciones y codificaciones no contemplaban la posibilidad de una “contratación por vía electrónica”, cabe destacar que los primeros en desarrollar conceptualizaciones de contratos electrónicos son los italianos.

2.- LEYES QUE PUEDEN REGULAR EL COMERCIO ELECTRONICO EN NICARAGUA

Es innegable que Internet sea transformado en una inmensa fuente de información de acceso universal que ejerce una importante influencia en la educación y en el ámbito sociocultural, a la vez que presenta buenas perspectivas en el ámbito del Comercio.

Se trata de un importante foro donde se desarrollan numerosas actividades, la mayoría de los cuales son realizadas con fines legítimos y provechosos; pero, obviamente también se llevan a cabo actividades ilícitas y conductas socialmente no aceptable. Por ello, es la necesidad de conseguir leyes que puedan regular el Comercio

Electrónico en el mundo pero en especial en Nicaragua, siendo el tema de la seguridad en las redes un tópico fundamental en los ámbitos académicos internacionales, tanto tecnológicos como jurídicos.

Los Estados han tomado decisiones estratégicos para otorgar mayor seguridad a las redes fundamentalmente tratando de delinear un marco normativo adecuado que brinde seguridad jurídica, con el fin de fomentar el desarrollo de actividades a través de redes. Este proceso puede observarse en el esquema que se expone a continuación.

“Existen muchos aspectos abiertos en torno al Comercio Electrónico; entre ellos podemos destacar, la validez de la Firma Electrónica, no repudio, la legalidad de un contrato electrónico, las violaciones de marcas y derechos de autor, pérdida de derechos sobre marcas, pérdida de derechos sobre secretos comerciales y responsabilidades”.

Por esto existen leyes aplicables para el Comercio Electrónico y lo anterior mencionado. Algunos son:

- ✓ Constitución Política de la República de Nicaragua: Art. 99 párrafo #4: “El Estado garantiza la libertad de empresa y el establecimiento de Bancos y otras instituciones financieras, privadas y estatales; que se regirán conforme a las leyes de la materia. Las actividades de comercio exterior, seguros y reaseguros estatales y privados serán regulados por la Ley”.
- ✓ Ley de Defensa de los Consumidores⁶³: garantiza a los consumidores la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad, en sus relaciones comerciales, mediante un trato amable, justo y equitativo de parte de las empresas públicas y privadas, individuales y colectivas.
- ✓ Ley de Telecomunicaciones⁶⁴: esta ley, tiene por objeto establecer el marco legal de regulación general de las telecomunicaciones, a fin de garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones.
- ✓ Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras⁶⁵: regula la actividad financiera, la cual consiste en la captación de recursos, incluidas las operaciones de mesa de dinero, con la finalidad de otorgar créditos o financiamientos, e inversiones de valores; y solo podrá realizarse por los bancos, entidades de ahorro y préstamo, casa de cambio, operadores bancarios

⁶³ Ver Anexo 4: Ley de Defensa de los Consumidores.

⁶⁴ Ver Anexo: Ley General De Telecomunicaciones y Servicios Postales.

⁶⁵ Ver Arto. 175: Derogaciones; Ley 651 “Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras”.

fronterizos, empresas emisoras y operadoras de tarjetas de crédito y demás instituciones financieras⁶⁶.

3.- LEGISLACION Y JURISDICCION APLICABLE EN EL DERECHO COMPARADO

Centroamérica ha dado sus primeros pasos de forma incipiente en el uso de la red mundial de Internet para efectuar transacciones comerciales electrónicas, que en el último año representaron el 2% de sus exportaciones totales, estimaron recientemente fuentes del sector.

Más de 100 (cien) empresas de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador y Guatemala están vendiendo por Internet dentro y fuera de la región con resultados novedosos, según datos de la transnacional de la informática Oracle.

Las transacciones comerciales en Internet podrían alcanzar los 2.000 millones de dólares en el próximo año en Centroamérica, según las proyecciones de Oracle, distribuidora de software y productos informáticos con aplicaciones al Comercio Electrónico.

⁶⁶ Ver Arto. 176: Vigencia; Ley 561 “Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras”.

Nicaragua y Honduras están rezagadas⁶⁷ en cuanto al número de empresas que están haciendo negocios a través de Internet, mientras que Panamá marcha a la cabeza con 30 empresas, seguido por Costa Rica, El Salvador y Guatemala, con unas 20 cada uno.

La Expectativa es que el Comercio Electrónico en la región crezca a un ritmo anual del 100%, aunque especialistas en la materia estiman que esta cifra es conservadora porque podría alcanzar hasta un 200%.

La representante de Oracle en Centroamérica, Beatriz Zolezzi, estimó que pequeños negocios, principalmente hoteles, han experimentado en el uso de la red para ofrecer sus servicios y la acogida en el exterior les ha sorprendido por sus buenos resultados.

El director de la oficina de Informática de Nicaragua, Raúl Chang, estimó que “estamos lejos de tener un real Comercio Electrónico” en la región y sostuvo que uno de los principales obstáculos es el transporte de la mercadería.

⁶⁷ Siendo esto resultado del bajo nivel económico que atraviesan ambos países, por el desacuerdo que existen entre los Poderes del Estado.

En países como Estados Unidos y Europa las compras en Internet son recibidas por el cliente en 24 horas, recordó Chang. Al problema de entregas de la mercancía se suma el de los costos de transporte, porque las compañías que ofrecen estos servicios cobran tarifas altas que encarecen el producto, agregó el funcionario.

No Obstante, Chang consideró que esa modalidad del Comercio es una oportunidad para la región, y en especial para Nicaragua, de incrementar sus exportaciones, porque la experiencia en Internet es que las transacciones comerciales no sólo se dan con particulares sino entre empresas.

Por esto plantea el inconveniente de que la demanda supere a la oferta, porque no sólo se trata de hacer negocios sino de contar con la capacidad de producción instalada para satisfacer los pedidos, señaló.

En Nicaragua se están creando las condiciones para las transacciones comerciales en línea y “ya estamos haciendo lo propio – dijo Chang- sobre la Firma Electrónica; hay unos 17 proveedores del servicio de Internet, una ley de derechos de autor y se está elaborando una jurisprudencia⁶⁸ en Comercio Electrónico⁶⁹ .

⁶⁸ La que vendría a controlar de manera eficiente todas las transacciones que efectúan los usuarios, garantizando así una mayor seguridad en sus operaciones.

⁶⁹ La Prensa on the Web. 4 de agosto del 2000: “Centroamérica incursiona con timidez en el Comercio Electrónico”.

La Ley Española en caso de controversia dispone la aplicación del derecho internacional privado, siendo aplicación a los mismos en convenio de Roma de 1980 sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales. Un ejemplo de esto es que en Venezuela existen leyes aplicables para el Comercio Electrónico. Algunas son:

- ✓ Ley de Telecomunicaciones⁷⁰: esta ley, tiene por objeto establecer el marco legal de regulación general de las telecomunicaciones, a fin de garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones.
- ✓ Ley sobre mensajes de Datos y Firmas Electrónicas: tiene por objeto otorgar y reconocer la eficacia y valor jurídico a los mensajes de datos, los cuales son la información inteligible en formato electrónico que pueda ser almacenada o intercambiada por cualquier medio, la cual es la información creada o utilizada por la persona titular de la firma asociada al mensaje de datos, que permite atribuirle su autoría bajo el contexto en el cual ha sido empleado.
- ✓ Ley Especial contra los delitos informáticos: la presente ley tiene por objeto la protección integral de los sistemas que utilicen tecnologías de información, también la prevención y sanción de los delitos realizados contra dichos sistemas o sus componentes o los cometidos mediante el uso de estas.

⁷⁰ Ver Anexo: Ley General De Telecomunicaciones y Servicios Postales.

- ✓ Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras⁷¹: regula la actividad financiera, la cual consiste en la captación de recursos, incluidas las operaciones de mesa de dinero, con la finalidad de otorgar créditos o financiamientos, e inversiones de valores; y solo podrá realizarse por los bancos, entidades de ahorro y préstamo, casa de cambio, operadores bancarios fronterizos, empresas emisoras y operadoras de tarjetas de crédito y demás instituciones financieras⁷².
- ✓ Ley de Cajas de Valores: la presente ley tiene como objeto regular los servicios prestados por aquellas sociedades anónimas que tienen por finalidad exclusivo la prestación de servicios de depósito, custodia, transferencia, compensación y liquidación, de valores objeto de oferta pública.
- ✓ Ley de Licitaciones: el presente decreto ley, tiene por objeto regular la manera de selección de contratistas, por parte de los Órganos del Poder Nacional.

⁷¹ Ver Arto. 175: Derogaciones; Ley 651 “Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras”.

⁷² Ver Arto. 176: Vigencia; Ley 561 “Ley General de Bancos y Otras Instituciones Financieras”.

CAPITULO V

ANALISIS DE LA APROXIMACION QUE TIENEN LOS DIFERENTES SECTORES QUE INTEGRAN EL CASCO URBANO DE LA CIUDAD DE LEON SOBRE COMERCIO ELECTRONICO.

ENCUESTA

Con esta encuesta se busca obtener la opinión de diversos individuos sobre la necesidad de regular el comercio electrónico en Nicaragua; para así resolver los errores o faltas que se cometen en el Comercio electrónico. A fin de obtener una variedad de opiniones y puntos de vista.

Formulario

Información Personal (<i>Opcional</i>):	
Nombre:	
Dirección:	
Número Telefónico:	
Número de Fax:	
Dirección de correo electrónico:	

1. ¿Ha usted usado cualquier medio u forma del comercio electrónico? por ejemplo una transacción en la línea? ¿Comprar por Internet? ¿Servicios a domicilio?

_____ Sí _____ No

Si respondió sí, ¿qué medio u forma utilizó? ¿Quién provee el servicio?

¿Qué efectivo fue? Por ejemplo, ¿fue rápido? ¿Estuvo usted satisfecho(a) con el resultado? ¿Porqué sí o porqué no?

2. ¿En qué se diferencia hacer uso de cualquier medio del comercio electrónico y otros tipos de medios antiguos ejemplo: ir al correo a enviar una carta o el viajar a otro país por un contrato de compra – venta?:

Es más rápido: Más eficiente: Mas confiable: Más Seguro:

3. Si se cometiere un error o falta en el comercio electrónico ¿quién debería resolver estos errores o faltas?:

a)¿El gobierno mediante una ley? b)¿La empresa, asociación o industria que lo provee?

4. ¿Cómo y cuándo deberían informar los negocios del comercio electrónico a sus clientes (consumidores o negocios) acerca de sus políticas para que no surja un error o falta?:

a)¿En el Contrato? b)¿Al momento de recibir la llamada (si fuese por este medio)? c)¿Al momento de ofrecer un producto? d) ¿En todo momento?

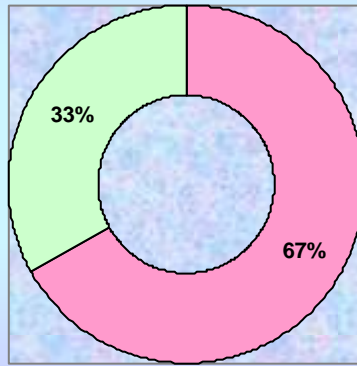
5. ¿Cómo pueden las partes minimizar el costo al momento de presentarse un error o falta en los medios que ofrece el comercio electrónico?:

a)Evitar el cobro de intereses b)Verificar los datos del usuario

6. ¿Qué requisitos deben exigir los medios que ofrece el comercio electrónico para los usuarios?

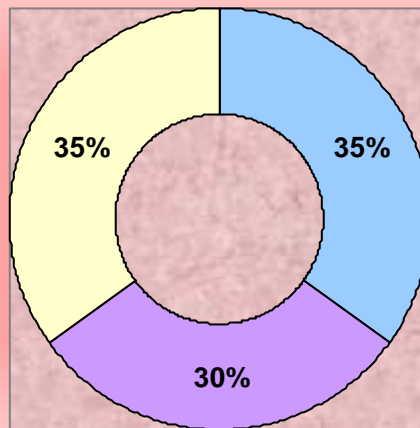
a)Documento de identificación b)Fiador c)Aval económico

Ha usted utilizado medios u formas del Comercio Electronico?



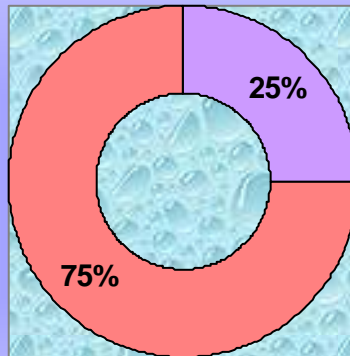
■ Si ■ No

En que se diferencia hacer uso de cualquier medio del Comercio Electronico y otros medios antiguos?



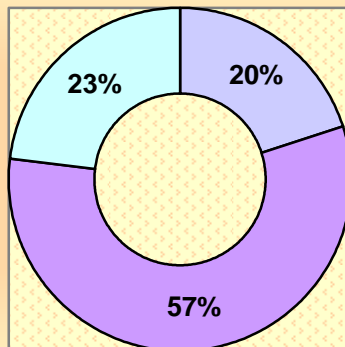
■ Mas Rapido ■ Mas eficiente ■ Mas seguro

Si se cometiere un error o falta en el Comercio Electronico quien deberia resolver?



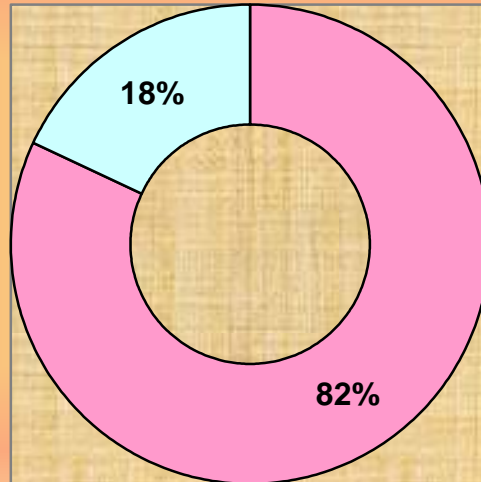
- El gobierno mediante una ley
- La empresa o industria que lo provee

Cuando deberian de informar los negocios del Comercio Electronico a sus clientes acerca de sus politicas para que no surjan errores o faltas?



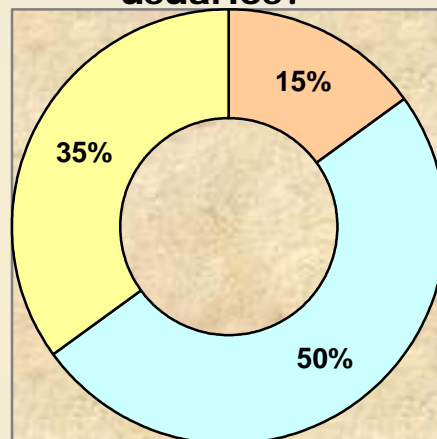
- En el contrato
- Al momento de ofrecer un producto
- En todo momento

Como pueden las partes minimizar el costo al momento de presentarse un error o falta en los medios que ofrece el Comercio Electronico?



Evitar el cobro de Intereses Verificar los datos del usuario

Que requisitos deben exigir los medios que ofrece el Comercio Electronico para los usuarios?



Documento de identificacion
Fiador
Aval Economico

La Encuesta evaluó la opinión de los sujetos a los cuales se les consultó, ajustándose para cada fuente de información, de acuerdo a los ítems señalados, tal como lo presentaron los gráficos. Teniendo como resultado:

- El 67 ha utilizado medios u formas del Comercio Electrónico, ignorándolo así un 33%.
- El 70% señala que utilizar el Comercio Electrónico es más rápido y seguro, mientras que un 30% afirma que es más eficiente.
- Las partes de un contrato electrónico consideran que para minimizar el costo al momento de presentarse un error o falta en el mismo se es más fácil evitar el cobro de intereses señalándolo así un 82%, sin embargo sólo un 18% señaló que es indispensable verificar los datos del usuario para ver su historial.
- Para la mayoría de los usuarios siendo ellos el 50% consideran que se debe solicitar como requisito esencial al momento de ofrecer el Comercio Electrónico un producto nombrar un fiador, mientras que un 35% considera necesario un aval y sólo un 15% se conforman con un documento de identificación.
- Para el 75% de las personas encuestadas la empresa que ofrece el producto es la que debe de responder en caso de que se cometiera un error o falta en el Comercio Electrónico, mientras que solo un 25% consideran que es el Gobierno que tiene que resolver mediante Ley.

- Las políticas son de gran importancia y más para evitar errores o faltas, es por ello que los negocios deben informar a sus clientes de sus políticas pero según un 57% afirman que debe hacerse al momento de ofrecer el producto, el 23% en todo momento y el 20% en el contrato que se efectuaría al momento de comprar dicho producto.

CONCLUSION

1. El Comercio Electrónico permite obtener más información sin moverse de la oficina y con menos costo que el teléfono o fax.
2. De hecho, el reto de Internet es que las empresas pueden operarse con menores costos para acceder al mismo producto, con menos personal e infraestructuras, y ofertar sus productos a un precio inferior que por vías tradicionales.
3. No puede abordarse la era de la aldea planetaria y el comercio global con mentalidades artesanales y provincianas.
4. Hay que difundir y fomentar en las empresas una nueva visión del fenómeno comercial y productivo, generar mayor cultura informática, más información y conocimientos, porque para gestionar una corporación moderna con éxito ya no basta con los procedimientos tradicionales.
5. El comercio electrónico es la venta a distancia aprovechando las grandes ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías de la información, como la ampliación de la oferta, la interactividad y la inmediatez de la compra, con la particularidad que se puede comprar y vender a quién se quiera, dónde y cuándo se pretenda.

6. Es toda forma de transacción comercial o intercambio de información, mediante el uso de nueva tecnología de comunicación. A pesar de que esta actividad es sumamente fructuosa, claro, teniendo siempre en cuenta que también tiene sus detrimentos, (como el fraude), no se desarrolla con veracidad en nuestro país, debido a esos menoscabos que no han permitido el éxito del comercio electrónico en Nicaragua, pero en la actualidad se aspira superar esos obstáculos que han impedido su progreso, para que de esta manera el comercio electrónico se convierta en una fuente confiable para la compra y la venta, así como una actividad que ayude a estabilizar la economía del país de manera tranquila.

7. La decisión de hacer comercio electrónico no debe tomarse por estar a la moda, en lugar de eso debe incorporarse en la estrategia de la empresa porque sin lugar a dudas representará un cambio fundamental en la gran mayoría de las operaciones de la empresa.

8. Muchas personas encuentran mucho más cómodo adquirir sus productos y servicios desde su propio domicilio a través del teléfono y por supuesto utilizando Internet. Las razones son muchas, pero entre las más importantes se encuentran: el tiempo, el costo y el esfuerzo. En cuanto al tiempo se debe considerar cuanto ocupa una persona metida en el tráfico, haciendo filas, o buscando un producto en grandes almacenes; en cuanto al costo,

se puede mencionar el combustible utilizado, el desgaste del transporte, cuotas por estacionamiento, etc.; en cuanto al esfuerzo, la necesidad de ir físicamente al lugar y posponer otras actividades posiblemente igual de importantes que hacer la compra. Conforme avanzan los años se va incrementando aún más la cantidad de actividades que una persona debe llevar a cabo, de ahí la importancia de proveer a nuestros clientes de herramientas eficientes que proporcionen ahorros significativos en cuanto a los factores que se mencionaron.

9. A los fines de este estudio se puede decir que Internet, es un moderno medio de gerencia jurídica, que permite a los abogados tener acceso a la información jurídica mundial, donde van proliferando distintos compendios -por así llamarlos- de leyes y jurisprudencia, al igual que artículos de opinión jurídica.

10. El análisis de la población de estudio y la evaluación realizada mediante encuestas sobre la aproximación al conocimiento que tienen diversas personas que conforman nuestro casco urbano, nos permite llegar a las siguientes conclusiones: que el 15% corresponde a empresarios entrevistados; el 8% lo representan los Ingenieros que tienen conocimiento del Área informática; el 15% administradores de negocios; un 20% lo conforman estudiantes universitarios y un 42% está representado por miembros de la comunidad; todos ellos encierran el 100% del casco urbano de la Ciudad de León.

11. En el país no se ha hecho un uso profuso de la informática jurídica, por el contrario, se puede decir, en este sentido, que el desarrollo ha sido deficiente si se compara con otros países del sub.-continente, como por ejemplo Perú, Argentina, Brasil y Colombia por solo citar unos cuantos. Pero es evidente que cada día los profesionales se hacen más dependientes de la informática.

RECOMENDACIONES

- I. Es necesario averiguar la política de alquiler, venta o intercambio de datos que han adoptado tanto los proveedores de acceso a Internet como los administradores de los directorios y listas de distribución donde esté incluido.

- II. Generalmente los navegadores son capaces de reconocer cuándo se conecta a un servidor que admite transacciones seguras. Por lo tanto es de gran importancia consultar el manual de su navegador para averiguar cómo informa de la conexión a un servidor Web seguro.

- III. Establecer una legislación conforme lo relacionado al Comercio Electrónico y lo que respecta a la firma electrónica.

- IV. Incorporar al Derecho Internacional Privado (DIP), las Leyes aplicables a los contratos electrónicos.

- V. Crear la Ley de Comercio Electrónico, que tenga como propósito ordenar, regular, controlar y estimular el comercio vía Internet.

- VI. Crear Ley de Firma Digital la que tiene carácter urgente para proteger los Derechos de propiedad intelectual y estimular el tráfico de servicios por Internet

VII. Promover, desarrollar, legislar el Comercio Electrónico en Nicaragua.

VIII. Deberá determinarse cuales son los beneficios que la empresa desea obtener al habilitar un canal de ventas en la Red y deberán tenerse en cuenta el gran número de retos que se estarán adquiriendo.

GLOSARIO

- ✓ *Asequible*: adj. Que puede conseguirse o alcanzarse// abordable.
- ✓ *Crackers*: toda persona que, por idénticos medios, accede a sistemas de información que le son vedados, pero con la intención de provocar un daño o apoderarse indebidamente de información.
- ✓ *Destinatario del mensaje de datos*: es la persona destinada por el autor como receptor del mensaje electrónico, no incluyendo aquella persona que pueda actuar como intermediaria de dicho mensaje electrónico.
- ✓ *Exacerbación*: irritación//. Agravamiento de una enfermedad.
- ✓ *Firma Electrónica*: instrumento que permite, entre otras cosas, determinar de forma fiable si las partes que intervienen en un contrato o transacción son realmente las que dicen ser, y si el contenido del contrato ha sido o no posteriormente.
- ✓ *Hackers*: toda persona que valiéndose de medios informáticos y de telecomunicaciones, accede remotamente y de forma no autorizada a sistemas de información cuyo acceso le está vedado.
- ✓ *Hardware*: conjunto de elementos materiales que constituyen un ordenador.
- ✓ *Intangibles*: adj. Que debe permanecer intacto.
- ✓ *Intercambio electrónico de datos*: consiste en la transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando

estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto.

- ✓ *Phreakers*: es la persona que, para llevar a cabo la actividad de hacker o de cracker o de hacker, utiliza indebidamente líneas telefónicas puesto que, más allá del valor de los pulsos telefónicos utilizados, su motivación es evitar ser rastreado por el software específico diseñado al efecto.
- ✓ *Red*: conjunto de vías de comunicación, líneas telegráficas o eléctricas, gaseoductos, oleoductos, ríos y sus afluentes, cañerías para establecimiento de agua, etc.// Conjunto de enlaces telefónicos, de radios y de televisión.
- ✓ *Sistema de Información*: es todo sistema utilizado para enviar, recibir, archivar y procesar de alguna u otra forma mensajes de datos, esta definición abarca todos los medios técnicos empleados para transmitir, recibir y archivar información.

ANEXOS

ANEXO Nº 1

LEY MODELO DE LA CNUDMI SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO CON LA GUÍA PARA SU INCORPORACIÓN AL DERECHO INTERNO

1996

Con la adición del Artículo 5 bis en la forma aprobada en 1998

NACIONES UNIDAS

RESOLUCIÓN 51/162 DE LA ASAMBLEA GENERAL DE 16 DE DICIEMBRE DE 1996

LEY MODELO DE LA CNUDMI SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Primera Parte.

Comercio electrónico en general

Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 1. Ámbito de aplicación

Artículo 2. Definiciones

Artículo 3. Interpretación

Artículo 4. Modificación mediante acuerdo

CAPÍTULO II.

Aplicación de los requisitos jurídicos a los mensajes de datos

Artículo 5. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos

Artículo 5 bis. Incorporación por remisión

Artículo 6. Escrito

Artículo 7. Firma

Artículo 8. Original

Artículo 9. Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos

Artículo 10. Conservación de los mensajes de datos

CAPÍTULO III.

Comunicación de los mensajes de datos

Artículo 11. Formación y validez de los contratos

Artículo 12. Reconocimiento por las partes de los mensajes de datos

Artículo 13. Atribución de los mensajes de datos

Artículo 14. Acuse de recibo

Artículo 15. Tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos

Segunda Parte.

Comercio electrónico en materias específicas

CAPÍTULO I.

Transporte de Mercancías

Artículo 16. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías

Artículo 17. Documentos de transporte

GUÍA PARA LA INCORPORACIÓN AL DERECHO INTERNO DE LA LEY

MODELO DE LA CNUDMI SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

párrs. 1-150

Finalidad de la presente Guía párr. 1

I. Introducción a la Ley Modelo párrs. 2-23

A. Objetivos párrs. 2-6

B. Ámbito de aplicación párrs. 7-10

C. Estructura párrs. 11-12

D. Una ley "macro" que habrá de ser completada por un reglamento técnico

párrs. 13-14

E. Criterio del equivalente funcional párrs. 15-18

F. Reglas de derecho supletorio y de derecho imperativo párrs. 19-21

G. Asistencia de la Secretaría de la CNUDMI párrs. 22-23

II. Observaciones artículo por artículo párrs. 24-122

Primera parte. Comercio electrónico en general párrs. 24-107

Capítulo I. Disposiciones generales párrs. 24-45

Artículo 1. Ámbito de aplicación párrs. 24-29

Artículo 2. Definiciones párrs. 30-40

Artículo 3. Interpretación párrs. 41-43

Artículo 4. Modificación mediante acuerdo párrs. 44-45

Capítulo II. Aplicación de los requisitos legales a los mensajes de datos párrs. 46-75

Artículo 5. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos párr. 46

Artículo 5 bis. Incorporación por remisión párrs. 46-1 - 46-7

Artículo 6. Escrito párrs. 47-52

Artículo 7. Firma párrs. 53-61

Artículo 8. Original párrs. 62-69

Artículo 9. Admisibilidad y fuerza probatoria de un mensaje de datos párrs. 70-71

Artículo 10. Conservación de los mensajes de datos párrs. 72-75

Capítulo III. Comunicación de mensajes de datos párrs. 76-107

Artículo 11. Formación y validez de los contratos párrs. 76-80

Artículo 12. Reconocimiento por las partes de los mensajes de datos párrs. 81-82

Artículo 13. Atribución de los mensajes de datos párrs. 83-92

Artículo 14. Acuse de recibo párrs. 93-99

Artículo 15. Tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos párrs. 100-107 *Segunda parte. Comercio electrónico en materias específicas* párrs. 108-122

Capítulo I. Transporte de mercancías párrs. 110-122

Artículo 16. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías párrs. 111-112. Artículo 17. Documentos de transporte párrs. 113-122

III. Historia y antecedentes de la Ley Modelo párrs. 123-150

Resolución aprobada por la Asamblea General

[sobre la base del informe de la Sexta Comisión (A/51/628)]

51/162. Ley Modelo sobre Comercio Electrónico aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional

La Asamblea General, Recordando su resolución 2205 (XXI), de 17 de diciembre de 1966, por la que estableció la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional con el mandato de fomentar la armonización y la unificación progresivas del derecho mercantil internacional y de tener presente, a ese respecto, el interés de todos los pueblos, en particular el de los países en desarrollo, en el progreso amplio del comercio internacional,

Observando que un número creciente de transacciones comerciales internacionales se realizan por medio del intercambio electrónico de datos y por otros medios de comunicación, habitualmente conocidos como "comercio electrónico", en los que se usan métodos de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel,

Recordando la recomendación relativa al valor jurídico de los registros computadorizados aprobada por la Comisión en su 18.º período de sesiones, celebrado en 1985,¹ y el inciso *b*) del párrafo 5 de la resolución 40/71 de la Asamblea General, de 11 de diciembre de 1985, en la que la Asamblea pidió a los gobiernos y a las organizaciones internacionales que, cuando así convenga, adopten medidas acordes con las recomendaciones de la Comisión¹ a fin de garantizar la seguridad jurídica en el contexto de la utilización más amplia posible del procesamiento automático de datos en el comercio internacional,

Convencida de que la elaboración de una ley modelo que facilite el uso del comercio electrónico y sea aceptable para Estados que tengan sistemas jurídicos, sociales y económicos diferentes podría contribuir de manera significativa al establecimiento de relaciones económicas internacionales armoniosas,

Observando que la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico fue aprobada por la Comisión en su 29.º período de sesiones después de examinar las

observaciones de los gobiernos y de las organizaciones interesadas,

Estimando que la aprobación de la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico por la Comisión ayudará de manera significativa a todos los Estados a fortalecer la legislación que rige el uso de métodos de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel y a preparar tal legislación en los casos en que carezcan de ella,

1. *Expresa su agradecimiento* a la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional por haber terminado y aprobado la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico que figura como anexo de la presente resolución y por haber preparado la Guía para la Promulgación de la Ley Modelo;
2. **Recomienda que todos los Estados consideren de manera favorable la Ley Modelo cuando promulguen o revisen sus leyes, habida cuenta de la necesidad de que el derecho aplicable a los métodos de comunicación y almacenamiento de información sustitutivos de los que utilizan papel sea uniforme;**
3. Recomienda también que no se escatimen esfuerzos para velar por que la Ley Modelo y la Guía sean ampliamente conocidas y estén a disposición de todos.

85a. sesión plenaria

LEY MODELO DE LA CNUDMI SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

[Original: árabe, chino, español, francés, inglés, ruso]

Primera parte. Comercio Electrónico en General

CAPÍTULO I.

Disposiciones Generales

Artículo 1. **Ámbito de aplicación**

La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de

mensaje de datos utilizada en el contexto de actividades comerciales.

La Comisión sugiere el siguiente texto para los Estados que deseen limitar el ámbito de aplicación de la presente Ley a los mensajes de datos internacionales:

La presente Ley será aplicable a todo mensaje de datos que sea conforme a la definición del párrafo 1) del artículo 2 y que se refiera al comercio internacional.

La presente ley no deroga ninguna norma jurídica destinada a la protección del consumidor.

La Comisión sugiere el siguiente texto para los Estados que deseen ampliar el ámbito de aplicación de la presente Ley:

La presente Ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en las situaciones siguientes: [...].

El término "comercial" deberá ser interpretado ampliamente de forma que abarque las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las operaciones siguientes: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; de facturaje ("factoring"); de arrendamiento de bienes de equipo con opción de compra ("leasing"); de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; de inversión; de financiación; de banca; de seguros; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.

Artículo 2. Definiciones

Para los fines de la presente Ley:

- a. Por "mensaje de datos" se entenderá la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o

similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax;

- b. Por "intercambio electrónico de datos (EDI)" se entenderá la transmisión electrónica de información de una computadora a otra, estando estructurada la información conforme a alguna norma técnica convenida al efecto;
- c. Por "iniciador" de un mensaje de datos se entenderá toda persona que, a tenor del mensaje, haya actuado por su cuenta o en cuyo nombre se haya actuado para enviar o generar ese mensaje antes de ser archivado, si éste es el caso, pero que no haya actuado a título de intermediario con respecto a él;
- d. Por "destinatario" de un mensaje de datos se entenderá la persona designada por el iniciador para recibir el mensaje, pero que no esté actuando a título de intermediario con respecto a él;
- e. Por "intermediario", en relación con un determinado mensaje de datos, se entenderá toda persona que, actuando por cuenta de otra, envíe, reciba o archive dicho mensaje o preste algún otro servicio con respecto a él;
- f. Por "sistema de información" se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

Artículo 3. Interpretación

- 1) En la interpretación de la presente Ley habrán de tenerse en cuenta su origen internacional y la necesidad de promover la uniformidad de su aplicación y la observancia de la buena fe.
- 2) Las cuestiones relativas a materias que se rijan por la presente Ley y que no estén expresamente resueltas en ella serán dirimidas de conformidad con los principios generales en que ella se inspira.

Artículo 4. Modificación mediante acuerdo

- 1) Salvo que se disponga otra cosa, en las relaciones entre las partes que generan envían, reciben, archivan o procesan de alguna otra forma mensajes de datos, las disposiciones del capítulo III podrán ser modificadas mediante acuerdo.
- 2) Lo dispuesto en el párrafo 1) no afectará a ningún derecho de que gocen las partes para modificar de común acuerdo alguna norma jurídica a la que se haga referencia en el capítulo II.

CAPÍTULO II.

Aplicación de los requisitos jurídicos a los mensajes de datos

Artículo 5. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.

No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos.

Artículo 5 bis. Incorporación por remisión

(En la forma aprobada por la Comisión en su 31.º período de sesiones, en junio de 1998)

No se negarán efectos jurídicos, validez ni fuerza obligatoria a la información por la sola razón de que no esté contenida en el mensaje de datos que se supone ha de dar lugar a este efecto jurídico, sino que figure simplemente en el mensaje de datos en forma de remisión.

Artículo 6. Escrito

- 1) Cuando la ley requiera que la información conste por escrito, ese requisito

quedará satisfecho con un mensaje de datos si la información que éste contiene es accesible para su ulterior consulta.

- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no conste por escrito.
- 3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

Artículo 7. Firma

- 1) Cuando la ley requiera la firma de una persona, ese requisito quedará satisfecho en relación con un mensaje de datos:
 - a. Si se utiliza un método para identificar a esa persona y para indicar que esa persona aprueba la información que figura en el mensaje de datos;
y
 - b. Si ese método es tan fiable como sea apropiado para los fines para los que se generó o comunicó el mensaje de datos, a la luz de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no exista una firma.
- 3) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

Artículo 8. Original

- 1) Cuando la ley requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos:
 - a) Si existe alguna garantía fidedigna de que se ha conservado la integridad de la información a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos o en alguna otra forma;

- b) De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona a la que se deba presentar.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que la información no sea presentada o conservada en su forma original.
- 3) Para los fines del inciso a) del párrafo 1):
 - c) La integridad de la información será evaluada conforme al criterio de que haya permanecido completa e inalterada, salvo la adición de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de su comunicación, archivo o presentación; y
 - d) El grado de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias del caso.
- 4) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

Artículo 9. Admisibilidad y fuerza probatoria de los mensajes de datos

- 1) En todo trámite legal, no se dará aplicación a regla alguna de la prueba que sea óbice para la admisión como prueba de un mensaje de datos:
 - a) Por la sola razón de que se trate de un mensaje de datos; o
 - b) Por razón de no haber sido presentado en su forma original, de ser ese mensaje la mejor prueba que quepa razonablemente esperar de la persona que la presenta.
- 2) Toda información presentada en forma de mensaje de datos gozará de la debida fuerza probatoria. Al valorar la fuerza probatoria de un mensaje de datos se habrá de tener presente la fiabilidad de la forma en la que se haya generado, archivado o comunicado el mensaje, la fiabilidad de la forma en la que se haya conservado la integridad de

la información, la forma en la que se identifique a su iniciador y cualquier otro factor pertinente.

Artículo 10. Conservación de los mensajes de datos

- 1) Cuando la ley requiera que ciertos documentos, registros o informaciones sean conservados, ese requisito quedará satisfecho mediante la conservación de los mensajes de datos, siempre que se cumplan las condiciones siguientes:
 - a) Que la información que contengan sea accesible para su ulterior consulta; y
 - b) Que el mensaje de datos sea conservado con el formato en que se haya generado, enviado o recibido o con algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información generada, enviada o recibida; y
 - c) Que se conserve, de haber alguno, todo dato que permita determinar el origen y el destino del mensaje, y la fecha y la hora en que fue enviado o recibido.
- 2) La obligación de conservar ciertos documentos, registros o informaciones conforme a lo dispuesto en el párrafo 1) no será aplicable a aquellos datos que tengan por única finalidad facilitar el envío o recepción del mensaje.
- 3) Toda persona podrá recurrir a los servicios de un tercero para observar el requisito mencionado en el párrafo 1), siempre que se cumplan las condiciones enunciadas en los incisos a), b) y c) del párrafo 1).

CAPÍTULO III.

Comunicación de los mensajes de datos

Artículo 11. Formación y validez de los contratos

- 1) En la formación de un contrato, de no convenir las partes otra cosa, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de datos.

2) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

Artículo 12. Reconocimiento por las partes de los mensajes de datos

- 1) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario de un mensaje de datos, no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a una manifestación de voluntad u otra declaración por la sola razón de haberse hecho en forma de mensaje de datos. En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, se entenderá que un mensaje de datos proviene del iniciador si ha sido enviado:
 - a) Por alguna persona facultada para actuar en nombre del iniciador respecto de ese mensaje; o
 - b) Por un sistema de información programado por el iniciador o en su nombre para que opere automáticamente.
- 2) En las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que un mensaje de datos proviene del iniciador, y a actuar en consecuencia, cuando:
 - a. Para comprobar que el mensaje provenía del iniciador, el destinatario haya aplicado adecuadamente un procedimiento aceptado previamente por el iniciador con ese fin; o
 - b. El mensaje de datos que reciba el destinatario resulte de los actos de una persona cuya relación con el iniciador, o con algún mandatario suyo, le haya dado acceso a algún método utilizado por el iniciador para identificar un mensaje de datos como propio.
- 3) El párrafo 3) no se aplicará:
 - c) A partir del momento en que el destinatario haya sido informado por el iniciador de que el mensaje de datos no provenía del iniciador y haya dispuesto de un plazo razonable para actuar en consecuencia; o
 - d) En los casos previstos en el inciso b) del párrafo 3), desde el momento en que el destinatario sepa, o debiera saber de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el mensaje de datos no provenía del iniciador.

- 4) Siempre que un mensaje de datos provenga del iniciador o que se entienda que proviene de él, o siempre que el destinatario tenga derecho a actuar con arreglo a este supuesto, en las relaciones entre el iniciador y el destinatario, el destinatario tendrá derecho a considerar que el mensaje de datos recibido corresponde al que quería enviar el iniciador, y podrá actuar en consecuencia. El destinatario no gozará de este derecho si sabía, o hubiera sabido de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que la transmisión había dado lugar a algún error en el mensaje de datos recibido.
- 5) El destinatario tendrá derecho a considerar que cada mensaje de datos recibido es un mensaje de datos separado y a actuar en consecuencia, salvo en la medida en que duplique otro mensaje de datos, y que el destinatario sepa, o debiera saber de haber actuado con la debida diligencia o de haber aplicado algún método convenido, que el mensaje de datos era un duplicado.

Artículo 14. Acuse de recibo

- 1) Los párrafos 2) a 4) del presente artículo serán aplicables cuando, al enviar o antes de enviar un mensaje de datos, el iniciador solicite o acuerde con el destinatario que se acuse recibo del mensaje de datos.
- 2) Cuando el iniciador no haya acordado con el destinatario que el acuse de recibo se dé en alguna forma determinada o utilizando un método determinado, se podrá acusar recibo mediante:
 - e) Toda comunicación del destinatario, automatizada o no, o
 - f) Todo acto del destinatario,

Artículo 15. Tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos

- 1) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido cuando entre en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador o de la persona que envió el mensaje de datos en nombre del iniciador.

- 2) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el momento de recepción de un mensaje de datos se determinará como sigue:
 - e) Si el destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de mensajes de datos, la recepción tendrá lugar:
 - i) En el momento en que entre el mensaje de datos en el sistema de información designado; o
 - ii) De enviarse el mensaje de datos a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema de información designado, en el momento en que el destinatario recupere el mensaje de datos;
 - f) Si el destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar al entrar el mensaje de datos en un sistema de información del destinatario.
- 3) El párrafo 2) será aplicable aun cuando el sistema de información esté ubicado en un lugar distinto de donde se tenga por recibido el mensaje conforme al párrafo 4).
- 4) De no convenir otra cosa el iniciador y el destinatario, el mensaje de datos se tendrá por expedido en el lugar donde el iniciador tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente párrafo:
 - a) Si el iniciador o el destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal;
 - b) Si el iniciador o el destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual.
- 5) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

Segunda Parte.
Comercio electrónico en materias específicas
Capítulo I. Transporte de Mercancías

Artículo 16. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías

Sin perjuicio de lo dispuesto en la parte I de la presente Ley, el presente capítulo será aplicable a cualquiera de los siguientes actos que guarde relación con un contrato de transporte de mercancías, o con su cumplimiento, sin que la lista sea exhaustiva:

- a) a)i) indicación de las marcas, el número, la cantidad o el peso de las mercancías;
- b) ii) declaración de la índole o el valor de las mercancías;
- c) iii) emisión de un recibo por las mercancías;
- d) iv) confirmación de haberse completado la carga de las mercancías;
- e) i) notificación a alguna persona de las cláusulas y condiciones del contrato;
- f) ii) comunicación de instrucciones al portador;
- g) i) reclamación de la entrega de las mercancías;
- h) ii) autorización para proceder a la entrega de las mercancías;
- i) iii) notificación de la pérdida de las mercancías o de los daños que hayan sufrido;
- j) d)cualquier otra notificación o declaración relativas al cumplimiento del contrato;
- k) Promesa de hacer entrega de las mercancías a la persona designada o a una persona autorizada para reclamar esa entrega;
- l) Concesión, adquisición, renuncia, restitución, transferencia o negociación de algún derecho sobre mercancías;
- m) Adquisición o transferencia de derechos y obligaciones con arreglo al contrato.

Artículo 17. Documentos de transporte

- 1) Con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 3), en los casos en que la ley requiera que alguno de los actos enunciados en el artículo 16 se lleve a cabo por escrito o mediante un documento que conste de papel, ese requisito quedará satisfecho cuando el acto se lleve a cabo por medio de uno o más mensajes de datos.
- 2) El párrafo 1) será aplicable tanto si el requisito en él previsto está expresado en forma de obligación como si la ley simplemente prevé consecuencias en el caso de que no se lleve a cabo el acto por escrito o mediante un documento.
- 3) Cuando se conceda algún derecho a una persona determinada y a ninguna otra, o ésta adquiera alguna obligación, y la ley requiera que, para que ese acto surta efecto, el derecho o la obligación hayan de transferirse a esa persona mediante el envío, o la utilización, de un documento, ese requisito quedará satisfecho si el derecho o la obligación se transfiere mediante la utilización de uno o más mensajes de datos, siempre que se emplee un método fiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos.
- 4) Para los fines del párrafo 3), el nivel de fiabilidad requerido será determinado a la luz de los fines para los que se transfirió el derecho o la obligación y de todas las circunstancias del caso, incluido cualquier acuerdo pertinente.
- 5) Cuando se utilicen uno o más mensajes de datos para llevar a cabo alguno de los actos enunciados en los incisos f) y g) del artículo 16, no será válido ningún documento utilizado para llevar a cabo cualquiera de esos actos, a menos que se haya puesto fin al uso de mensajes de datos para sustituirlo por el de documentos. Todo documento que se emita en esas circunstancias deberá contener una declaración a tal efecto. La sustitución de mensajes de datos por documentos no afectará a los derechos ni a las obligaciones de las partes.

- 6) Cuando se aplique obligatoriamente una norma jurídica a un contrato de transporte de mercancías que esté consignado, o del que se haya dejado constancia, en un documento, esa norma no dejará de aplicarse a un contrato de transporte de mercancías del que se haya dejado constancia en uno o más mensajes de datos por razón de que el contrato conste en ese mensaje o esos mensajes de datos en lugar de constar en un documento.
- 7) Lo dispuesto en el presente artículo no será aplicable a: [...].

**Guía para la incorporación al derecho interno
de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico**

FINALIDAD DE LA PRESENTE GUÍA

- 1) Al preparar y dar su aprobación a la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico (denominada en adelante "la Ley Modelo"), la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) tuvo presente que la Ley Modelo ganaría en eficacia para los Estados que fueran a modernizar su legislación si se facilitaba a los órganos ejecutivos y legislativos de los Estados la debida información de antecedentes y explicativa que les ayudara eventualmente a aplicar la Ley Modelo. La Comisión era además consciente de la probabilidad de que la Ley Modelo fuera aplicada por algunos Estados poco familiarizados con las técnicas de comunicación reguladas en la Ley Modelo. La presente guía, que en gran parte está inspirada en los *trabajos preparatorios* de la Ley Modelo, servirá también para orientar a los usuarios de los medios electrónicos de comunicación en los aspectos jurídicos de su empleo, así como a los estudiosos en la materia. En la preparación de la Ley Modelo se partió del supuesto de que el proyecto de Ley Modelo iría acompañado de una guía. Por ejemplo, se decidió que ciertas cuestiones no serían resueltas en el texto de la Ley Modelo sino en la Guía que había de orientar a los Estados en la incorporación de su régimen al derecho interno. En la información presentada en la Guía se explica cómo las disposiciones

incluidas en la Ley Modelo enuncian los rasgos mínimos esenciales de toda norma legal destinada a lograr los objetivos de la Ley Modelo. Esa información puede también ayudar a los Estados a determinar si existe alguna disposición de la Ley Modelo que tal vez convenga modificar en razón de alguna circunstancia nacional particular.

I. INTRODUCCIÓN A LA LEY MODELO

A. Objetivos

2. El recurso a los modernos medios de comunicación, tales como el correo electrónico y el intercambio electrónico de datos (EDI), se ha difundido con notable rapidez en la negociación de las operaciones comerciales internacionales y cabe prever que el empleo de esas vías de comunicación sea cada vez mayor, a medida que se vaya difundiendo el acceso a ciertos soportes técnicos como la INTERNET y otras grandes vías de información transmitida en forma electrónica. No obstante, la comunicación de datos de cierta trascendencia jurídica en forma de mensajes sin soporte de papel pudiera verse obstaculizada por ciertos impedimentos legales al empleo de mensajes electrónicos, o por la incertidumbre que pudiera haber sobre la validez o eficacia jurídica de esos mensajes. La finalidad de la Ley Modelo es la de ofrecer al legislador nacional un conjunto de reglas aceptables en el ámbito internacional que le permitan eliminar algunos de esos obstáculos jurídicos con miras a crear un marco jurídico que permita un desarrollo más seguro de las vías electrónicas de negociación designadas por el nombre de "comercio electrónico". Los principios plasmados en el régimen de la Ley Modelo ayudarán además a los usuarios del comercio electrónico a encontrar las soluciones contractuales requeridas para superar ciertos obstáculos jurídicos que dificulten ese empleo cada vez mayor del comercio electrónico.

2) La decisión de la CNUDMI de formular un régimen legal modelo para el comercio electrónico se debe a que el régimen aplicable en ciertos países a la comunicación y archivo de información era inadecuado o se había

quedado anticuado, al no haberse previsto en ese régimen las modalidades propias del comercio electrónico. En algunos casos, la legislación vigente impone o supone restricciones al empleo de los modernos medios de comunicación, por ejemplo, por haberse prescrito el empleo de documentos "originales", "manuscritos" o "firmados". Si bien unos cuantos países han adoptado reglas especiales para regular determinados aspectos del comercio electrónico, se hace sentir en todas partes la ausencia de un régimen general del comercio electrónico. De ello puede resultar incertidumbre acerca de la naturaleza jurídica y la validez de la información presentada en otra forma que no sea la de un documento tradicional sobre papel. Además, la necesidad de un marco legal seguro y de prácticas eficientes se hace sentir no sólo en aquellos países en los que se está difundiendo el empleo del EDI y del correo electrónico sino también en otros muchos países en los que se ha difundido el empleo del fax, el télex y otras técnicas de comunicación parecidas.

- 3) Además, la Ley Modelo puede ayudar a remediar los inconvenientes que dimanen del hecho de que un régimen legal interno inadecuado puede obstaculizar el comercio internacional, al depender una parte importante de ese comercio de la utilización de las modernas técnicas de comunicación. La diversidad de los regímenes internos aplicables a esas técnicas de comunicación y la incertidumbre a que dará lugar esa disparidad pueden contribuir a limitar el acceso de las empresas a los mercados internacionales.
- 4) Además, la Ley Modelo puede resultar un valioso instrumento, en el ámbito internacional, para interpretar ciertos convenios y otros instrumentos internacionales existentes que impongan de hecho algunos obstáculos al empleo del comercio electrónico, al prescribir, por ejemplo, que se han de consignar por escrito ciertos documentos o cláusulas contractuales. Caso de adoptarse la Ley Modelo como regla de interpretación al respecto, los Estados partes en esos instrumentos internacionales dispondrían de un medio para reconocer la validez del comercio electrónico sin necesidad de

tener que negociar un protocolo para cada uno de esos instrumentos internacionales en particular.

- 5) Los objetivos de la Ley Modelo, entre los que figuran el de permitir o facilitar el empleo del comercio electrónico y el de conceder igualdad de trato a los usuarios de mensajes consignados sobre un soporte informático que a los usuarios de la documentación consignada sobre papel, son esenciales para promover la economía y la eficiencia del comercio internacional. Al incorporar a su derecho interno los procedimientos prescritos por la Ley Modelo para todo supuesto en el que las partes opten por emplear medios electrónicos de comunicación, un Estado estará creando un entorno legal neutro para todo medio técnicamente viable de comunicación comercial.

6) Ámbito de aplicación

El título de la Ley Modelo habla de "comercio electrónico". Si bien en el artículo 2 se da una definición del "intercambio electrónico de datos (EDI)", la Ley Modelo no especifica lo que se entiende por "comercio electrónico". Al preparar la Ley Modelo, la Comisión decidió que, al ocuparse del tema que tenía ante sí, se atendería a una concepción amplia del EDI que abarcara toda una gama de aplicaciones del mismo relacionadas con el comercio que podrían designarse por el amplio término de "comercio electrónico" (véase A/CN.9/360, párrs. 28 y 29), aunque otros términos descriptivos sirvieran igual de bien. Entre los medios de comunicación recogidos en el concepto de "comercio electrónico" cabe citar las siguientes vías de transmisión basadas en el empleo de técnicas electrónicas: la comunicación por medio del EDI definida en sentido estricto como la transmisión de datos de una terminal informática a otra efectuada en formato normalizado; la transmisión de mensajes electrónicos utilizando normas patentadas o normas de libre acceso; y la transmisión por vía electrónica de textos de formato libre, por ejemplo, a través de la INTERNET. Se señaló también que, en algunos casos, la noción de "comercio electrónico" sería utilizada para referirse al empleo de técnicas

como el télex y la telecopia o fax.

- 7) Conviene destacar que si bien es cierto que al redactarse la Ley Modelo se tuvo siempre presente las técnicas más modernas de comunicación, tales como el EDI y el correo electrónico, los principios en los que se inspira, así como sus disposiciones, son igualmente aplicables a otras técnicas de comunicación menos avanzadas, como el fax. En algunos casos, un mensaje en formato numérico expedido inicialmente en forma de mensaje EDI normalizado será transformado, en algún punto de la cadena de transmisión entre el expedidor y el destinatario, en un mensaje télex expedido a través de una terminal informática o en un fax recibido por la impresora informática del destinatario. Un mensaje de datos puede nacer en forma de una comunicación verbal y ser recibido en forma de fax, o puede nacer en forma de fax que se entrega al destinatario en forma de mensaje EDI. Una de las características del comercio electrónico es la de que supone el empleo de mensajes programables, cuya programación en una terminal informática constituye el rasgo diferencial básico respecto de los documentos tradicionales consignados sobre papel. Todos estos supuestos están previstos por la Ley Modelo, que responde así a la necesidad en que se encuentran los usuarios del comercio electrónico de poder contar con un régimen coherente que sea aplicable a las diversas técnicas de comunicación que cabe utilizar indistintamente. Cabe señalar que, en principio, no se excluye ninguna técnica de comunicación del ámbito de la Ley Modelo, que debe acoger en su régimen toda eventual innovación técnica en este campo.
- 8) Los objetivos de la Ley Modelo serán mejor logrados cuanto mayor sea su aplicación. Por ello, aun cuando la Ley Modelo prevé la posibilidad de que se excluyan ciertos supuestos del ámbito de aplicación de los artículos 6, 7, 8, 11, 12, 15 y 17, todo Estado que adopte su régimen podrá decidir no imponer en su derecho interno ninguna restricción importante al ámbito de aplicación de la Ley Modelo.
- 9) Cabe considerar a la Ley Modelo como un régimen especial bien definido y

equilibrado que se recomienda incorporar al derecho interno en forma de norma unitaria de rango legal. Ahora bien, según cuál sea la situación interna de cada Estado, procederá incorporar el régimen de la Ley Modelo en una o en varias normas de rango legal (véase más adelante, el párr. 143).

C. Estructura

- 11) 11. La Ley Modelo está dividida en dos partes, la primera regula el comercio electrónico en general y la segunda regula el empleo de ese comercio en determinadas ramas de actividad comercial. Cabe señalar que la segunda parte de la Ley Modelo, que se ocupa del comercio electrónico en determinadas esferas consta únicamente del capítulo I dedicado a la utilización del comercio electrónico en el transporte de mercancías. En el futuro tal vez sea preciso regular otras ramas particulares del comercio electrónico, por lo que se ha de considerar a la Ley Modelo como un instrumento abierto destinado a ser complementado por futuras adiciones.
- 12) La CNUDMI tiene previsto mantenerse al corriente de los avances técnicos, jurídicos y comerciales que se produzcan en el ámbito de aplicación de la Ley Modelo. De juzgarlo aconsejable, la Comisión podría decidir introducir nuevas disposiciones modelo en el texto de la Ley Modelo o modificar alguna de las disposiciones actuales.

D. Una ley "marco" que habrá de ser completada por un reglamento técnico

- 13) La Ley Modelo tiene por objeto enunciar los procedimientos y principios básicos para facilitar el empleo de las técnicas modernas de comunicación para consignar y comunicar información en diversos tipos de circunstancias. No obstante, se trata de una ley "marco" que no enuncia por sí sola todas las reglas necesarias para aplicar esas técnicas de comunicación en la práctica. Además, la Ley Modelo no tiene por objeto regular todos los pormenores del empleo del comercio electrónico. Por consiguiente, el Estado promulgante tal vez desee dictar un reglamento para pormenorizar los procedimientos de cada uno de los métodos autorizados por la Ley

Modelo a la luz de las circunstancias peculiares y posiblemente variables de ese Estado, pero sin merma de los objetivos de la Ley Modelo. Se recomienda que todo Estado, que decida reglamentar más en detalle el empleo de estas técnicas, procure no perder de vista la necesidad de mantener la encomiable flexibilidad del régimen de la Ley Modelo.

- 14) Cabe señalar que, además de plantear cuestiones de procedimiento que tal vez hayan de ser resueltas en el reglamento técnico de aplicación de la ley, las técnicas para consignar y comunicar información consideradas en la Ley Modelo pueden plantear ciertas cuestiones jurídicas cuya solución no ha de buscarse en la Ley Modelo, sino más bien en otras normas de derecho interno, como serían las normas eventualmente aplicables de derecho administrativo, contractual, penal o procesal, las cuales quedan fuera del ámbito asignado a la Ley Modelo.

E. Criterio del "equivalente funcional"

- 15) La Ley Modelo se basa en el reconocimiento de que los requisitos legales que prescriben el empleo de la documentación tradicional con soporte de papel constituyen el principal obstáculo para el desarrollo de medios modernos de comunicación. En la preparación de la Ley Modelo se estudió la posibilidad de abordar los impedimentos al empleo del comercio electrónico creados por esos requisitos ampliando el alcance de conceptos como los de "escrito", "firma" y "original" con miras a dar entrada al empleo de técnicas basadas en la informática. Este criterio se sigue en varios instrumentos legales existentes, como en el artículo 7 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional y el artículo 13 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías. Se señaló que la Ley Modelo debería permitir a los Estados adaptar su legislación en función de los avances técnicos de las comunicaciones aplicables al derecho mercantil, sin necesidad de eliminar por completo el requisito de un escrito ni de trastocar los conceptos y planteamientos jurídicos en que se basa dicho requisito. Se dijo, al mismo tiempo, que la observancia de este requisito por medios electrónicos

requeriría en algunos casos una reforma de la normativa aplicable al respecto, que tuviera en cuenta una, en particular, de las muchas distinciones entre un documento consignado sobre papel y un mensaje EDI, a saber, que el documento de papel es legible para el ojo humano y el mensaje EDI no lo es, de no ser ese mensaje consignado sobre papel o mostrado en pantalla.

- 16) Así pues, la Ley Modelo sigue un nuevo criterio, denominado a veces "criterio del equivalente funcional", basado en un análisis de los objetivos y funciones del requisito tradicional de la presentación de un escrito consignado sobre papel con miras a determinar la manera de satisfacer sus objetivos y funciones con técnicas del llamado comercio electrónico. Por ejemplo, ese documento de papel cumple funciones como las siguientes: proporcionar un documento legible para todos; asegurar la inalterabilidad de un documento a lo largo del tiempo; permitir la reproducción de un documento a fin de que cada una de las partes disponga de un ejemplar del mismo escrito; permitir la autenticación de los datos consignados suscribiéndolos con una firma; y proporcionar una forma aceptable para la presentación de un escrito ante las autoridades públicas y los tribunales. Cabe señalar que, respecto de todas esas funciones, la documentación consignada por medios electrónicos puede ofrecer un grado de seguridad equivalente al del papel y, en la mayoría de los casos, mucha mayor fiabilidad y rapidez, especialmente respecto de la determinación del origen y del contenido de los datos, con tal que se observen ciertos requisitos técnicos y jurídicos. Ahora bien, la adopción de este criterio del equivalente funcional no debe dar lugar a que se impongan normas de seguridad más estrictas a los usuarios del comercio electrónico (con el consiguiente costo) que las aplicables a la documentación consignada sobre papel.
- 17) Un mensaje de datos no es, de por sí, el equivalente de un documento de papel, ya que es de naturaleza distinta y no cumple necesariamente todas las funciones imaginables de un documento de papel. Por ello se adoptó en la Ley Modelo un criterio flexible que tuviera en cuenta la graduación actual

de los requisitos aplicables a la documentación consignada sobre papel: al adoptar el criterio del "equivalente funcional", se prestó atención a esa jerarquía actual de los requisitos de forma, que sirven para dotar a los documentos de papel del grado de fiabilidad, inalterabilidad y rastreabilidad que mejor convenga a la función que les haya sido atribuida. Por ejemplo, el requisito de que los datos se presenten por escrito (que suele constituir un "requisito mínimo") no debe ser confundido con otros requisitos más estrictos como el de "escrito firmado", "original firmado" o "acto jurídico autenticado".

- 18) La Ley Modelo no pretende definir un equivalente informático para todo tipo de documentos de papel, sino que trata de determinar la función básica de cada uno de los requisitos de forma de la documentación sobre papel, con miras a determinar los criterios que, de ser cumplidos por un mensaje de datos, permitirían la atribución a ese mensaje de un reconocimiento legal equivalente al de un documento de papel que haya de desempeñar idéntica función. Cabe señalar que en los artículos 6 a 8 de la Ley Modelo se ha seguido el criterio del equivalente funcional respecto de las nociones de "escrito", "firma" y "original", pero no respecto de otras nociones jurídicas que en esa Ley se regulan. Por ejemplo, no se ha intentado establecer un equivalente funcional en el artículo 10 de los requisitos actualmente aplicables al archivo de datos.

F. Reglas de derecho supletorio y de derecho imperativo

- 19) La decisión de emprender la preparación de la Ley Modelo está basada en el reconocimiento de que, en la práctica, la solución de la mayoría de las dificultades jurídicas suscitadas por el empleo de los modernos medios de comunicación suele buscarse por vía contractual. La Ley Modelo enuncia en el artículo 4 el principio de la autonomía de las partes respecto de las disposiciones del capítulo III de la primera parte. El capítulo III incorpora ciertas reglas que aparecen muy a menudo en acuerdos concertados entre las partes, por ejemplo, en acuerdos de intercambio de comunicaciones o en el "reglamento de un sistema de información" o red de comunicaciones.

Conviene tener presente que la noción de "reglamento de un sistema" puede abarcar dos tipos de reglas, a saber, las condiciones generales impuestas por una red de comunicaciones y las reglas especiales que puedan ser incorporadas a esas condiciones generales para regular la relación bilateral entre ciertos iniciadores y destinatarios de mensajes de datos. El artículo 4 (y la noción de "acuerdo" en él mencionada) tiene por objeto abarcar ambos tipos de reglas.

- 20) Las reglas enunciadas en el capítulo III de la primera parte pueden servir de punto de partida a las partes cuando vayan a concertar esos acuerdos. Pueden también servir para colmar las lagunas u omisiones en las estipulaciones contractuales. Además, cabe considerar que esas reglas fijan una norma de conducta mínima para el intercambio de mensajes de datos en casos en los que no se haya concertado acuerdo alguno para el intercambio de comunicaciones entre las partes, por ejemplo, en el marco de redes de comunicación abiertas.
- 21) Las disposiciones que figuran en el capítulo II de la primera parte son de distinta naturaleza. Una de las principales finalidades de la Ley Modelo es facilitar el empleo de las técnicas de comunicación modernas, dotando al empleo de dichas técnicas de la certeza requerida por el comercio cuando la normativa por lo demás aplicable cree obstáculos a dicho empleo o sea fuente de incertidumbres que no puedan eliminarse mediante estipulaciones contractuales. Las disposiciones del capítulo II pueden, en cierta medida, considerarse como un conjunto de excepciones al régimen tradicionalmente aplicable a la forma de las operaciones jurídicas. Ese régimen tradicional acostumbra a ser de carácter imperativo, por reflejar, en general, decisiones inspiradas en principios de orden público interno. Debe considerarse que las reglas enunciadas en el capítulo II expresan el "mínimo aceptable" en materia de requisitos de forma para el comercio electrónico, por lo que deberán ser tenidas por imperativas, salvo que en ellas mismas se disponga lo contrario. El hecho de que esos requisitos de forma deban ser considerados como el "mínimo aceptable" no debe, sin embargo, ser

entendido como una invitación a establecer requisitos más estrictos que los enunciados en la Ley Modelo.

G. Asistencia de la Secretaría de la CNUDMI

- 22) En el marco de sus actividades de formación y asistencia, la secretaría de la CNUDMI podrá organizar consultas técnicas para las autoridades públicas que estén preparando alguna norma legal basada en la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico, o en alguna otra ley modelo de la CNUDMI, o que estén considerando dar su adhesión a algún convenio de derecho mercantil internacional preparado por la CNUDMI.
- 23) Puede pedirse a la secretaría, cuya dirección se indica a continuación, más información acerca de la Ley Modelo, así como sobre la Guía y sobre otras leyes modelos y convenios preparados por la CNUDMI. La secretaría agradecerá cualquier observación que reciba sobre la Ley Modelo y la Guía, así como sobre la promulgación de cualquier norma legal basada en la Ley Modelo. Subdivisión de Derecho Mercantil Internacional

II. OBSERVACIONES ARTÍCULO POR ARTÍCULO

Primera parte. Comercio electrónico en general

CAPÍTULO I.

Disposiciones Generales

Artículo 1. Ámbito de aplicación

- 24) La finalidad del artículo 1, que debe leerse conjuntamente con la definición de "mensaje de datos" en el artículo 2 a), es demarcar el ámbito de aplicación de la Ley Modelo. En la Ley Modelo se han querido abarcar, en principio, todas las situaciones de hecho en que se genera, archiva o comunica información, con independencia de cuál sea el soporte en el que se consigne la información. Durante la preparación de la Ley Modelo se consideró que si se excluía alguna forma o algún soporte posible limitando así el alcance de la Ley Modelo, surgirían dificultades prácticas y se incumpliría el objetivo de formular reglas verdaderamente aptas para cualquier soporte electrónico. Ahora bien, el régimen de la Ley Modelo ha

sido concebido especialmente para los medios de comunicación cuyo soporte "no sea el papel" y, salvo que su texto disponga expresamente otra cosa, la Ley Modelo no tiene por objeto modificar ninguna regla tradicionalmente aplicable a las comunicaciones sobre soporte de papel.

- 25) Se opinó, además, que la Ley Modelo debería indicar que estaba concebida para regular los tipos de situaciones que se dan en la esfera comercial y que había sido formulada pensando en las relaciones comerciales. Por esta razón, en el artículo 1 se habla de "actividades comerciales" y en la nota de pie de página **** se explica lo que debe entenderse por ello. Esas indicaciones, que pueden ser particularmente útiles para los países que carecen de un cuerpo especial de derecho mercantil, están inspiradas, por razones de coherencia, en la nota de pie de página correspondiente al artículo 1 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Arbitraje Comercial Internacional. En ciertos países, el uso de notas de pie de página en un texto legislativo no se consideraría una práctica legislativa aceptable. Así pues, las autoridades nacionales que incorporen la Ley Modelo podrían estudiar la posible inclusión del texto de las notas de pie de página en el cuerpo de la ley propiamente dicha.
- 26) La Ley Modelo es aplicable a todos los tipos de mensajes de datos que puedan generarse, archivarse o comunicarse, y nada en la Ley Modelo debería impedir a un Estado que al aplicarla ampliara su alcance a aplicaciones no comerciales del llamado comercio electrónico. Por ejemplo, si bien la Ley Modelo no está especialmente concebida para regular las relaciones entre los usuarios del comercio electrónico y las autoridades públicas, ello no quiere decir que la Ley Modelo no sea aplicable a dichas relaciones. En la nota de pie de página *** se sugieren algunas variantes que podrían utilizar los Estados que al incorporar la Ley Modelo estimen apropiado extender su ámbito de aplicación más allá de la esfera comercial.
- 27) Algunos países disponen de leyes especiales para la protección del consumidor que pueden regular ciertos aspectos del empleo de los sistemas de información. Con respecto a esa legislación protectora del

consumidor, al igual que en anteriores instrumentos de la CNUDMI (por ejemplo, la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Transferencias Internacionales de Crédito), se estimó que debería indicarse en la Ley Modelo que no se había prestado particular atención en su texto a las cuestiones que podrían suscitarse en el contexto de la protección del consumidor. Se opinó, al mismo tiempo, que no había motivo para excluir del ámbito de aplicación de la Ley Modelo, por medio de una disposición general al efecto, las situaciones que afectaran a consumidores, ya que pudiera estimarse que el régimen de la Ley Modelo resulta adecuado para los fines de la protección del consumidor, al menos en el marco de la normativa aplicable en algunos Estados. En la nota ** se reconoce que la legislación protectora del consumidor puede gozar de prelación sobre el régimen de la Ley Modelo. El legislador deberá tal vez considerar si la ley por la que se incorpore la Ley Modelo al derecho interno ha de ser o no aplicable a los consumidores. La determinación de las personas físicas o jurídicas que han de ser tenidas por "consumidores" es una cuestión que se deja al arbitrio de la norma de derecho interno aplicable al efecto.

- 28) La primera nota de pie de página prevé otra posible limitación del ámbito de aplicación de la Ley Modelo. En principio, la Ley Modelo es aplicable al empleo tanto nacional como internacional de los mensajes de datos. El texto de la nota de pie de página * podrá ser utilizado por todo Estado que desee limitar la aplicabilidad de la Ley Modelo a los casos internacionales. La nota contiene un criterio de internacionalidad al que podrán recurrir dichos Estados para distinguir los casos internacionales de los nacionales. Cabe advertir, sin embargo, que en algunas jurisdicciones, especialmente en Estados federales, podría ser muy difícil distinguir el comercio internacional del comercio nacional. No debe interpretarse esta nota como si alentara a los Estados que incorporen la Ley Modelo a su derecho interno a limitar su aplicabilidad a los casos internacionales.
- 29) Se recomienda ampliar lo más posible el ámbito de aplicación de la Ley Modelo. Convendría, en particular, que el ámbito de aplicación de la Ley

Modelo no quedara reducido a los mensajes de datos internacionales, ya que puede considerarse que esa limitación menoscabaría los objetivos de la Ley Modelo. Además, la diversidad de los procedimientos previstos en la Ley Modelo (particularmente en los artículos 6 a 8) para limitar el empleo de mensajes de datos si es necesario (por ejemplo, por motivos de orden público) puede hacer innecesario limitar el ámbito de aplicación de la Ley Modelo. Dado que la Ley Modelo contiene diversos artículos (artículos 6, 7, 8, 11, 12, 15 y 17) que otorgan cierto grado de flexibilidad a los Estados que la incorporen a su derecho interno para limitar el ámbito de aplicación de determinados aspectos de dicha Ley, no debería ser necesario restringir el ámbito de aplicación de su régimen al comercio internacional. Cabe señalar asimismo que sería difícil dividir las comunicaciones relacionadas con el comercio internacional en secciones puramente internas o puramente internacionales. La certeza jurídica que se espera obtener de la Ley Modelo es necesaria para el comercio tanto nacional como internacional, y una dualidad de regímenes para la utilización de los medios electrónicos de consignación y comunicación de datos podría crear un grave obstáculo para el empleo de esos medios.

Artículo 2. Definiciones

"Mensaje de datos"

- 30) El concepto de "mensaje de datos" no se limita a la comunicación sino que pretende también englobar cualquier información consignada sobre un soporte informático que no esté destinada a ser comunicada. Así pues, el concepto de "mensaje" incluye el de información meramente consignada. No obstante nada impide que, en los ordenamientos jurídicos en que se estime necesario, se añada una definición de "información consignada" que recoja los elementos característicos del "escrito" en el artículo 6.
- 31) La referencia a "medios similares" pretende reflejar el hecho de que la Ley Modelo no está únicamente destinada a regir las técnicas actuales de comunicación, sino que pretende ser apta para acomodar todos los avances técnicos previsibles. La definición de "mensaje de datos" está formulada en

términos por los que se trata de abarcar todo tipo de mensajes generados, archivados o comunicados en alguna forma básicamente distinta del papel. Por ello, al hablar de "medios similares" se trata de abarcar cualquier medio de comunicación y archivo de información que se preste a ser utilizado para alguna de las funciones desempeñadas por los medios enumerados en la definición, aunque, por ejemplo, no cabe decir que un medio "óptico" de comunicación sea estrictamente similar a un medio "electrónico". Para los fines de la Ley Modelo, el término "similar" denota la noción de "equivalente funcional".

32) La definición de "mensaje de datos" pretende abarcar también el supuesto de la revocación o modificación de un mensaje de datos. Se supone que el contenido de un mensaje de datos es invariable, pero ese mensaje puede ser revocado o modificado por otro mensaje de datos.

"Intercambio electrónico de datos (EDI)"

33) La definición de EDI está tomada de la definición adoptada por el Grupo de Trabajo sobre facilitación de los procedimientos comerciales internacionales (WP.4) de la Comisión Económica para Europa, que es el órgano de las Naciones Unidas que se encarga de elaborar las normas técnicas Naciones Unidas/EDIFACT.

34) La Ley Modelo no resuelve la cuestión de si la definición de EDI supone necesariamente que un mensaje EDI ha de ser comunicado electrónicamente de una terminal informática a otra, o de si esa definición, si bien se refiere básicamente a situaciones en las que se comunica un mensaje de datos a través de un sistema de telecomunicaciones, se refiere también a otros supuestos excepcionales u ocasionales en los que se comunican datos estructurados en forma de un mensaje EDI por algún medio que no suponga el recurso a un sistema de telecomunicaciones, por ejemplo, de enviarse por correo al destinatario un disco magnético que contenga mensajes EDI. Sin embargo, con independencia de que la definición de "EDI" sea o no aplicable a la entrega manual de datos consignados en forma numérica, la definición de "mensaje de datos" de la

Ley Modelo sí es aplicable a ese supuesto.

"Iniciador" y "destinatario"

- 35) En la mayoría de los ordenamientos jurídicos, se utiliza la noción de "persona" para designar a los titulares de derechos y obligaciones y debe ser entendida en el sentido de abarcar tanto a la persona natural como a las sociedades legalmente constituidas o demás personas jurídicas. Se ha previsto que el inciso c) sea aplicable a los mensajes de datos que sean generados automáticamente en una terminal informática o computadora sin intervención humana directa. Ello no debe entenderse, sin embargo en el sentido de que la Ley Modelo autorice la atribución de la titularidad de derechos y obligaciones a una terminal informática. Los mensajes de datos generados automáticamente en una terminal informática sin intervención humana directa deberán ser considerados como "iniciados" por la persona jurídica en cuyo nombre se haya programado la terminal informática. Toda cuestión relativa a la representación o al mandato que se suscite a ese respecto deberá ser resuelta por la normativa aplicable al margen de la Ley Modelo.
- 36) En el marco de la Ley Modelo, por "destinatario" se ha de entender la persona con la cual el iniciador tiene la intención de comunicarse mediante la transmisión del mensaje de datos, por oposición a cualquier persona que pudiera recibir, retransmitir o copiar el mensaje de datos en el curso de la transmisión. El "iniciador" es la persona que genera el mensaje de datos aun si el mensaje ha sido transmitido por otra persona. La definición de "destinatario" contrasta con la definición de "iniciador", que no hace hincapié en la intención. Cabe señalar que, conforme a estas definiciones de "iniciador" y "destinatario", el iniciador y el destinatario de un determinado mensaje de datos podrían ser una y la misma persona, por ejemplo en el caso en que el autor del mensaje de datos lo hubiera generado con la intención de archivarlo. Sin embargo, el destinatario que archiva un mensaje transmitido por un iniciador no queda incluido dentro de la definición de "iniciador".

37) La definición de "iniciador" debe tenerse por aplicable no sólo al supuesto en el que se genere información para ser comunicada, sino también al supuesto de que se genere información simplemente para ser archivada. Sin embargo, se ha definido "iniciador" en términos destinados a eliminar la posibilidad de que un destinatario de un mensaje de datos que se limita a archivar ese mensaje pueda ser considerado como iniciador del mismo.

"Intermediario"

38) La Ley Modelo se centra en la relación entre el iniciador y el destinatario, y no en la relación entre el iniciador o el destinatario y uno o más intermediarios. No obstante, la Ley Modelo no desestima la importancia primordial de los intermediarios en las comunicaciones electrónicas. Además, se necesita la noción de "intermediario" en la Ley Modelo para establecer la necesaria distinción entre iniciadores o destinatarios y terceros.

39) La definición de "intermediario" pretende abarcar a los intermediarios profesionales y no profesionales, es decir, a cualquier persona, distinta del iniciador y del destinatario, que desempeñe cualquiera de las funciones de un intermediario. Las principales funciones de un intermediario vienen enunciadas en el inciso e), a saber, la recepción, transmisión y archivo de mensajes de datos por cuenta de otra persona. Los operadores de las redes y otros intermediarios pueden prestar servicios adicionales "con valor añadido" como los de formatear, traducir, consignar, autenticar, certificar y archivar los mensajes de datos y prestar además servicios de seguridad respecto de las operaciones electrónicas. Con arreglo a la Ley Modelo, "intermediario" no se define como categoría genérica sino con respecto a cada mensaje de datos, con lo que se reconoce que la misma persona podría ser el iniciador o el destinatario de un mensaje de datos y ser un intermediario respecto de otro mensaje de datos. La Ley Modelo, que se centra en las relaciones entre iniciadores y destinatarios, no trata en general de los derechos y obligaciones de los intermediarios.

"Sistema de información"

- 40) La definición de "sistema de información" pretende englobar toda la gama de medios técnicos empleados para transmitir, recibir y archivar información. Por ejemplo, en algunos casos, un "sistema de información" podría referirse a una red de comunicaciones, y en otros casos podría referirse a un buzón electrónico o incluso a una telecopiadora. La Ley Modelo no aborda la cuestión de si el sistema de información está ubicado en un local del destinatario o en algún otro sitio, ya que la ubicación del sistema de información no es un criterio al que se recurra en la Ley Modelo.
- 41) El artículo 3 está inspirado por el artículo 7 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías. Este artículo ofrece orientación a los tribunales y otras autoridades nacionales o locales para la interpretación de la Ley Modelo. El efecto previsto del artículo 3 sería el de limitar la interpretación del régimen uniforme, una vez incorporado a la legislación local, en función únicamente de los conceptos del derecho local.
- 42) La finalidad del párrafo 1) es señalar a los tribunales y a otras autoridades nacionales que las disposiciones de la Ley Modelo (o las disposiciones de la ley por la que se incorpora su régimen al derecho interno), que si bien se promulgarían como parte de la legislación nacional y, en consecuencia, tendrían carácter interno, deben ser interpretadas con referencia a su origen internacional, a fin de velar por la uniformidad de su interpretación en distintos países.
- 43) Con respecto a los principios generales en que se basa la Ley Modelo, cabe tener en cuenta la siguiente lista no exhaustiva: 1) facilitar el comercio electrónico en el interior y más allá de las fronteras nacionales; 2) validar las operaciones efectuadas por medio de las nuevas tecnologías de la información; 3) fomentar y estimular la aplicación de nuevas tecnologías de la información; 4) promover la uniformidad del derecho aplicable en la materia; y 5) apoyar las nuevas prácticas comerciales. Si bien la finalidad general de la Ley Modelo es la de facilitar el empleo de los medios electrónicos de comunicación, conviene tener presente que su régimen no

trata de imponer en modo alguno el recurso a estos medios de comunicación.

Artículo 4. Modificación mediante acuerdo

44) La decisión de preparar una ley modelo partió del reconocimiento de que, en la práctica, se acostumbra a buscar por vía contractual la solución de las dificultades jurídicas planteadas por el empleo de los medios modernos de comunicación. La Ley Modelo apoya, por ello, el principio de la autonomía contractual de las partes. Ahora bien, este principio se enuncia únicamente respecto de las disposiciones que figuran en el capítulo III de la primera parte de la Ley Modelo. Ello se debe a que, las disposiciones del capítulo II de la primera parte constituyen, en cierto modo, un conjunto de excepciones a las reglas tradicionalmente aplicables a la forma de las operaciones jurídicas. Esas reglas suelen ser de derecho imperativo ya que reflejan decisiones inspiradas en motivos de orden público de derecho interno. Por ello, una declaración sin más de la autonomía contractual de las partes respecto de las disposiciones de la Ley Modelo podría ser erróneamente entendida como facultando a las partes para sustraerse por vía contractual a la observancia de reglas de derecho imperativo inspiradas en razones de orden público. Debe considerarse que las disposiciones del capítulo II enuncian el requisito mínimo aceptable en materia de forma de los actos jurídicos, por lo que deberán ser consideradas como de derecho imperativo, salvo que se disponga en ellas expresamente otra cosa. La indicación de que esos requisitos de forma han de ser considerados como el "mínimo aceptable" no deberá ser, sin embargo, entendida como una invitación a establecer requisitos de forma más estrictos en el derecho interno que los enunciados en la Ley Modelo.

45) El artículo 4 ha de ser aplicable no sólo en el contexto de las relaciones entre iniciadores y destinatarios de mensajes de datos sino también en el contexto de las relaciones con intermediarios. Por tanto, las partes podrán sustraerse al régimen peculiar del capítulo III de la primera parte concertando al efecto un acuerdo bilateral o multilateral. No obstante, el

texto limita expresamente los efectos de esa autonomía de las partes a los derechos y obligaciones que surjan entre ellas mismas, a fin de no sugerir posibles efectos de su acuerdo sobre los derechos y obligaciones de terceros.

CAPÍTULO II.

Aplicación de los requisitos legales a los mensajes de datos

Artículo 5. Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos

46) El artículo 5 enuncia el principio fundamental de que los mensajes de datos no deben ser objeto de discriminación, es decir, de que esos mensajes deberán ser tratados sin disparidad alguna respecto de los documentos consignados sobre papel. Este principio debe ser aplicable aun cuando la ley exija la presentación de un escrito o de un original. Se trata de un principio de aplicación general, por lo que no debe limitarse su alcance a la práctica de la prueba o a otras cuestiones mencionadas en el capítulo II. Conviene recordar, sin embargo, que dicho principio no pretende anular ninguno de los requisitos enunciados en los artículos 6 a 10. Al disponer que "no se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria (en los textos francés e inglés "fuerza ejecutoria", por ejemplo, del texto de una sentencia) a la información por la sola razón de que esté en forma de mensaje de datos", el artículo 5 se limita a indicar que la forma en que se haya conservado o sea presentada cierta información no podrá ser aducida como única razón para denegar eficacia jurídica, validez o fuerza ejecutoria a esa información. Ahora bien, no debe interpretarse erróneamente el artículo 5 como si fuera un texto por el que se conceda validez jurídica a todo mensaje de datos o a todo dato en él consignado.

Artículo 5 bis. Incorporación por remisión

46-1. El artículo 5 *bis* fue aprobado por la Comisión en su 31.º período de sesiones, en junio de 1998. Su finalidad es orientar acerca de la forma en que la legislación cuyo objetivo es facilitar la utilización del comercio electrónico puede regular una situación en la que tal vez sea necesario reconocer determinadas condiciones, aunque no se expresen íntegramente

sino que exista una mera remisión a ellos en el mensaje de datos, otorgándoles el mismo grado de validez jurídica que si figurasen íntegramente en el texto del mensaje de datos. Este reconocimiento es aceptable conforme a la legislación de muchos Estados cuando se trata de comunicaciones escritas convencionales, por lo general en el contexto de ciertas normas de derecho que establecen salvaguardias, por ejemplo normas de protección del consumidor. La expresión "incorporación por remisión" se utiliza a menudo como fórmula concisa para describir situaciones en las que u

n documento se refiere de manera genérica a disposiciones que se detallan en otro lugar, en vez de reproducirlas íntegramente.

46-2. En el ámbito electrónico, la incorporación por remisión se considera con frecuencia esencial para extender la utilización del intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, los certificados numéricos y otras formas de comercio electrónico. Por ejemplo, las comunicaciones electrónicas están estructuradas normalmente de tal forma que se intercambian grandes cantidades de mensajes, cada uno de ellos con un breve contenido de información, y basándose con mucha mayor frecuencia que los documentos escritos en remisiones a información que puede obtenerse en otro lugar. No debe someterse a los usuarios de las comunicaciones electrónicas a la engorrosa obligación de sobrecargar sus mensajes de datos con abundante texto si pueden aprovechar fuentes externas de información, como bases de datos, glosarios o listas de códigos, y utilizar abreviaturas, códigos y otras remisiones a dicha información.

46-3. Las normas para incorporar por remisión mensajes de datos a otros mensajes de datos pueden ser también fundamentales para la utilización de certificados de clave pública, ya que estos certificados son generalmente anotaciones breves con contenidos estrictamente establecidos y tamaño definido. No obstante, es probable que el tercero de confianza que emite el certificado exija la inclusión de condiciones contractuales pertinentes que

limiten su responsabilidad. Por ello, el ámbito, la finalidad y el efecto de un certificado en la práctica comercial serían ambiguos e inciertos de no incorporarse por remisión condiciones externas. Así ocurre especialmente en el marco de comunicaciones internacionales en las que intervienen varias partes que actúan conforme a costumbres y prácticas comerciales diversas.

46-4. El establecimiento de normas para la incorporación por remisión de mensajes de datos a otros mensajes de datos es fundamental para fomentar una infraestructura comercial informatizada. Sin la seguridad jurídica que proporcionan esas normas, existiría un riesgo considerable de que las pruebas tradicionales para determinar la ejecutoriedad de las condiciones que se tratara de incorporar por remisión fueran ineficaces al aplicarse a las condiciones correspondientes al comercio electrónico debido a las diferencias existentes entre los mecanismos del comercio tradicional y del comercio electrónico.

46-5. Si bien el comercio electrónico se basa principalmente en el mecanismo de la incorporación por remisión, el acceso al texto íntegro de la información a la que se remite puede mejorarse notablemente mediante la utilización de comunicaciones electrónicas. Por ejemplo, pueden incluirse en un mensaje localizadores uniformes de recursos, que dirijan al lector al documento de remisión. Dichos localizadores pueden proporcionar hiperenlaces que permitan al lector simplemente situar un mecanismo señalizador (como un ratón) sobre una palabra clave vinculada con un localizador uniforme de recursos. Aparecería entonces el texto de referencia. Al evaluar las posibilidades de acceso al texto de referencia deben tenerse en cuenta, entre otros factores, la disponibilidad (horas de funcionamiento del fondo en el que se encuentra la información y facilidad de acceso a éste); el costo del acceso; la integridad (verificación del contenido, autenticación del remitente, y mecanismos para la corrección de errores de comunicación), y la posibilidad de que dichas condiciones estén sujetas a posteriores modificaciones (notificación de actualizaciones;

notificación de la política de modificaciones).

46-6. Uno de los objetivos del artículo 5 *bis* es facilitar la incorporación por remisión en el ámbito electrónico eliminando la incertidumbre que existe en muchas jurisdicciones con respecto a si las disposiciones que regulan la incorporación por remisión tradicional son aplicables a la incorporación por remisión en el ámbito electrónico. No obstante, al incorporar el artículo 5 *bis* al derecho interno, hay que procurar evitar que los requisitos que regulen la incorporación por remisión en el comercio electrónico sean más restrictivos que los ya existentes para el comercio con soporte de papel.

46-7. Otro de los objetivos de la disposición es reconocer que no debe interferirse en la legislación sobre protección del consumidor ni en otras leyes nacionales o internacionales de carácter imperativo (por ejemplo, las normas para proteger a la parte más débil en los contratos de adhesión). Este resultado puede obtenerse también dando validez a la incorporación por remisión en el ámbito electrónico "en la medida en que lo permita la ley", o enumerando las normas de derecho que no se ven afectadas por el artículo 5 *bis*. No debe interpretarse el artículo 5 *bis* en el sentido que crea un régimen jurídico específico para la incorporación por remisión en el ámbito electrónico. Conviene más bien entender que el artículo 5 *bis*, al establecer un principio de no discriminación, permite que las reglas internas aplicables a la incorporación por remisión con soporte de papel sean igualmente aplicables a la incorporación por remisión con fines de comercio electrónico. Por ejemplo, en una serie de jurisdicciones, las normas de derecho imperativo existentes sólo reconocen la incorporación por remisión si se cumplen las tres condiciones siguientes: a) la cláusula de remisión se inserta en el mensaje de datos; b) el documento de referencia, y concretamente sus condiciones generales, son conocidos realmente por la parte contra la que pueda esgrimirse el documento de referencia, y c) el documento de referencia es aceptado, además de ser conocido, por dicha parte.

Artículo 6. Escrito

- 47) El artículo 6 tiene la finalidad de definir la norma básica que todo mensaje de datos deberá satisfacer para que pueda considerarse que satisface un requisito (legal, reglamentario o jurisprudencial) de que la información conste o sea presentada por escrito. Conviene señalar que el artículo 6 forma parte de una serie de tres artículos (artículos 6, 7 y 8) que comparten una misma estructura y que deben ser leídos conjuntamente.
- 48) Durante la preparación de la Ley Modelo se prestó particular atención a las funciones que tradicionalmente desempeñan diversos tipos de "escritos" consignados sobre papel. Por ejemplo, en la siguiente lista no exhaustiva se indican las razones por las cuales el derecho interno acostumbra a requerir la presentación de un "escrito": 1) dejar una prueba tangible de la existencia y la naturaleza de la intención de las partes de comprometerse; 2) alertar a las partes ante la gravedad de las consecuencias de concluir un contrato; 3) proporcionar un documento que sea legible para todos; 4) proporcionar un documento inalterable que permita dejar constancia permanente de la operación; 5) facilitar la reproducción de un documento de manera que cada una de las partes pueda disponer de un ejemplar de un mismo texto; 6) permitir la autenticación mediante la firma del documento de los datos en él consignados; 7) proporcionar un documento presentable ante las autoridades públicas y los tribunales; 8) dar expresión definitiva a la intención del autor del "escrito" y dejar constancia de dicha intención; 9) proporcionar un soporte material que facilite la conservación de los datos en forma visible; 10) facilitar las tareas de control o de verificación ulterior para fines contables, fiscales o reglamentarios; y 11) determinar el nacimiento de todo derecho o de toda obligación jurídica cuya validez dependa de un escrito.
- 49) Sin embargo, al preparar la Ley Modelo se pensó que sería inadecuado adoptar una noción demasiado genérica de las funciones de un escrito. En los requisitos actuales por los que se requiere la presentación de ciertos datos por escrito, se combina a menudo esa noción de "escrito" con las nociones complementarias, pero distintas, de firma y original. Por ello, al

adoptar un criterio funcional, debe prestarse atención al hecho de que el requisito de un "escrito" ha de ser considerado como el nivel inferior en la jerarquía de los requisitos de forma, que proporcionan a los documentos de papel diversos grados de fiabilidad, rastreabilidad e inalterabilidad. El requisito de que los datos se presenten por escrito (lo que constituye un "requisito de forma mínimo") no debe confundirse con requisitos más estrictos como el de "escrito firmado", "original firmado" o "acto jurídico autenticado". Por ejemplo, en algunos ordenamientos jurídicos un documento escrito que no lleve ni fecha ni firma y cuyo autor no se identifique en el escrito o se identifique mediante un simple membrete, sería considerado como "escrito" pese a su escaso valor probatorio, en ausencia de otra prueba (p.ej., testifical) en lo tocante a la autoría del documento. Además, no debe considerarse que la noción de inalterabilidad sea un requisito absoluto inherente a la noción de escrito, ya que un documento escrito a lápiz podría ser considerado un "escrito" a tenor de algunas definiciones legales. Habida cuenta de cómo se resuelven las cuestiones relativas a la integridad de los datos y a la protección contra el fraude en la documentación consignada sobre un soporte de papel, cabe decir que un documento fraudulento sería no obstante considerado como un "escrito". En general, conviene que las nociones de "valor probatorio" y de "intención (de las partes) de obligarse" sean tratadas en relación a las cuestiones más generales de la fiabilidad y autenticación de los datos, por lo que no deben incluirse en la definición de "escrito".

- 50) La finalidad del artículo 6 no es establecer el requisito de que, en todos los casos, los mensajes de datos deben cumplir todas las funciones concebibles de un escrito. En vez de concentrarse en funciones específicas de un "escrito", por ejemplo, su función probatoria en el contexto del derecho fiscal o su función de advertencia en el contexto del derecho civil, el artículo 6 se centra en el concepto básico de que la información se reproduce y se lee. En el artículo 5 esta idea se expresa en términos que se consideró que fijaban un criterio objetivo, a saber, que la información de un

mensaje de datos debe ser accesible para su ulterior consulta. Al emplear la palabra "accesible" se quiere sugerir que la información en forma de datos informatizados debe ser legible e interpretable y que debe conservarse todo programa informático que sea necesario para hacer legible esa información. En la versión inglesa la palabra "usable" ("disponible"), sobreentendida en la versión española en la noción de accesibilidad no se refiere únicamente al acceso humano sino también a su procesamiento informático. En cuanto a la noción de "ulterior consulta", se prefirió a otras nociones como "durabilidad" o "inalterabilidad", que hubiesen establecido un criterio demasiado estricto, y a nociones como "legibilidad" o "inteligibilidad", que podrían constituir criterios demasiado subjetivos.

- 51) El principio en que se basan el párrafo 3) de los artículos 6 y 7 y el párrafo 4) del artículo 8 es que todo Estado podrá excluir del ámbito de aplicación de estos artículos ciertas situaciones especificadas en la legislación por la que se incorpore la Ley Modelo al derecho interno. Un Estado tal vez desee excluir expresamente ciertos tipos de situaciones, concretamente en función del propósito del requisito formal de que se trate. Una de estas situaciones podría ser la obligación de notificar por escrito ciertos riesgos de jure o de facto, por ejemplo, las precauciones que se han de observar con ciertos tipos de productos. También cabría excluir específicamente otras situaciones, por ejemplo, en el contexto de las formalidades exigidas en virtud de las obligaciones contraídas por un Estado (por ejemplo, la exigencia de que un cheque se presente por escrito de conformidad con el Convenio que establece una ley uniforme sobre cheques, Ginebra, 1931) y otros tipos de situaciones y normas de su derecho interno que un Estado no pueda modificar por ley.
- 52) Se incluyó el párrafo 3) con el propósito de dar una mayor aceptabilidad a la Ley Modelo. En él se reconoce que la especificación de exclusiones debe dejarse en manos de cada Estado, a fin de respetar así mejor las diferentes circunstancias nacionales. No obstante, cabe señalar que si se recurre al párrafo 3) para hacer exclusiones generales ello puede minar los objetivos

de la Ley Modelo, por lo que debe evitarse el peligro de abusar del párrafo 3) en ese sentido. De multiplicarse las exclusiones del ámbito de aplicación de los artículos 6 a 8, se obstaculizaría innecesariamente el desarrollo de las técnicas modernas de comunicación, ya que la Ley Modelo enuncia principios y criterios de índole básica que debieran ser generalmente aplicables.

Artículo 7. Firma

- 53) El artículo 7 se basa en el reconocimiento de las funciones que se atribuyen a una firma en las comunicaciones consignadas sobre papel. En la preparación de la Ley Modelo se tomaron en consideración las siguientes funciones de la firma: identificar a una persona; dar certeza a la participación personal de esa persona en el acto de firmar; y asociar a esa persona con el contenido de un documento. Se observó que una firma podía desempeñar además diversas otras funciones, según la naturaleza del documento firmado. Por ejemplo, podía demostrar la intención de una parte contractual de obligarse por el contenido del contrato firmado; la intención de una persona de reivindicar la autoría de un texto; la intención de una persona de asociarse con el contenido de un documento escrito por otra; y el hecho de que esa persona había estado en un lugar determinado, en un momento dado.
- 54) Cabe observar que, junto con la firma manuscrita tradicional, existen varios tipos de procedimientos (por ejemplo, estampillado, perforado), a veces denominados también "firmas", que brindan distintos grados de certeza. Por ejemplo, en algunos países existe el requisito general de que los contratos de compraventa de mercaderías por encima de cierto monto estén "firmados" para ser exigibles. Sin embargo, el concepto de la firma adoptado en ese contexto es tal que un sello, un perforado o incluso una firma mecanografiada o un membrete puede considerarse suficiente para satisfacer el requisito de la firma. En el otro extremo del espectro, existen requisitos que combinan la firma manuscrita tradicional con procedimientos de seguridad adicionales como la confirmación de la firma por testigos.

- 55) Podría ser recomendable desarrollar equivalentes funcionales para los distintos tipos y niveles de firmas requeridas existentes. Ese enfoque aumentaría el nivel de certidumbre en cuanto al grado de reconocimiento legal que podría esperarse del uso de los distintos tipos de autenticación utilizados en la práctica del comercio electrónico como sustitutos de la "firma". Sin embargo, la noción de firma está íntimamente vinculada con el empleo del papel. Además, cualquier esfuerzo por elaborar reglas sobre las normas y procedimientos que deberían utilizarse como sustitutos en casos específicos de "firmas" podría crear el riesgo de vincular irremisiblemente el régimen de la Ley Modelo a una determinada etapa del desarrollo técnico.
- 56) Para evitar que se niegue validez jurídica a un mensaje que deba autenticarse por el mero hecho de que no está autenticado en la forma característica de los documentos consignados sobre papel, el artículo 7 ofrece una fórmula general. El artículo define las condiciones generales que, de cumplirse, autenticarían un mensaje de datos con suficiente credibilidad para satisfacer los requisitos de firma que actualmente obstaculizan el comercio electrónico. El artículo 7 se centra en las dos funciones básicas de la firma: la identificación del autor y la confirmación de que el autor aprueba el contenido del documento. En el inciso a) del párrafo 1) se enuncia el principio de que, en las comunicaciones electrónicas, esas dos funciones jurídicas básicas de la firma se cumplen al utilizarse un método que identifique al iniciador de un mensaje de datos y confirme que el iniciador aprueba la información en él consignada.
- 57) El inciso b) del párrafo 1) establece un criterio flexible respecto del grado de seguridad que se ha de alcanzar con la utilización del método de identificación mencionado en el inciso a). El método seleccionado conforme al inciso a) del párrafo 1) deberá ser tan fiable como sea apropiado para los fines para los que se consignó o comunicó el mensaje de datos, a la luz de las circunstancias del caso, así como del acuerdo entre el iniciador y el destinatario del mensaje.
- 58) Para determinar si el método seleccionado con arreglo al párrafo 1) es

apropiado, pueden tenerse en cuenta, entre otros, los siguientes factores jurídicos, técnicos y comerciales: 1) la perfección técnica del equipo utilizado por cada una de las partes; 2) la naturaleza de su actividad comercial; 3) la frecuencia de sus relaciones comerciales; 4) el tipo y la magnitud de la operación; 5) la función de los requisitos de firma con arreglo a la norma legal o reglamentaria aplicable; 6) la capacidad de los sistemas de comunicación; 7) la observancia de los procedimientos de autenticación establecidos por intermediarios; 8) la gama de procedimientos de autenticación que ofrecen los intermediarios; 9) la observancia de los usos y prácticas comerciales; 10) la existencia de mecanismos de aseguramiento contra el riesgo de mensajes no autorizados; 11) la importancia y el valor de la información contenida en el mensaje de datos; 12) la disponibilidad de otros métodos de identificación y el costo de su aplicación; 13) el grado de aceptación o no aceptación del método de identificación en la industria o esfera pertinente, tanto en el momento cuando se acordó el método como cuando se comunicó el mensaje de datos; y 14) cualquier otro factor pertinente.

59) El inciso b) del párrafo 1) no introduce ninguna distinción entre la situación en que los usuarios del comercio electrónico están vinculados por un acuerdo de comunicaciones y la situación en que las partes no tengan ninguna relación contractual previa relativa al empleo del comercio electrónico. Así pues, puede considerarse que el artículo 7 establece una norma mínima de autenticación para los mensajes de datos intercambiados en ausencia de una relación contractual previa y, al mismo tiempo, da orientación sobre lo que eventualmente podría suplir la firma cuando las partes recurrieran a comunicaciones electrónicas en el contexto de un convenio de comunicaciones. Por consiguiente, la Ley Modelo tiene la finalidad de aportar una orientación útil cuando el derecho interno deje totalmente a la discreción de las partes la cuestión de la autenticación de los mensajes de datos y en un contexto en que los requisitos de firma, normalmente fijados por disposiciones imperativas de derecho interno, no

puedan ser alterados mediante acuerdo entre las partes.

60) La noción de "cualquier acuerdo pertinente" debe interpretarse en el sentido de que engloba no sólo los acuerdos bilaterales o multilaterales concertados entre partes que intercambien directamente mensajes de datos (por ejemplo, "acuerdos entre socios comerciales") sino también los acuerdos de comunicaciones (por ejemplo, "contratos de servicios con terceros") en los que participen intermediarios, tales como los acuerdos con redes de comunicación. Los acuerdos entre los usuarios del comercio electrónico y las redes de comunicación puede que remitan a las reglas de la propia red, es decir, a los reglamentos y procedimientos administrativos y técnicos aplicables a la comunicación de mensajes de datos a través de la red. Sin embargo, un acuerdo eventual entre iniciadores y destinatarios de mensajes de datos en cuanto a la utilización de un método de autenticación no constituye de por sí prueba fehaciente de que ese método sea fiable.

61) Cabe señalar que con arreglo a la Ley Modelo, la mera firma de un mensaje de datos mediante el equivalente funcional de una firma manuscrita no basta de por sí para dar validez jurídica al mensaje. La cuestión de la validez jurídica de un mensaje de datos que cumple el requisito de una firma deberá dirimirse con arreglo a la normativa aplicable al margen de la Ley Modelo.

Artículo 8. Original

62) Si por "original" se entiende el soporte en el que por primera vez se consigna la información, sería imposible hablar de mensajes de datos "originales", pues el destinatario de un mensaje de datos recibiría siempre una copia del mismo. No obstante, el artículo 8 habría de verse en otro contexto. La noción de "original" en el artículo 8 es útil, pues en la práctica muchas controversias se refieren a la cuestión de la originalidad de los documentos y en el comercio electrónico el requisito de la presentación de originales es uno de los obstáculos principales que la Ley Modelo trata de suprimir. Aunque en algunas jurisdicciones pueden superponerse los conceptos de "escrito", "original" y "firma", la Ley Modelo los trata como

conceptos separados y distintos. El artículo 8 también es útil para aclarar los conceptos de "escrito" y "original", dada particularmente su importancia a efectos probatorios.

- 63) El artículo 8 es pertinente para los documentos de titularidad y los títulos negociables, para los que la especificidad de un original es particularmente importante. Sin embargo, conviene tener presente que la finalidad de la Ley Modelo no es sólo su aplicación a los títulos de propiedad y títulos negociables ni a sectores del derecho en los que haya requisitos especiales con respecto a la inscripción o legalización de "escritos", como las cuestiones familiares o la venta de bienes inmuebles. Como ejemplos de documentos que tal vez requieran un "original", cabe mencionar documentos comerciales tales como certificados de peso, certificados agrícolas, certificados de calidad o cantidad, informes de inspección, certificados de seguro u otro. Esos documentos no son negociables y no se utilizan para transferir derechos o la titularidad, pero es esencial que sean transmitidos sin alteraciones, en su forma "original", para que las demás partes en el comercio internacional puedan tener confianza en su contenido. Cuando se trata de documentos escritos, los documentos de esa índole generalmente se aceptan únicamente si constituyen el "original", a fin de reducir las posibilidades de que hayan sido alterados, cosa que sería difícil detectar en copias. Existen diversos procedimientos técnicos para certificar el contenido de un mensaje de datos a fin de confirmar su carácter de "original". Sin este equivalente funcional del carácter de original, se interpondrían obstáculos a la compraventa de mercaderías mediante la transmisión electrónica de datos si se exigiese a los iniciadores de los documentos correspondientes que retransmitiesen el mensaje de datos cada vez que se vendiesen las mercancías o se obligara a las partes a utilizar documentos escritos para complementar la operación efectuada por comercio electrónico.
- 64) Se debe considerar que el artículo 8 enuncia el requisito de forma mínimo para que un mensaje sea aceptable como el equivalente funcional de un

original. Las disposiciones del artículo 8 deben ser consideradas como de derecho imperativo, en la misma medida en que sean consideradas de derecho imperativo las disposiciones actuales relativas a la utilización de documentos originales consignados sobre papel. La indicación de que se han de considerar los requisitos de forma enunciados en el artículo 8 como el "mínimo aceptable" no debe, sin embargo, ser entendido como una invitación a que los Estados establezcan requisitos de forma más severos que los enunciados en la Ley Modelo.

- 65) El artículo 8 subraya la importancia de la integridad de la información para su originalidad y fija criterios que deberán tenerse en cuenta al evaluar la integridad: la consignación sistemática de la información, garantías de que la información fue consignada sin lagunas y protección de los datos contra toda modificación. El artículo vincula el concepto de originalidad a un método de autenticación y se centra en el método de autenticación que debe utilizarse para cumplir el requisito. El artículo se basa en los siguientes elementos: un criterio sencillo como el de la "integridad" de los datos; una descripción de los elementos que deben tenerse en cuenta al evaluar esa integridad; y un elemento de flexibilidad, como, por ejemplo, una referencia a las circunstancias.
- 66) En cuanto a las palabras "el momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva", empleadas en el párrafo 1) a), cabe señalar que la disposición obedece al propósito de tener en cuenta la situación en que la información se hubiese compuesto primero como documento escrito para ser luego transferida a una terminal informática. En esa situación, el párrafo 1) a) debe interpretarse en el sentido de exigir seguridades de que la información ha permanecido completa e inalterada desde el momento en que se compuso por primera vez como documento escrito y no solamente desde el momento en que se tradujo a formato electrónico. Sin embargo, cuando se creaban y almacenaban diversos borradores antes de componer el mensaje definitivo, no había que interpretar el párrafo 1) a) en el sentido de que exigiera seguridades en cuanto a la integridad de los borradores.

- 67) En el párrafo 3) a) se enuncian los criterios para evaluar la integridad, teniendo en cuidado de exceptuar las adiciones necesarias al primer mensaje de datos ("original"), como endosos, certificados, notarizaciones, etc. Mientras el contenido de un mensaje de datos sea completo y esté inalterado, las adiciones que sea necesario introducir no afectarán a su calidad de "original". Así, cuando se añada un certificado electrónico al final de un mensaje de datos "original" para certificar que es el "original" o cuando la red informática utilizada inserte automáticamente ciertos datos de transmisión al principio y al final de cada mensaje de datos transmitido, esas adiciones se considerarían escritos complementarios adjuntados a un escrito "original" o serían asimiladas al sobre y los sellos utilizados para enviar ese escrito "original".
- 68) Como en otros artículos del capítulo II, debe entenderse el término "la ley", que figura en la frase inicial del artículo 8, como referida no sólo a disposiciones de derecho legislativo o reglamentario, sino también a otras normas de derecho jurisprudencial y de derecho procesal. En algunos países del common law, el término "la ley" sería normalmente interpretado como referido a disposiciones del common law, y no a requisitos de origen propiamente legislativo, por lo que debe tenerse presente que en el marco de la Ley Modelo el término "la ley" abarcaría una y otra fuente del derecho. Ahora bien, la Ley Modelo no utiliza este término para referirse a ramas del derecho que no formen parte del derecho interno y que se designan a veces con cierta imprecisión por términos como el de "*lex mercatoria*" o "derecho mercantil".
- 69) El párrafo 4), al igual que las disposiciones análogas de los artículos 6 y 7, para facilitar la aceptabilidad de la Ley Modelo. En él se reconoce que la cuestión de especificar exclusiones debería dejarse a discreción de cada Estado, criterio que permitiría tomar debidamente en cuenta las diferentes circunstancias nacionales. No obstante, cabe advertir que los objetivos de la Ley Modelo no se cumplirían si se utilizara el párrafo 4 para establecer excepciones generales. De limitarse el ámbito de aplicación de los artículos

6 a 8 con diversas exclusiones se obstaculizaría innecesariamente el desarrollo de las técnicas de comunicación modernas, puesto que la Ley Modelo brinda una serie de principios y criterios básicos destinados a ser de aplicación general.

Artículo 9. Admisibilidad y fuerza probatoria de un mensaje de datos

70) La finalidad del artículo 9 es establecer la admisibilidad de los mensajes de datos como pruebas en actuaciones legales y su fuerza probatoria. Con respecto a la admisibilidad, el párrafo 1), al disponer que no debe negarse la admisibilidad de los mensajes de datos como pruebas en actuaciones judiciales por la sola razón de que figuran en formato electrónico, hace hincapié en el principio general enunciado en el artículo 4 y es necesario para hacerlo expresamente aplicable a la admisibilidad de la prueba, aspecto en que podrían plantearse cuestiones particularmente complejas en ciertas jurisdicciones. El término "la mejor prueba" expresa un tecnicismo necesario en ciertas jurisdicciones de common law. No obstante, el concepto de "la mejor prueba" puede ser fuente de incertidumbre en los ordenamientos jurídicos que desconocen esa regla. Los Estados en que la expresión carezca de sentido y pueda causar malentendidos tal vez deseen adoptar el régimen modelo sin hacer referencia a la regla de "la mejor prueba", enunciada en el párrafo 1).

71) Por lo que respecta a la fuerza probatoria de un mensaje de datos, el párrafo 2) da orientación útil sobre cómo evaluar la fuerza probatoria de los mensajes de datos (por ejemplo, en función de si han sido consignados, archivados o comunicados de forma fiable).

Artículo 10. Conservación de los mensajes de datos

72) El artículo 10 establece un conjunto de nuevas reglas con respecto a los requisitos actuales de conservación de la información (por ejemplo, a efectos contables o fiscales) a fin de evitar que esos requisitos obstaculicen el desarrollo comercial moderno.

73) El párrafo 1) tiene la finalidad de fijar las condiciones en los que se cumpliría la obligación de conservar mensajes de datos que pudiera existir

con arreglo a la ley aplicable. En el inciso a) se reproducen las condiciones enunciadas en el artículo 6 para que un mensaje de datos satisfaga la regla que exige la presentación de un escrito. En el inciso b) se pone de relieve que no es preciso conservar el mensaje sin modificaciones, a condición de que la información archivada reproduzca con exactitud el mensaje de datos en la forma recibida. No sería apropiado exigir que la información se conservara sin modificaciones, ya que por regla general los mensajes son descodificados, comprimidos o convertidos antes de ser archivados.

74) El inciso c) tiene la finalidad de englobar toda la información que debe archivar, que incluye, aparte del mensaje propiamente dicho, cierta información sobre la transmisión que puede resultar necesaria para identificar el mensaje. El inciso c), al imponer la conservación de la información de transmisión relacionada con el mensaje de datos, creaba una norma más exigente que la mayoría de las normas nacionales vigentes respecto de la conservación de comunicaciones consignadas sobre papel. No obstante, no debía interpretarse en el sentido de imponer una obligación de conservar la información relativa a la transmisión que fuese adicional a la contenida en el mensaje de datos al momento de su generación, almacenamiento o transmisión o la información en un mensaje de datos separado, como un acuse de recibo. Además, si bien cierta información sobre la transmisión es importante y debe conservarse, puede exceptuarse otra información relativa a la transmisión sin que ello merme la integridad del mensaje de datos. Esta es la razón por la cual el inciso c) distingue entre los elementos de la información sobre la transmisión que son importantes para la identificación del mensaje y los escasos elementos de dicha información abarcados en el párrafo 2) (como los protocolos de comunicaciones) que carecen totalmente de valor para el mensaje de datos y que normalmente serían separados automáticamente de un mensaje de datos por la terminal receptora antes de que el mensaje de datos entrase efectivamente en el sistema de información del destinatario.

75) En la práctica, la conservación de información, especialmente de la relativa

a la transmisión, puede estar a cargo muchas veces de alguien que no sea ni el iniciador ni el destinatario, como un intermediario. En todo caso, la intención consiste en que la persona obligada a conservar cierta información relativa a la transmisión no pueda aducir para no cumplirla que, por ejemplo, el sistema de comunicaciones que utiliza la otra persona no conserva la información necesaria. Con ello se pretende desalentar las malas prácticas o las conductas dolosas. El párrafo 3) dispone que, para cumplir las obligaciones que le incumben con arreglo al párrafo 1), el iniciador o el destinatario puede recurrir a los servicios de cualquier tercero y no solamente de un intermediario.

CAPÍTULO III.

COMUNICACIÓN DE MENSAJES DE DATOS

Artículo 11. Formación y validez de los contratos

- 76) El artículo 11 no tiene por objeto interferir con el régimen relativo a la formación de los contratos, sino promover el comercio internacional dando mayor certeza jurídica a la celebración de contratos por medios electrónicos. El artículo no trata solamente de la formación del contrato sino también de la forma en que cabría expresar la oferta y la aceptación de la misma. En ciertos países, una disposición enunciada en los términos del párrafo 1) podría considerarse como la mera expresión de algo evidente como que la oferta y la aceptación pueden ser comunicadas por cualquier medio, incluidos los mensajes de datos. No obstante, la disposición es necesaria debido a la incertidumbre que subsiste en numerosos países sobre la posibilidad de que un contrato pueda perfeccionarse válidamente por medios electrónicos. Esa incertidumbre dimana del hecho de que, en ciertos casos, los mensajes de datos en los que se expresaban la oferta y la aceptación bien eran generados por una terminal informática sin que hubiera una intervención humana inmediata, dando así lugar a dudas en cuanto a la expresión de voluntad de las partes. Otra razón de esa incertidumbre era inherente a la modalidad de comunicación y se debe a la

ausencia de un documento escrito.

- 77) Cabe señalar asimismo que el párrafo 1) refuerza, en el contexto de la formación de un contrato, un principio ya enunciado en otros artículos de la Ley Modelo, como los artículos 5, 9 y 13, que reconocen la validez jurídica de los mensajes de datos. Sin embargo, el párrafo 1) es necesario, pues el hecho de que los mensajes electrónicos puedan tener valor probatorio y surtir algún efecto, como los dispuestos en los artículos 9 y 13, no significa necesariamente que puedan ser utilizados para celebrar contratos válidos.
- 78) El párrafo 1) no sólo ha previsto el caso en que tanto la oferta como la aceptación se comunican por vía electrónica sino también el caso en que sólo se comunica por esa vía la oferta o la aceptación. Respecto del lugar y momento de la formación del contrato cuando la oferta o la aceptación de una oferta se expresan por mensaje de datos, la Ley Modelo no dice nada a fin de no interferir con el derecho interno aplicable a la formación del contrato. Se consideró que una disposición de esa índole podría ir más allá del objetivo de la Ley Modelo, que debería limitarse a dar a las comunicaciones electrónicas un grado de certeza jurídica idéntico al de las comunicaciones consignadas sobre papel. La combinación del régimen aplicable a la formación del contrato con las disposiciones del artículo 15 tiene por objeto disipar la incertidumbre sobre el lugar y momento de la formación del contrato cuando la oferta o la aceptación se intercambien electrónicamente.
- 79) Las palabras "de no convenir las partes otra cosa", que se limitan a reiterar, en el contexto del artículo relativo a la formación del contrato, el reconocimiento de la autonomía de las partes enunciada en el artículo 4, tienen por objeto dejar en claro que la finalidad de la Ley Modelo no es la de imponer el recurso a los medios electrónicos de comunicación a aquellas partes que acostumbren a concertar sus contratos mediante el recurso a la documentación consignada sobre papel. Por ello, el artículo 11 no deberá ser interpretado como limitando en modo alguno la autonomía de las partes que no recurran para la negociación de su contrato a formas de

comunicación electrónica.

80) Durante la preparación del párrafo 1), se consideró que existía el riesgo de que esta disposición prevaleciera sobre ciertas disposiciones de derecho interno, de lo contrario aplicables, que prescribieran ciertas formalidades para la formación de determinados contratos. Entre esas formalidades se incluyen la fe pública notarial y otros requisitos de "escriturización" impuestos por consideraciones de orden público, como la necesidad de proteger a ciertas partes o de advertirlas de ciertos riesgos. Por esta razón, el párrafo 2) dispone que el Estado promulgante puede excluir la aplicación del párrafo 1) en determinados supuestos que se especificarán en la legislación que promulgue la Ley Modelo.

Artículo 12. Reconocimiento por las partes de los mensajes de datos

81) Se añadió el artículo 12 en una etapa avanzada de la preparación de la Ley Modelo, como reconocimiento del hecho de que el artículo 11 se ocupaba únicamente del empleo de los mensajes de datos para la negociación de un contrato, pero el régimen modelo no enunciaba ninguna regla especial respecto de aquellos mensajes que se utilizaban no para concluir un contrato sino en el cumplimiento de una obligación contractual (por ejemplo, la notificación dada de algún defecto en las mercancías, una oferta de pago, la notificación del lugar en el que se daría cumplimiento al contrato, el reconocimiento de una deuda). Dado que en la mayoría de los países se recurre a los medios modernos de comunicación en un cierto clima de incertidumbre jurídica atribuible a la ausencia de una legislación especial al respecto, se juzgó apropiado que la Ley Modelo no se limitara a enunciar el principio general de que el recurso a los medios electrónicos de comunicación no sería objeto de un trato discriminatorio, expresado en el artículo 5, sino que se regularan además algunos supuestos ilustrativos de la correcta observancia de este principio. La formación de un contrato no es sino uno de los supuestos ilustrativos que pueden ser valiosos a este respecto lo que se juzgó necesario ilustrar también la validez jurídica de expresiones unilaterales de la voluntad, tales como notificaciones o

declaraciones unilaterales de voluntad emitidas en forma de mensaje de datos.

82)82. Al igual que en el caso del artículo 11, la finalidad del artículo 12 no es la de imponer el empleo de los medios electrónicos de comunicación sino la de validar ese empleo, salvo que las partes convengan otra cosa. Por ello, no debe invocarse el artículo 12 para imponer al destinatario las consecuencias jurídicas de un mensaje que le haya sido enviado, si el recurso a un soporte físico distinto del papel para su transmisión sorprende al destinatario.

Artículo 13. Atribución de los mensajes de datos

83) El artículo 13 se inspira en el artículo 5 de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Transferencias Internacionales de Crédito, que define las obligaciones del expedidor de una orden de pago. El artículo 13 debe aplicarse cuando se plantee la cuestión de si un mensaje de datos fue realmente enviado por la persona que consta como iniciador. En el caso de una comunicación consignada sobre papel, el problema surgiría a raíz de una firma presuntamente falsificada del supuesto expedidor. En las comunicaciones electrónicas, puede suceder que una persona no autorizada haya enviado el mensaje, pero que la autenticación mediante clave, criptografía o medio similar sea correcta. La finalidad del artículo 13 no es la de asignar responsabilidad, sino la atribución de los mensajes de datos. Establece una presunción de que en ciertas circunstancias un mensaje de datos se consideraría un mensaje emanado del iniciador, y hace una reserva a esa presunción si el destinatario sabía o debiera haber sabido que el mensaje de datos no emanaba del iniciador.

84) El párrafo 1) recuerda el principio de que el iniciador queda vinculado por todo mensaje de datos que haya efectivamente enviado. El párrafo 2) se refiere al supuesto de que el mensaje haya sido enviado por una persona distinta del iniciador facultada para actuar en nombre del iniciador. El propósito del párrafo 2) no altera en nada el régimen interno de la

representación o mandato, y la cuestión de si la otra persona estaba, de hecho y de derecho, facultada para actuar en nombre del iniciador se regirá por la norma de derecho interno por lo demás aplicable.

85) El párrafo 3) se ocupa de dos supuestos en los que el destinatario podría considerar que el mensaje de datos emanaba del iniciador: en primer lugar, el supuesto de que el destinatario haya aplicado adecuadamente un procedimiento de autenticación previamente aceptado por el iniciador y en segundo lugar el supuesto de que el mensaje de datos haya resultado de los actos de una persona cuya relación con el iniciador le haya dado acceso a algún método de autenticación del iniciador. Al estipular que el destinatario "tendrá derecho a considerar que un mensaje de datos proviene del iniciador", el párrafo 3), leído juntamente con el párrafo 4) a), tiene por objeto indicar que el destinatario podrá actuar sobre el supuesto de que el mensaje de datos proviene del iniciador hasta el momento en que el iniciador le informe de que el mensaje de datos no es suyo, o hasta el momento en que sepa o deba saber que el mensaje de datos no es del iniciador.

86) Con arreglo al párrafo 3) a), si el destinatario aplica un procedimiento de autenticación previamente convenido y comprueba debidamente que el iniciador es la fuente del mensaje, se presumirá que el mensaje proviene del iniciador. Esa regla es aplicable no sólo al supuesto de que el iniciador y el destinatario hayan convenido entre sí el procedimiento de autenticación, sino también a aquellos supuestos en los que un iniciador, unilateralmente o como resultado de un acuerdo concertado con un intermediario, designó un procedimiento y convino en quedar obligado por todo mensaje de datos que cumpliera con los requisitos relativos a ese procedimiento. Por ello, el párrafo 3) a) es aplicable no sólo a un acuerdo que entre en vigor a raíz de un acuerdo directo entre el iniciador y el destinatario sino también a todo acuerdo que entre en vigor gracias a la intervención prevista de un tercero proveedor de servicios. Ahora bien, cabe señalar que el párrafo 3) a) será aplicable únicamente si la comunicación entre el iniciador y el destinatario

se apoya en un acuerdo previamente concertado, pero no sería aplicable a un mensaje de datos transmitido a través de una red abierta al público en general.

- 87) El efecto del párrafo 3) b), leído conjuntamente con el párrafo 4) b), es que el iniciador o el destinatario, según sea el caso, sería responsable de todo mensaje de datos no autorizado que pueda demostrarse que ha sido enviado como resultado de una falta o negligencia de esa parte.
- 88) El párrafo 4) a) no debe interpretarse como si liberara al iniciador, con efecto retroactivo, de las consecuencias de haber enviado un mensaje de datos con independencia de si el destinatario ha actuado ya o no sobre el supuesto de que el mensaje de datos procedía del iniciador. El párrafo 4) no tenía por objeto disponer que la recepción de una notificación conforme al inciso a) anularía retroactivamente el mensaje original. Conforme al inciso a), el iniciador queda liberado del efecto vinculante del mensaje en el momento de recibirse la notificación conforme al inciso a) y no con anterioridad a ese momento. Además, el párrafo 4) no debe ser interpretado como si permitiera que el iniciador se libere de las consecuencias del mensaje de datos informando al destinatario conforme al inciso a), en casos en los que el mensaje haya sido efectivamente enviado por el iniciador y el destinatario haya aplicado adecuadamente un procedimiento razonable de autenticación. Si el destinatario puede probar que el mensaje es del iniciador, sería aplicable la regla del párrafo 1) y no la del inciso a) del párrafo 4). En cuanto al significado de "un plazo razonable", se deberá informar al destinatario con tiempo suficiente para poder actuar en consonancia, por ejemplo, en el caso de un arreglo de suministro "puntual" en el que deberá darse al destinatario tiempo suficiente para que pueda ajustar su cadena de producción.
- 89) Con respecto al párrafo 4) b) cabe señalar que la Ley Modelo podría dar lugar al resultado de que el destinatario estaría facultado para fiarse del mensaje de datos de haber aplicado debidamente el método de autenticación convenido, aun cuando supiera que el mensaje de datos no

era del destinatario. Cuando se elaboró la Ley Modelo se opinó en general que debería aceptarse el riesgo de que se produjera esa situación, con miras a preservar la fiabilidad de los procedimientos de autenticación.

- 90) El párrafo 5) tiene la finalidad de impedir que el iniciador desautorice el mensaje una vez enviado, a menos que el destinatario sepa, o deba haber sabido, que el mensaje de datos no es el del iniciador. Además, el párrafo 5) se ocupa del supuesto de que haya errores en el contenido del mensaje derivados de errores en la transmisión.
- 91) El párrafo 6) aborda la cuestión de la duplicación errónea de los mensajes de datos, que reviste considerable importancia en la práctica. Establece la norma de diligencia con que ha de actuar el destinatario a fin de distinguir entre una duplicación errónea de un mensaje de datos y la transmisión de un mensaje de datos separado.
- 92) Las primeras versiones del artículo 13 contenían un párrafo adicional en el que se expresaba el principio de que la atribución de la autoría del mensaje al iniciador no regulaba en nada las consecuencias jurídicas del mensaje, que habrían de ser determinadas por la norma por lo demás aplicable de derecho interno. Posteriormente se estimó que no era necesario expresar ese principio en la Ley Modelo, pero que debería mencionarse en la presente Guía.

Artículo 14. Acuse de recibo

- 93) El empleo funcional de acuses de recibo es una decisión comercial que deben tomar los usuarios del comercio electrónico; la Ley Modelo no tiene la finalidad de imponer ningún procedimiento de este tipo. No obstante, habida cuenta de la utilidad comercial de un sistema de acuse de recibo y del uso extendido de esos sistemas en el contexto del comercio electrónico, se consideró que la Ley Modelo debía abordar una serie de cuestiones jurídicas derivadas del uso de procedimientos de acuse de recibo. Cabe señalar que la noción de "acuse de recibo" se emplea a menudo para abarcar toda una gama de procedimientos, que van desde el simple acuse de recibo de un mensaje no individualizado a la manifestación de acuerdo

con el contenido de un mensaje de datos determinado. En muchos casos, el procedimiento de "acuse de recibo" se utilizaría paralelamente al sistema conocido con el nombre de "petición de acuse de recibo" en las administraciones postales. Los acuses de recibo pueden exigirse en diversos tipos de instrumentos, como en los mensajes de datos propiamente tales, en acuerdos sobre comunicaciones bilaterales o multilaterales, o en "reglas de sistema". Cabe tener presente que la variedad de procedimientos de acuse de recibo supone una variedad de costos correspondientes. Las disposiciones del artículo 14 se basan en el supuesto de que los procedimientos de acuse de recibo han de utilizarse a la discreción del iniciador. El artículo 14 no se propone abordar las consecuencias jurídicas que podrían dimanarse del envío de un acuse de recibo, aparte de determinar que se ha recibido el mensaje de datos. Por ejemplo, cuando el iniciador envía una oferta en un mensaje de datos y pide un acuse de recibo, ese acuse de recibo sólo constituye prueba de que la oferta se ha recibido. Que enviar o no ese acuse de recibo equivalga a una aceptación de la oferta es materia sobre la cual la Ley Modelo no legisla, pues está regida por el derecho de los contratos que escapa al ámbito de la Ley Modelo.

- 94) La finalidad del párrafo 2) es validar el acuse de recibo mediante cualquier comunicación o acto del destinatario (por ejemplo, la expedición de las mercancías, como acuse de recibo de un pedido de compra) cuando el iniciador no haya convenido con el destinatario que el acuse de recibo se haga de determinada forma. El artículo 14 no aborda el supuesto de que el iniciador haya solicitado unilateralmente que el acuse de recibo se haga de determinada forma, lo que tal vez dé lugar a que la solicitud unilateral del iniciador relativa a la forma del acuse de recibo no altere en nada el derecho del destinatario a acusar recibo mediante cualquier comunicación o acto que sea tenido por suficiente para indicar al iniciador que el mensaje ha sido recibido. Esa interpretación posible del párrafo 2) hace particularmente necesario que se insista en la Ley Modelo en la distinción que ha de

hacerse entre los efectos de un acuse de recibo de un mensaje de datos y de toda otra comunicación por la que se responda al contenido de ese mensaje de datos, razón por la cual se juzgó necesario insertar el párrafo 7).

- 95) El párrafo 3), que regula la situación en que el iniciador ha afirmado que el mensaje de datos depende de que se reciba un acuse de recibo, es aplicable independientemente de si el iniciador ha especificado o no que el acuse de recibo debe recibirse dentro de cierto plazo.
- 96) La finalidad del párrafo 4) es prever la situación más frecuente que es la que se da cuando se pide un acuse de recibo, sin que el iniciador haga ninguna declaración en el sentido de que el mensaje de datos no producirá efectos hasta que se reciba un acuse de recibo. Esta disposición es necesaria para fijar el momento a partir del cual el iniciador de un mensaje de datos que haya solicitado acuse de recibo quedará exento de las consecuencias jurídicas del envío de ese mensaje de datos, de no haber recibido el acuse de recibo solicitado. Como ejemplo de una situación en la que resultaría particularmente útil una disposición redactada en los términos del párrafo 4) sería el caso de que un iniciador de una oferta de contrato que no hubiera recibido el acuse de recibo solicitado al destinatario de la oferta necesitara saber el momento a partir del cual tendría libertad para trasladar su oferta a otro cliente o socio comercial eventual. Cabe señalar que la disposición no impone ninguna obligación vinculante al iniciador sino que establece meramente medios que permitan a éste, si lo desea, aclarar su situación en casos en que no haya recibido el acuse de recibo solicitado. Cabe observar también que la disposición no impone ninguna obligación al destinatario del mensaje de datos que, en la mayoría de las circunstancias, tendría libertad para confiar o no en un determinado mensaje de datos, siempre y cuando estuviera dispuesto a asumir el riesgo de que el mensaje de datos no fuera fiable por falta de acuse de recibo. Sin embargo, el destinatario está protegido, ya que el iniciador que no reciba el acuse de recibo solicitado no podrá tratar automáticamente el mensaje de datos como

si no se hubiera transmitido nunca, sin notificar al destinatario. El procedimiento descrito en el párrafo 4) del artículo 14 queda librado exclusivamente a la discreción del iniciador. Por ejemplo, caso de enviar el iniciador un mensaje de datos que, conforme al acuerdo entre las partes se debía recibir en cierta fecha, y solicitar un acuse de recibo, el destinatario no podrá denegar la eficacia jurídica del mensaje con sólo abstenerse de hacer el acuse de recibo solicitado.

97) La presunción rebatible enunciada en el párrafo 5) es necesaria para crear certeza y resultaría particularmente útil en el contexto de una comunicación electrónica entre partes no vinculadas por un acuerdo de socios comerciales. La segunda frase del párrafo 5) debe ser leída conjuntamente con el párrafo 5) del artículo 13, en el que se enuncian las condiciones que, caso de cumplirse, permiten al destinatario considerar como válido el texto recibido, aun cuando existiera cierta divergencia entre ese texto y el texto del mensaje de datos tal como fue expedido.

98) El párrafo 6) corresponde a cierto tipo de acuse de recibo, por ejemplo, un mensaje EDIFACT que establezca que el mensaje de datos recibido es sintácticamente correcto, es decir, que puede ser procesado por la terminal receptora. La referencia a los requisitos técnicos, que ha de ser entendida primordialmente como una referencia a la "sintaxis informática" en el contexto de las comunicaciones EDI, puede ser menos importante en el caso de que se utilicen otros medios de comunicación, como el telegrama o el télex. Además de la coherencia debida con las reglas de la "sintaxis informática", los requisitos técnicos enunciados en las normas aplicables tal vez obliguen, por ejemplo, a utilizar ciertos procedimientos para la verificación de la integridad del contenido del mensaje de datos.

99) 99. El párrafo 7) tiene por finalidad eliminar ciertas incertidumbres que pudiera haber sobre el efecto jurídico de un acuse de recibo, por ejemplo, el párrafo 7) indica que no debe confundirse el acuse de recibo con una comunicación relativa al contenido del mensaje del que se acuse recepción.

Artículo 15. Tiempo y lugar del envío y la recepción de un mensaje de datos

100)El artículo 15 deriva del reconocimiento de que, para la aplicación de muchas normas jurídicas, es importante determinar el tiempo y el lugar del recibo de la información. El empleo de las técnicas de comunicación electrónica dificulta la determinación del tiempo y el lugar. No es desusado que los usuarios del comercio electrónico y otros medios conexos de comunicación se comuniquen de un Estado a otro sin percatarse de la ubicación de los sistemas de información por medio de los cuales se efectúa la comunicación. Además, la ubicación de ciertos sistemas de comunicación bien puede modificarse sin que ninguna de las partes tenga noticia del cambio. La Ley Modelo, pues, tiene por objeto dejar constancia de que la ubicación de los sistemas de información es indiferente y prevé un criterio más objetivo, a saber, el establecimiento de las partes. A ese respecto, cabe señalar que el artículo 15 no tiene por objeto enunciar una regla de conflicto de leyes.

El párrafo 1) dispone que un mensaje de datos se considerará expedido a partir del momento en que entre en un sistema de información que no esté bajo el control del iniciador, que puede ser el sistema de información de un intermediario o un sistema de información del destinatario. El concepto de "expedición" se refiere al comienzo de la transmisión electrónica del mensaje de datos. Cuando el término "expedición" tenga un sentido ya definido, conviene tener presente que el artículo 15 se propone complementar y no sustituir el régimen de derecho interno aplicable en la materia. Si la expedición se produce cuando el mensaje de datos llega al sistema de información del destinatario, la expedición según el párrafo 1) y la recepción según el párrafo 2) son simultáneos, excepto cuando el mensaje de datos se expida a un sistema de información del destinatario que no sea el sistema designado por el destinatario con arreglo al inciso a) del párrafo 2).

101)El párrafo 2), cuya finalidad es definir el momento de recepción de un mensaje de datos, aborda la situación en que el destinatario designa unilateralmente un determinado sistema de información para la recepción

de un mensaje (en cuyo caso el sistema designado puede o no ser un sistema de información del destinatario), y el mensaje llega a un sistema de información del destinatario que no es el sistema designado. En este supuesto, la recepción tendrá lugar cuando el destinatario recupere el mensaje de datos. Por "sistema de información designado" la Ley Modelo se refiere al sistema que una parte haya designado específicamente, por ejemplo, en el caso en que una oferta estipule expresamente el domicilio al cual se debe enviar la aceptación. La sola indicación de una dirección de correo electrónico o de un número de fax en el membrete o en otro documento no se debe considerar como designación expresa de uno o más sistemas de información.

102) Conviene detenerse a analizar el concepto de "entrada" en un sistema de información, utilizado para definir tanto la expedición como la recepción de un mensaje de datos. Un mensaje de datos entra en un sistema de información desde el momento en que puede ser procesado en ese sistema de información. La cuestión de si un mensaje de datos que entra en un sistema de información es inteligible o utilizable por el destinatario no entra en el ámbito de la Ley Modelo. La Ley Modelo no pretende invalidar las disposiciones de derecho interno conforme a las cuales la recepción de un mensaje puede producirse en el momento en que el mensaje entra en la esfera del destinatario, prescindiendo de si el mensaje es inteligible o utilizable por el destinatario. La Ley Modelo tampoco se ha concebido para ir en contra de los usos del comercio, según los cuales ciertos mensajes cifrados se consideran recibidos incluso antes de que sean utilizables por el destinatario o inteligibles para dicha persona. Se estimó que la Ley Modelo no debía crear un requisito más estricto que los actualmente aplicados a las comunicaciones consignadas sobre papel, en que un mensaje puede considerarse recibido aunque no resulte inteligible para el destinatario ni pretenda serlo (por ejemplo, cuando se transmiten datos en forma criptográfica a un depositario con el único propósito de su retención en el contexto de la protección de los derechos de propiedad intelectual).

- 103) Un mensaje de datos no habría de considerarse expedido si simplemente ha llegado al sistema de información del destinatario, pero sin conseguir entrar en él. Cabe señalar que la Ley Modelo no prevé expresamente el mal funcionamiento de los sistemas de información como base para la responsabilidad. En particular, cuando el sistema de información del destinatario no funciona en absoluto o no funciona en la debida forma, o cuando, aun funcionando debidamente, el mensaje de datos no puede entrar en él (por ejemplo, en el caso de una telecopiadora constantemente ocupada), el mensaje no puede considerarse expedido en el sentido de la Ley Modelo. Durante la preparación de la Ley Modelo, se estimó que no debía imponerse al destinatario, mediante una disposición general, la onerosa obligación de mantener su sistema en constante funcionamiento.
- 104) El párrafo 4) regula el lugar de recepción de un mensaje de datos. Esta disposición se ha incluido en la Ley Modelo con la principal finalidad de prever una peculiaridad del comercio electrónico que tal vez no esté adecuadamente regulada en la legislación vigente, a saber, que muy a menudo el sistema de información del destinatario en el que se recibe o recupera el mensaje de datos no se halla bajo la misma jurisdicción que el destinatario. El párrafo 4) tiene, pues, la principal finalidad de asegurar que el lugar en que se encuentra el sistema de información no sea el elemento determinante, y que haya un vínculo razonable entre el destinatario y lo que se considere el lugar de recepción, y que el iniciador pueda determinar fácilmente ese lugar. La Ley Modelo no contiene disposiciones concretas sobre el modo de designar un sistema de información ni prevé que puedan efectuarse cambios una vez que el destinatario haya designado el sistema.
- 105) Cabe observar que el párrafo 4), que contiene una referencia a la "operación subyacente", se refiere en realidad a operaciones subyacentes efectivamente realizadas y previstas. Las referencias a "establecimiento", "establecimiento principal" y "lugar de residencia habitual" se introdujeron en el texto para armonizarlo con el artículo 10 de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de

Mercaderías.

106) El efecto del párrafo 4) es introducir una distinción entre el lugar considerado de recepción y el lugar al que haya llegado realmente el mensaje de datos en el momento de recepción con arreglo al párrafo 2). Esta distinción no debe interpretarse en el sentido de que reparte los riesgos entre el iniciador y el destinatario en caso de alteración o pérdida de un mensaje de datos entre el momento de su recepción con arreglo al párrafo 2) y el momento en que llegó a su lugar de recepción en el sentido del párrafo 4). El párrafo 4) establece meramente una presunción irrefragable sobre un hecho jurídico a la que deberá recurrirse cuando otro cuerpo de leyes (por ejemplo, sobre la formación de contratos o los conflictos de leyes) requiera que se determine el lugar de recepción de un mensaje de datos. No obstante, durante la preparación de la Ley Modelo se estimó que introducir la noción de un supuesto lugar de recepción de un mensaje de datos como noción distinta del lugar al que llegue realmente dicho mensaje en el momento de su recepción sería inapropiado fuera del contexto de las transmisiones informatizadas (por ejemplo, en el contexto de un telegrama o de un télex). Así pues, el ámbito de aplicación de la disposición estaba limitado a las transmisiones informáticas de mensajes de datos. El párrafo 5) enuncia una limitación adicional que reproduce la fórmula ya utilizada en los artículos 6, 7, 8, 11 y 12 (véase el anterior párr. 69).

Segunda parte.

Comercio electrónico en materias específicas

108) En contraste con las reglas básicas aplicables al comercio electrónico en general, que figuran en la primera parte de la Ley Modelo, la segunda parte contiene reglas de carácter especial. Al preparar la Ley Modelo, la Comisión convino en que se incluyeron en la Ley Modelo esas reglas especiales relativas a determinadas aplicaciones del comercio electrónico, pero de forma tal que su presentación reflejara a la vez el carácter especial de su régimen y su rango legislativo, en nada distinto del de las disposiciones de

carácter general enunciadas en la primera parte de la Ley Modelo. Al aprobar la Ley Modelo, la Comisión se limitó a examinar ciertas disposiciones especiales relativas a los documentos de transporte, por lo que se convino en que esas disposiciones figuraran en la Ley Modelo bajo el epígrafe de capítulo I de la segunda parte. Se opinó que esa estructura dejaba abierta la puerta a la adición de otros grupos de disposiciones especiales en forma de capítulos adicionales de la segunda parte de Ley Modelo, conforme se fuera haciendo sentir la necesidad de esos regímenes especiales.

109) La adopción de un régimen especial para determinadas aplicaciones del comercio electrónico, como pudiera ser para la utilización de mensajes EDI como sucedáneos de ciertos documentos de transporte, no supone en modo alguno que las restantes disposiciones de la Ley Modelo no sean también aplicables a esos sucedáneos de los documentos de transporte. En particular, las disposiciones de la segunda parte, tales como los artículos 16 y 17 relativos a la transferencia de derechos sobre mercancías, parten del supuesto de que las garantías de fiabilidad y autenticidad, enunciadas en los artículos 6 a 8, son igualmente aplicables a los equivalentes electrónicos de los documentos de transporte. La segunda parte de la Ley Modelo no restringe pues en modo alguno el ámbito de aplicación de las disposiciones generales de la Ley Modelo.

CAPÍTULO I.

Transporte de mercancías

110) Al preparar la Ley Modelo, la Comisión tomó nota de que el transporte de mercancías era la rama comercial en la que era más probable que se recurriera a las comunicaciones electrónicas, por lo que era asimismo aquella en la que se necesitaba más urgentemente un marco jurídico que facilitara el empleo de esos medios de comunicación. Los artículos 16 y 17 enuncian ciertas disposiciones que son, por igual, aplicables a los documentos de transporte no negociables y a la transferencia de derechos

en las mercancías por medio de un conocimiento de embarque negociable o transferible. Los principios enunciados en los artículos 16 y 17 son aplicables no sólo al transporte marítimo sino también al transporte de mercancías por otros medios, tales como al transporte aéreo y al transporte por carretera y ferrocarril.

Artículo 16. Actos relacionados con los contratos de transporte de mercancías

111) El artículo 16, que enuncia el ámbito de aplicación del capítulo I de la segunda parte de la Ley Modelo, ha sido redactado con amplitud de criterio. Ese capítulo sería aplicable a una amplia gama de documentos que se utilizan en el transporte de mercancías, como, por ejemplo, la póliza de fletamento. En la preparación de la Ley Modelo, la Comisión juzgó que al regular en general los contratos de transporte de mercancías, el artículo 16 respondía a la necesidad de regular todo tipo de documentos de transporte, ya fueran negociables o no negociables, sin excluir ningún documento en particular, como pudiera ser la póliza de fletamento. Se señaló que, de no desear un Estado que el capítulo I de la segunda parte fuera aplicable a determinado tipo de documento o de contrato, por ejemplo, caso de considerarse que la inclusión de la póliza de fletamento en el ámbito de ese capítulo encajaría mal en el derecho interno de ese Estado, entonces ese Estado podría recurrir a la cláusula de exclusión enunciada en el párrafo 7) del artículo 17.

112) El artículo 16 es de índole ilustrativa y los actos en él mencionados, pese a ser más propios del comercio marítimo, no son exclusivos de ningún tipo de comercio ya que son actos que podrían ejecutarse en relación con el transporte aéreo o el transporte de mercancías.

Artículo 17. Documentos de transporte

113) Los párrafos 1) y 2) dimanarían de la regla enunciada en el artículo 6. En el contexto de los documentos de transporte, es preciso establecer no sólo un equivalente funcional de la información consignada por escrito de los actos mencionados en el artículo 16, sino también un equivalente funcional de la

modalidad de ejecución de dichos actos que se basa en el empleo de un documento consignado sobre papel. La necesidad de un equivalente funcional se refiere especialmente, en este caso, a la función desempeñada por la transferencia de un escrito en la transferencia de ciertos derechos y obligaciones. Por ejemplo, los párrafos 1) y 2) permiten sustituir no sólo el requisito de que el contrato de transporte conste por escrito sino también los requisitos de endoso y transferencia de la posesión aplicable al conocimiento de embarque. Al prepararse la Ley Modelo, se estimó que la disposición del artículo 17 debía ser referida inequívocamente a los actos enunciados en el artículo 16, particularmente en razón de las dificultades, que pudiera haber en determinados países, para el reconocimiento de la transmisión de un mensaje de datos como equivalente funcional de la entrega material de las mercancías o de la transferencia material de un documento de titularidad sobre las mercancías.

- 114) La referencia que se hace en los párrafos 1), 3) y 6) a "uno o más mensajes de datos" no debe ser entendida de modo distinto que la referencia que se hace en otras disposiciones de la Ley Modelo a "un mensaje de datos", que debe también entenderse como aplicable indistintamente al supuesto en el que se genere un solo mensaje de datos y al supuesto en el que se generen dos o más mensajes de datos como soporte de un cierto elemento de información. La formulación más detallada de esta idea en el artículo 17 refleja meramente la consideración de que, para la transferencia electrónica de derechos, algunas de las funciones que tradicionalmente se llevan a cabo mediante la entrega de un único conocimiento de embarque consignado sobre papel habrán de efectuarse necesariamente mediante la transmisión de más de un mensaje de datos, sin que ese hecho entrañe, de por sí, ninguna consecuencia negativa para la admisibilidad del comercio electrónico para la ejecución de este acto.
- 115) La lectura conjunta del párrafo 3) y del párrafo 4) tiene por objeto asegurar que un derecho sólo podrá ser transferido a una sola persona, y que sólo una sola persona podrá en un momento dado invocar ese derecho. Esos

dos párrafos introducen, por así decir, un requisito que cabe designar como la "garantía de singularidad". Todo procedimiento por el que sea posible transferir un derecho o una obligación por vía electrónica, en lugar de mediante la entrega de un documento de papel, deberá llevar incorporada la garantía de singularidad como rasgo esencial del mismo. Toda red de comunicaciones debe disponer de un dispositivo técnico de seguridad que ofrezca a la comunidad comercial esa garantía de singularidad y la fiabilidad de ese dispositivo deberá ser demostrada convincentemente. Ahora bien, es además preciso posibilitar el cumplimiento por otros medios de ese requisito legal de que se pruebe la fiabilidad de la garantía de singularidad ofrecida en casos en los que, por ejemplo, se utilice habitualmente un documento del tipo del conocimiento de embarque. Se necesita por ello una norma como la enunciada en el párrafo 3) para que se pueda autorizar el empleo de una comunicación electrónica en lugar de un documento consignado sobre papel.

116) Las palabras "a una determinada persona y a ninguna otra" no deben ser entendidas como excluyendo de su ámbito a aquellos casos en los que dos o más personas gocen conjuntamente de la titularidad sobre las mercancías. Por ejemplo, la referencia a "una persona" no tiene por objeto excluir aquellos casos en los que se haya incorporado a un solo conocimiento de embarque un derecho de copropiedad o más de un derecho sobre las mercancías.

117) Tal vez convenga aclarar algo más la noción de la "singularidad" de un mensaje de datos, ya que de lo contrario pudiera ser interpretada erróneamente. Por una parte, todo mensaje de datos enviado a una persona es necesariamente único, aun cuando su función sea la de duplicar un mensaje anterior, ya que ese mensaje de datos será enviado en un momento necesariamente distinto que el de todo otro mensaje de datos enviado anteriormente a esa misma persona. Si se envía un mensaje de datos a otra persona, ese mensaje es incluso más evidentemente único, aun cuando con él se esté transfiriendo el mismo derecho o la misma

obligación. Ahora bien, en ese supuesto es probable que toda transferencia, que no sea la primera, sea fraudulenta. Por el contrario, si por "singularidad" se entiende que un mensaje de datos ha de ser de una categoría singular, es preciso señalar que en ese sentido ningún mensaje de datos puede ser único y ninguna transferencia efectuada por medio de un mensaje de datos puede ser única. Tras haber considerado la posibilidad de ese malentendido, la Comisión decidió retener la referencia a la noción de singularidad del mensaje de datos y de singularidad de la transferencia para los fines del artículo 17, ya que las nociones de la "unicidad" o "singularidad" de los documentos de transporte no son algo desconocido para los profesionales del derecho de transporte o para los usuarios de los documentos de transporte. Se decidió, no obstante, aclarar en la presente Guía que las palabras "se emplee un método fiable para garantizar la singularidad de ese mensaje o esos mensajes de datos" deben ser entendidas como referidas a que se ha de utilizar un método fiable que garantice que los mensajes de datos, por los que se expresa el acto de llevar a cabo la transferencia de cierto derecho o cierta obligación de una persona, no puedan ser utilizados por esa persona, o en su nombre, de forma incoherente con cualesquiera otros mensajes de datos por los que se transfiera ese derecho o esa obligación por esa misma persona o en su nombre.

118) El párrafo 5) es un complemento necesario de la garantía de singularidad enunciada en el párrafo 3. La necesidad de seguridad es una consideración indispensable por lo que se ha de asegurar no sólo que el método utilizado ofrece una seguridad razonable de que un mismo mensaje de datos no será multiplicado, sino también de que no se podrán utilizar simultáneamente dos vías de comunicación para un mismo fin. El párrafo 5) aborda la necesidad básica de que se evite el riesgo de duplicar los documentos de transporte. El empleo de más de una forma de comunicación para diversos fines, por ejemplo, el empleo de documentos de papel para los mensajes auxiliares y de comunicaciones electrónicas para los conocimientos de embarque, no

plantea ningún problema. Sin embargo, es indispensable para el buen funcionamiento de cualquier sistema basado en el empleo de un equivalente electrónico del conocimiento de embarque que se excluya la posibilidad de que unos mismos derechos puedan ser incorporados simultáneamente a un mensaje de datos y a un documento de papel. El párrafo 5) prevé asimismo la situación en la que una parte que haya convenido inicialmente en negociar a través de comunicaciones electrónicas haya de proseguirlas mediante el empleo de comunicaciones consignadas sobre papel, caso de resultarle ulteriormente imposible proseguir esas comunicaciones por vía electrónica.

119) La referencia a la noción de "poner fin" al empleo de mensajes de datos queda abierta a interpretación. En particular, la Ley Modelo no especifica quién ha de ser el que ponga término a ese empleo. De desear algún Estado precisar algo más este punto, tal vez desee indicar, por ejemplo, que puesto que el empleo del comercio electrónico suele estar basado en un acuerdo entre las partes, la decisión de "retornar" a las comunicaciones consignadas sobre papel habrá de ser también objeto de un acuerdo entre todas las partes interesadas. De lo contrario, el iniciador gozaría de la facultad de seleccionar unilateralmente los medios de comunicación. También es posible que el Estado que incorpore el nuevo régimen desee disponer que, dado que el tenedor o titular del conocimiento de embarque ha de ser quien aplique el párrafo 5), será el tenedor de este conocimiento el que decida si prefiere ejercer sus derechos a través de un conocimiento de embarque consignado sobre papel o a través de un equivalente electrónico de ese documento, debiendo ser en ese caso el propio tenedor el que asuma los gastos de su decisión.

120) Si bien el párrafo 5) trata expresamente del supuesto en el que se sustituya la utilización de mensajes de datos por la utilización de documentos de papel, su texto puede ser entendido a la inversa. La sustitución de los mensajes de datos por un documento de papel no afectará a ningún derecho que pueda tenerse a devolver el documento de papel a su emisor y

reanudar el empleo, en su lugar, de mensajes de datos.

121) La finalidad del párrafo 6) es la de regular directamente la aplicación de ciertas normas jurídicas al transporte de mercancías por mar. Por ejemplo, con arreglo a las Reglas de La Haya y de La Haya-Visby, un contrato de transporte significa un contrato plasmado en un conocimiento de embarque. El empleo de un conocimiento de embarque o de un documento de titularidad similar hace que las Reglas de La Haya y de La Haya-Visby sean imperativamente aplicables al contrato de transporte incorporado a ese documento. Esas reglas no serían automáticamente aplicables a los contratos concertados por uno o más mensajes de datos. Por ello, se juzgó necesario una disposición como la del párrafo 6) a fin de evitar que se excluyera a un contrato del ámbito de aplicación de esas reglas por el mero hecho de que estuviera consignado mensajes de datos en lugar de en un conocimiento de embarque incorporado a un documento de papel. Si bien el párrafo 1) dispone que un mensaje de datos puede ser un medio eficaz para ejecutar los actos mencionados en el artículo 16, esa disposición no se ocupa de las reglas de derecho sustantivo que pudieran ser aplicables a un contrato que esté consignado, o del que se haya dejado constancia, en mensajes de datos.

122) Respecto al significado de la frase "esa norma no dejará de aplicarse" que figura en el párrafo 6), tal vez hubiera sido más sencillo expresar esa misma idea disponiendo que las reglas aplicables a los contratos de transporte que consten en documentos de papel serán asimismo aplicables a los contratos de transporte que consten en mensajes de datos. Ahora bien, dada la amplitud del ámbito de aplicación del artículo 17, que regula no sólo el supuesto del conocimiento de embarque sino también el supuesto de una diversidad de otros documentos de transporte, una disposición expresada en esos términos hubiera tenido tal vez el efecto no buscado de extender la aplicación de normas como las Reglas de Hamburgo y las Reglas de La Haya-Visby a contratos a los que nunca se tuvo la intención de que esas normas fueran aplicables. La Comisión opinó que la formulación adoptada

era la más adecuada para superar el obstáculo dimanante del derecho de que las Reglas de La Haya-Visby y otras normas imperativamente aplicables al conocimiento de embarque no fueran automáticamente aplicables a contratos de transporte consignados en mensajes de datos, sin ampliar inintencionalmente la aplicación de esas normas a otros tipos de contratos.

III. HISTORIA Y ANTECEDENTES DE LA LEY MODELO

IV.

123) La Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico y otros medios conexos de comunicación de datos, fue aprobada por la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) de la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1996 en cumplimiento de su mandato de fomentar la armonización y unificación del derecho mercantil internacional, con miras a eliminar los obstáculos innecesarios ocasionados al comercio internacional por las insuficiencias y divergencias del derecho interno que afectan a ese comercio. Durante los últimos 25 años, la CNUDMI, en la que colaboran Estados de todas las regiones situados en todos los niveles de desarrollo económico, ha cumplido su mandato formulando convenios internacionales (convenios y convenciones de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, sobre la prescripción en materia de compraventa internacional de mercaderías, sobre el Transporte Marítimo de Mercancías, 1978 ("Reglas de Hamburgo"), sobre la responsabilidad de los empresarios de terminales de transporte en el comercio internacional, sobre letras de cambio internacionales y pagarés internacionales, sobre Garantías Independientes y Cartas de Crédito Contingente), leyes modelo (las Leyes Modelo de la CNUDMI sobre arbitraje comercial internacional, sobre transferencias internacionales de crédito y sobre la Contratación Pública de Bienes, de Obras y de Servicios), el Reglamento de Arbitraje de la CNUDMI y el Reglamento de Conciliación de la CNUDMI, así como guías jurídicas

(de contratos de obras, de operaciones de comercio compensatorio y de transferencias electrónicas de fondos).

124)124. La Ley Modelo fue preparada en respuesta al cambio fundamental que se había operado en las comunicaciones entre las partes (denominadas en ocasiones "socios comerciales") que recurrían a las modernas técnicas informáticas o de otra índole para sus relaciones de negocios. La Ley Modelo ofrece a los países un texto normativo ejemplar para la evaluación y modernización de algunos aspectos de su propia normativa legal y de sus prácticas contractuales relativas al empleo de la informática, y demás técnicas de comunicación modernas, en las relaciones comerciales. El texto de la Ley Modelo, reproducido anteriormente, figura en el anexo I del informe de la CNUDMI sobre la labor de su 29º período de sesiones.³

125)125. La Comisión, en su 17.º período de sesiones (1984), examinó un informe del Secretario General titulado "Aspectos jurídicos del proceso automático de datos" (A/CN.9/254), donde se describían diversas cuestiones jurídicas relativas al valor jurídico de la documentación informática, así como el requisito de un escrito, la autenticación, las condiciones generales, la responsabilidad y los conocimientos de embarque. La Comisión tomó nota de un informe del Grupo de Trabajo sobre facilitación de los procedimientos comerciales internacionales (WP.4), que está copatrocinado por la Comisión Económica para Europa y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, y se ocupa de formular los mensajes normalizados de Naciones Unidas/EDIFACT. En ese informe se sugería que, como estos problemas eran esencialmente de derecho mercantil internacional, la Comisión, en su calidad de principal órgano jurídico en esa esfera, parecía ser el foro de convergencia apropiado para realizar y coordinar las actividades necesarias.⁴ La Comisión decidió inscribir en su programa de trabajo, como tema prioritario, la cuestión de las consecuencias jurídicas del procesamiento automático de datos en las corrientes del comercio internacional.⁵

126)126. En su 18.º período de sesiones (1985), la Comisión examinó un informe del Secretario General titulado "Valor jurídico de los registros computadorizados" (A/CN.9/265). En ese informe se llegó a la conclusión de que, a nivel mundial, se tropieza con menos problemas de lo que cabría esperar en el empleo de datos almacenados en soportes informáticos como prueba en los litigios. Se señaló que uno de los obstáculos jurídicos más graves para el empleo de la informática y de las telecomunicaciones de terminal a terminal en el comercio internacional radicaba en la exigencia de que los documentos estuviesen firmados o consignados sobre papel. Tras deliberar sobre el informe, la Comisión decidió aprobar la siguiente recomendación en la que se expresan algunos de los principios en que se basa la Ley Modelo:

"La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional,

Observando que el empleo del procesamiento automático de datos (PAD) está próximo a quedar firmemente arraigado en todo el mundo en muchas fases del comercio nacional e internacional, así como en los servicios administrativos,

Observando también que las normas jurídicas referidas a los medios anteriores al PAD basados en el empleo del papel para documentar el comercio internacional pueden crear un obstáculo al empleo del PAD en cuanto llevan a la inseguridad jurídica o dificultan la eficiente utilización del PAD cuando su uso está por lo demás justificado,

Observando asimismo con reconocimiento los esfuerzos del Consejo de Europa, del Consejo de Cooperación Aduanera y de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa tendientes a superar los obstáculos que, como consecuencia de estas normas jurídicas, se oponen a la utilización del PAD en el comercio internacional,

Considerando al mismo tiempo que no es necesaria una unificación de las normas sobre la prueba respecto del empleo de registros de computadora en el comercio internacional, vista la experiencia que muestra que

diferencias sustanciales en las normas sobre la prueba aplicadas al sistema de documentación sobre papel no han causado hasta el momento ningún daño apreciable al desarrollo del comercio internacional,

Considerando también que, como consecuencia de las novedades en la utilización del PAD, en diversos sistemas jurídicos se viene experimentando la conveniencia de adaptar las normas jurídicas existentes a estas novedades, teniendo debidamente en cuenta, sin embargo, la necesidad de estimular el empleo de los medios del PAD que proporcionarían la misma o mayor fiabilidad que la documentación sobre papel,

1. *Recomienda* a los gobiernos que:

- a) Examinen las normas jurídicas que afectan la utilización de registros de computadora como prueba en los litigios, a fin de eliminar obstáculos innecesarios a su admisión, asegurarse de que las normas sean coherentes con las novedades de la tecnología y proporcionar medios apropiados para que los tribunales evalúen el crédito que merezcan los datos contenidos en esos registros;
- b) Examinen las exigencias legales de que determinadas operaciones comerciales o documentos relacionados con el comercio consten por escrito, para determinar si la forma escrita es una condición de la eficacia de la validez de la operación o el documento, con miras a permitir, según corresponda, que la operación o el documento se registren y transmitan en forma legible mediante computadora;
- c) Examinen los requisitos jurídicos de una firma manuscrita u otro método de autenticación sobre papel en los documentos relacionados con el comercio, con miras a permitir, según corresponda, la utilización de medios electrónicos de autenticación;
- d) Examinen los requisitos jurídicos de que, para ser presentados a las autoridades, los documentos deban constar por escrito y estar firmados de puño y letra, con miras a permitir que, cuando corresponda, esos documentos se presenten en forma legible

mediante computadora a los servicios administrativos que hayan adquirido el equipo necesario y fijado los procedimientos aplicables.

2. *Recomienda* a las organizaciones internacionales que elaboran textos jurídicos relacionados con el comercio que tengan en cuenta la presente Recomendación al adoptar esos textos y, según corresponda, estudien la posibilidad de modificar los textos jurídicos vigentes en armonía con la presente Recomendación.⁶

127) Dicha recomendación (denominada en adelante "Recomendación de la CNUDMI de 1985") fue aprobada por la Asamblea General en su resolución 40/71, inciso b) del párrafo 5, de 11 de diciembre de 1985 a saber:

"La Asamblea General,

... Pide a los gobiernos y a las organizaciones internacionales que, cuando así convenga, adopten medidas de conformidad con la recomendación de la Comisión a fin de garantizar la seguridad jurídica en el contexto de la utilización más amplia posible del procesamiento automático de datos en el comercio internacional;...".⁷

128) Como se ha señalado en diversos documentos y reuniones relativas al empleo internacional del comercio electrónico, por ejemplo en las reuniones del grupo de trabajo WP.4, se tiene en general la impresión de que pese a la labor efectuada desde que se aprobó la Recomendación de la CNUDMI de 1985, se ha progresado muy poco en la labor de ir eliminando del derecho interno la obligatoriedad legal del papel y de la firma escrita. El Comité Noruego sobre Procedimientos Comerciales (NORPRO) ha sugerido, en una carta a la Secretaría, que "una de las razones por las que se ha progresado tan poco pudiera ser que la recomendación de la CNUDMI señala la necesidad de una actualización jurídica, pero sin dar ninguna indicación de cómo efectuarla". En este sentido, la Comisión consideró qué medidas de seguimiento a la Recomendación de la CNUDMI de 1985 cabría adoptar a fin de estimular la necesaria modernización de la legislación. La decisión de la CNUDMI de formular legislación modelo sobre aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos y otros medios

conexos de comunicación de datos puede considerarse una consecuencia del proceso a raíz del cual la Comisión aprobó la Recomendación de la CNUDMI de 1985.

129) En su 21.º período de sesiones (1988), la Comisión consideró una propuesta de que se examinara la necesidad de elaborar unos principios jurídicos aplicables a la formación de los contratos mercantiles internacionales por medios electrónicos. Se señaló la carencia de un marco jurídico bien definido para esta práctica innovadora y cada vez más difundida, y que la labor futura en esa esfera podría contribuir a colmar esa laguna jurídica y a reducir la incertidumbre y las dificultades con las que se tropezaba en la práctica. La Comisión pidió a la Secretaría que preparase un estudio preliminar sobre este tema.⁸

130) En su 23.º período de sesiones (1990), la Comisión tuvo ante sí un informe titulado "Estudio preliminar de las cuestiones jurídicas relacionadas con el perfeccionamiento de contratos por medios electrónicos" (A/CN.9/333). Ese informe contiene un resumen de los trabajos realizados en las Comunidades Europeas y en los Estados Unidos de América con respecto al requisito de la "forma escrita" y otros problemas observados en relación con el perfeccionamiento de los contratos por medios electrónicos. También se examinaron los esfuerzos realizados para superar algunos de los problemas mediante el recurso a acuerdos modelo en el campo de las comunicaciones.⁹

131) En su 24.º período de sesiones (1991), la Comisión tuvo ante sí el informe titulado "Intercambio electrónico de datos" (A/CN.9/350). En ese informe se describían las actividades actuales de las diversas organizaciones que se ocupaban de las cuestiones jurídicas relacionadas con el intercambio electrónico de datos (EDI) y se analizaba el contenido de diversos modelos de acuerdos de intercambio de información ya preparados o que se estaban preparando. En él se señalaba que esos documentos variaban considerablemente al variar también las necesidades de las diversas categorías de usuarios a las que iban destinados y que esa diversidad de

los arreglos contractuales había sido considerada en ocasiones como un obstáculo para el desarrollo de un marco jurídico satisfactorio para la utilización en los negocios del comercio electrónico. Ese informe sugirió que existía la necesidad de un marco general que permitiera identificar las cuestiones importantes y que proporcionara un cuerpo básico de principios y reglas de derecho aplicables a las comunicaciones canalizadas por vía del comercio electrónico. En él se enuncia la conclusión de que cabía crear ese marco básico, pero hasta cierto punto únicamente, mediante arreglos contractuales entre las partes en una relación mantenida por comercio electrónico y que los marcos contractuales existentes que se ofrecían a la comunidad de usuarios del comercio electrónico eran a menudo incompletos, mutuamente incompatibles e inapropiados para su utilización internacional por depender en gran medida de las estructuras del derecho interno local.

132) Con miras a armonizar las reglas básicas del EDI para facilitar su empleo en el comercio internacional, el informe indicaba que tal vez la Comisión deseara considerar la conveniencia de preparar un acuerdo uniforme de comunicaciones para ser aplicado en el comercio internacional. También señalaba que la labor de la Comisión en esta esfera sería de particular interés porque participarían en ella representantes de todos los ordenamientos jurídicos, así como representantes de países en desarrollo que habían tropezado ya o tropezarían pronto con las cuestiones que suscitaba el comercio electrónico.

133) La Comisión convino en que las cuestiones jurídicas que el comercio electrónico planteaba irían siendo cada vez más importantes a medida que se difundía el empleo del comercio electrónico y en que debería emprender trabajos en esta esfera. Recibió amplio apoyo la propuesta de que la Comisión emprendiera la preparación de una serie de principios jurídicos y reglas de derecho básicas aplicables a las comunicaciones por comercio electrónico.¹⁰ La Comisión llegó a la conclusión de que era prematuro iniciar inmediatamente la preparación de un acuerdo uniforme de comunicaciones

y tal vez fuese preferible seguir de cerca las actividades de otras organizaciones, en particular, de la Comisión de las Comunidades Europeas y de la Comisión Económica para Europa. Se señaló que el comercio electrónico de alta velocidad requería un nuevo examen de cuestiones contractuales básicas como la oferta y la aceptación, y que debían examinarse las repercusiones jurídicas del papel de los sistemas de gestión centralizada de datos en el derecho mercantil internacional.

134) Tras haber deliberado al respecto, la Comisión decidió que se dedicara un período de sesiones del Grupo de Trabajo sobre Pagos Internacionales a la identificación de las cuestiones jurídicas planteadas, y al examen de posibles disposiciones legales y que el Grupo de Trabajo informara a la Comisión sobre la conveniencia y viabilidad de emprender alguna nueva tarea, como la de preparar un acuerdo uniforme de las comunicaciones.¹¹

135) En su 24.º período de sesiones, el Grupo de Trabajo sobre Pagos Internacionales recomendó a la Comisión, que emprendiera la labor de elaborar un régimen jurídico uniforme para el comercio electrónico. Se convino en que esa labor debería tener la finalidad de facilitar la formulación de normas de tipo legislativo aplicables al comercio electrónico y que regularan cuestiones como las siguientes: el perfeccionamiento de los contratos; el riesgo y la responsabilidad de los socios comerciales y de los terceros proveedores de servicios en el marco de relaciones concertadas por comercio electrónico; ampliar el alcance de las definiciones de "escrito" y de "original" para dar cabida en ellas a las aplicaciones del comercio electrónico; y cuestiones relacionadas con la negociabilidad de los títulos negociables y documentos de titularidad (A/CN.9/360).

136) Aunque en general se estimaba conveniente lograr el alto grado de certidumbre y armonización jurídicas que ofrecían las disposiciones detalladas de una ley uniforme, era necesario actuar con cautela para mantener un enfoque flexible respecto de ciertas cuestiones acerca de las cuales sería tal vez prematuro o inapropiado legislar. Como ejemplo de una cuestión de esa índole, se afirmó que sería probablemente prematuro tratar

de lograr la unificación legislativa de las reglas sobre el valor probatorio de los mensajes transmitidos por vía del comercio electrónico (*Ibid.*, párr. 130). Se convino en que no se adoptaría ninguna decisión en esta temprana etapa en cuanto a la forma o al contenido definitivos del régimen jurídico que se prepararía. Se observó que, de conformidad con el enfoque flexible que había de adaptarse, podían plantearse situaciones en las cuales la preparación de cláusulas contractuales que sirviesen de modelo se consideraría una manera apropiada de abordar cuestiones concretas (*Ibid.*, párr. 132).

137) La Comisión, en su 25.º período de sesiones (1992), apoyó la recomendación contenida en el informe del Grupo de Trabajo (*Ibid.*, párrs. 129 a 133) y encomendó al Grupo de Trabajo sobre Pagos Internacionales que preparara una reglamentación jurídica del comercio electrónico, dándole, al mismo tiempo, a ese Grupo el nuevo nombre de Grupo de Trabajo sobre Intercambio Electrónico de Datos.¹²

138) El Grupo de Trabajo dedicó sus períodos de sesiones 25.º a 28.º a la preparación de reglas jurídicas aplicables al "intercambio electrónico de datos (EDI) y otros medios de comunicación de datos" (en los documentos A/CN.9/373, 387, 390 y 406 figuran informes sobre esos períodos de sesiones).¹³

139) El Grupo de Trabajo utilizó para su tarea los documentos de trabajo preparados por la Secretaría sobre posibles cuestiones que cabría incluir en la Ley Modelo. Entre esos documentos cabe citar el A/CN.9/WG.IV/WP.53 (Cuestiones que cabría incluir en el programa de futuros trabajos sobre los aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos (EDI)) y el documento A/CN.9/WG.IV/WP.55 (Esbozo de una reglamentación uniforme eventual de ciertos aspectos jurídicos del intercambio electrónico de datos (EDI)). Los proyectos de artículo de la Ley Modelo fueron presentados a la Secretaría en los documentos A/CN.9/WG.IV/WP.57, 60 y 62. El Grupo de Trabajo tuvo ante sí además una propuesta del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte relativa al contenido eventual del proyecto de

Ley Modelo (A/CN.9/WG.IV/WP.58).

140) El Grupo de Trabajo observó que si bien era cierto que a menudo se buscaban soluciones prácticas a las dificultades jurídicas que planteaba el empleo del comercio electrónico por la vía contractual (A/CN.9/WG.IV/WP.53, párrs. 35 y 36), esas soluciones contractuales de la problemática jurídica del comercio electrónico se habían ido elaborando no sólo por razón de sus ventajas intrínsecas, como pudiera ser la mayor flexibilidad de una reglamentación contractual, sino también por razón de la falta de un régimen adecuado de carácter legislativo o jurisprudencial. La vía contractual adolece de una limitación intrínseca que es su incapacidad para resolver aquellos obstáculos jurídicos contra el empleo del comercio electrónico que puedan resultar de las normas imperativas del derecho legal o jurisprudencial interno aplicable. A ese respecto, una dificultad inherente al recurso a esta técnica de los acuerdos de comunicaciones sería la incertidumbre sobre el valor que puedan tener ante los tribunales algunas de las estipulaciones contractuales. Otra limitación de la vía contractual resulta de la imposibilidad de que las partes regulen en un contrato los derechos y obligaciones de terceros. Cabe pensar que, al menos, para aquellas partes que sean ajenas al acuerdo contractual de comunicaciones, sería preciso establecer un régimen legal basado en una ley modelo o en un convenio internacional (véase A/CN.9/350, párr. 107).

141) El Grupo de Trabajo examinó la conveniencia de preparar reglas uniformes con miras a eliminar los obstáculos e incertidumbres de índole jurídica que dificultan la utilización de las técnicas modernas de comunicación en aquellos casos en los que su eliminación efectiva sólo sea posible por medio de disposiciones de rango legislativo. Una de las finalidades de esas reglas uniformes sería la de facultar a los posibles usuarios del comercio electrónico para establecer un enlace de comercio electrónico jurídicamente seguro por medio de un acuerdo de comunicaciones en el interior de una red cerrada. La segunda finalidad de ese régimen uniforme sería la de apoyar el empleo del comercio electrónico fuera de esa red cerrada, es

decir, en un marco abierto. No obstante, debe recalcar que la finalidad de las reglas uniformes es posibilitar, y no imponer, el empleo del EDI y de otros medios de comunicación conexos. Además, la finalidad del régimen uniforme no es la de regular las relaciones de comercio electrónico desde una perspectiva técnica sino la de crear un marco jurídico lo más seguro posible para facilitar la utilización del comercio electrónico por las partes para sus comunicaciones comerciales.

142) En cuanto al régimen uniforme, el Grupo de Trabajo acordó que debería seguir adelante con su labor, sobre la hipótesis de que el régimen uniforme revestiría la forma de disposiciones de rango legislativo. Si bien se convino en que se impartiría al texto la forma de una ley modelo, en un principio se estimó que, dada la naturaleza especial del texto jurídico que se estaba elaborando, había que encontrar un término más flexible que el de "ley modelo". Se hizo ver que el título debería reflejar que el texto contenía diversas disposiciones relativas a normas vigentes que estarían distribuidas en diversas partes de distintas leyes nacionales en el Estado que diera efecto a esa normativa. Era, pues, posible que los Estados que dieran efecto a la normativa no incorporaran necesariamente el texto in toto y que las disposiciones de tal "ley modelo" podrían no figurar juntas en un cuerpo normativo discreto del derecho interno. El texto podía calificarse, en la terminología de un ordenamiento jurídico, como "ley de enmienda de diversos otros textos legales". El Grupo de Trabajo convino en que la naturaleza especial del texto se expresaría mejor si se empleaba el término "disposiciones legales modelo". También se opinó que la naturaleza y el propósito de las "disposiciones legales modelo" podrían explicarse en una introducción o en las directrices que acompañaran al texto.

143) No obstante, el Grupo de Trabajo, en su 28.º período de sesiones, reconsideró su decisión anterior de formular un texto jurídico redactado en forma de "disposiciones legales modelo" (A/CN.9/390, párr. 16). Se opinó en general que el empleo del término "disposiciones legales modelo" podía suscitar incertidumbre sobre la índole jurídica del instrumento. Si bien hubo

cierto apoyo en favor de que se retuviera el término "disposiciones legales modelo", prevaleció el parecer de que era preferible el término "ley modelo". Se opinó en general que, como resultado de la orientación seguida por el Grupo de Trabajo, a medida que avanzaba su labor hacia la finalización del texto, cabía ahora considerar que las disposiciones legales modelo formaban un régimen equilibrado y bien definido que cabría promulgar conjuntamente como un solo instrumento (A/CN.9/406, párr. 75). Sin embargo, según la situación imperante en cada Estado que le diera efecto, la Ley Modelo podía incorporarse en forma de ley especial o integrarse en diversas partes de la legislación existente.

- 144) El texto del proyecto de Ley Modelo aprobado por el Grupo de Trabajo en su 28.º período de sesiones fue enviado a todos los gobiernos y organizaciones internacionales interesadas para que presentaran sus observaciones. Las observaciones recibidas fueron reproducidas en el documento A/CN.9/409 y Add.1 a 4. El texto de los proyectos de artículo de la Ley Modelo figura en el anexo del documento A/CN.9/406.
- 145) En su 28.º período de sesiones (1995) la Comisión aprobó el texto de los artículos 1 y 3 a 11 del proyecto de Ley Modelo y, por falta de tiempo suficiente, no completó su examen del proyecto de Ley Modelo, que fue por ello colocado en el programa del 29.º período de sesiones de la Comisión.¹⁴
- 146) La Comisión, en su 28.º período de sesiones,¹⁵ recordó que, en su 27.º período de sesiones (1994), había habido apoyo general en favor de una recomendación presentada por el Grupo de Trabajo de que se iniciara alguna labor preliminar sobre el tema de la negociabilidad y transferibilidad de los derechos reales en un entorno informático tan pronto como concluyera la preparación de la Ley Modelo.¹⁶ Se observó que, sobre la base de esa recomendación, se había celebrado un debate preliminar sobre la labor futura en el campo del intercambio electrónico de datos con ocasión del 29.º período de sesiones del Grupo de Trabajo (el informe sobre ese debate figura en el documento A/CN.9/407, párrs. 106 a 118). En ese período de sesiones, el Grupo de Trabajo examinó también propuestas de

la Cámara de Comercio Internacional (A/CN.9/WG.IV/WP.65) y del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (A/CN.9/WG.IV/WP.66) de que se incluyeran disposiciones adicionales en el proyecto de Ley Modelo que reconocieran a ciertas cláusulas y condiciones incorporadas a un mensaje de datos por simple remisión el mismo grado de eficacia jurídica que si hubieran sido enunciadas en su integridad en el texto del mensaje de datos (el informe sobre el debate figura en el documento A/CN.9/407, párrs. 100 a 105). Se convino en que la cuestión de la incorporación por remisión debía considerarse en el contexto de la labor futura sobre negociabilidad y transferibilidad de los derechos reales (A/CN.9/407, párr. 103). La Comisión hizo suya la recomendación del Grupo de Trabajo de que se encomendara a la Secretaría la preparación de un estudio de antecedentes sobre la negociabilidad y transferibilidad por EDI de los documentos de transporte, que se refiriera en particular a la utilización del EDI para los fines de la documentación relativa al transporte marítimo, habida cuenta de las sugerencias y opiniones expresadas en el 29.º período de sesiones del Grupo de Trabajo.¹⁷

147) Sobre la base del estudio preparado por la Secretaría (A/CN.9/WG.IV/WP.69), el Grupo de Trabajo, en su 30.º período de sesiones, examinó las cuestiones de la transferibilidad de derechos en el contexto de los documentos de transporte y aprobó el texto del proyecto de disposiciones legales relativas a las cuestiones específicas de los mensajes de datos relativos a contratos de transporte de mercancías (el informe sobre ese período de sesiones figura en el documento A/CN.9/421). El texto de ese proyecto de disposiciones presentado a la Comisión por el Grupo de Trabajo para su examen final y posible adición como parte II de la Ley Modelo figuraba en el anexo del documento A/CN.9/421.

148) Al preparar la Ley Modelo, el Grupo de Trabajo estimó que convendría proporcionar en un comentario información adicional relativa a la Ley Modelo. En particular, en el 28.º período de sesiones del Grupo de Trabajo, durante el cual se finalizó el texto del proyecto de Ley Modelo para

presentarlo a la Comisión, recibió apoyo general la sugerencia de que el proyecto de Ley Modelo fuera acompañado de una guía para ayudar a los Estados en la incorporación del proyecto de Ley Modelo al derecho interno y en su aplicación. La guía, que en gran parte podría basarse en los trabajos preparatorios del proyecto de Ley Modelo, sería también de utilidad para los usuarios de medios electrónicos de comunicación, así como para los estudiosos en la materia. El Grupo de Trabajo observó que, en las deliberaciones celebradas en ese período de sesiones, había partido de la hipótesis de que el proyecto de Ley Modelo iría acompañado de una guía. Por ejemplo, el Grupo de Trabajo había decidido no resolver algunas cuestiones en el proyecto de Ley Modelo sino en la guía, a fin de orientar a los Estados en la incorporación del proyecto de Ley Modelo a su derecho interno. Se pidió a la Secretaría que preparara un proyecto y lo presentara al Grupo de Trabajo en su 29.º período de sesiones para que lo examinara (A/CN.9/406, párr. 177).

149) En su 29.º período de sesiones, el Grupo de Trabajo examinó el proyecto de Guía para la incorporación al derecho interno de la Ley Modelo (en adelante denominado "el proyecto de Guía") que figuraba en una nota preparada por la Secretaría (A/CN.9/WG.IV/WP.64). Se pidió a la Secretaría que preparara una versión revisada del proyecto de Guía en la que se tuvieran en cuenta las decisiones adoptadas por el Grupo de Trabajo, así como las distintas opiniones, sugerencias y preocupaciones expresadas en ese período de sesiones. En su 28.º período de sesiones, la Comisión colocó el proyecto de Guía para la incorporación al derecho interno en el programa de su 29.º período de sesiones.¹⁸

150) En su 29.º período de sesiones, tras examinar el texto del proyecto de Ley Modelo, con las modificaciones introducidas por el grupo de redacción, la Comisión aprobó la siguiente decisión en su 605a. sesión, celebrada el 12 de junio de 1996:

"La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional,

Recordando que en la resolución 2205 (XXI) de la Asamblea General, de 17 de diciembre de 1996, se le pidió que fomentara la armonización y unificación progresivas del derecho mercantil internacional y tuviera presentes a ese respecto los intereses de todos los pueblos, particularmente los de los países en desarrollo, en el progreso amplio del comercio internacional, *Observando* que es cada vez mayor el número de transacciones del comercio internacional que se realizan mediante intercambio electrónico de datos y otros medios de comunicación denominados generalmente comercio electrónico, que entrañan el uso de formas de comunicación y almacenamiento de información distintas del papel, *Recordando* la recomendación sobre el valor jurídico de los registros computadorizados que aprobó en su 18.º período de sesiones, celebrado en 1985, y el inciso b) del párrafo 5 de la resolución 40/71 de la Asamblea General, de 11 de diciembre de 1985, en que se pedía a los gobiernos y a las organizaciones internacionales que, cuando así conviniera, adoptasen medidas de conformidad con la recomendación de la Comisión¹⁹ a fin de garantizar la seguridad jurídica en el contexto de la utilización más amplia posible del procesamiento automático de datos en el comercio internacional, *Considerando* que la aprobación de una ley modelo que facilite el uso del comercio electrónico y sea aceptable para Estados con sistemas jurídicos, sociales y económicos distintos contribuirá al fomento de la armonización de las relaciones económicas internacionales,

Convencida de que la Ley Modelo de la CNUDMI sobre el comercio electrónico será muy útil para que los gobiernos mejoren sus leyes sobre el uso de formas de comunicación y almacenamiento de información distintas del papel y para la elaboración de esas leyes donde no existan actualmente,

1. *Aprueba* la Ley Modelo de la CNUDMI sobre el comercio electrónico tal como figura en el anexo I del informe sobre la labor realizada en el período de sesiones en curso;

2. *Pide* al Secretario General que transmita a los gobiernos y otros órganos interesados el texto de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre el comercio

electrónico, acompañado de la Guía para la incorporación al derecho interno de la Ley Modelo que ha preparado la Secretaría;

3. *Recomienda* a todos los Estados que den consideración favorable a la Ley Modelo de la CNUDMI sobre el comercio electrónico cuando aprueben o modifiquen sus leyes, en vista de la necesidad de uniformidad en la legislación aplicable a las formas de comunicación y almacenamiento de información distintas del papel."²⁰

1 Véase Documentos Oficiales de la Asamblea General, cuadragésimo período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/40/17), cap. VI, sec. B.

2 La documentación de referencia a la que se hace remisión por su signatura en la presente Guía pertenece a las tres categorías siguientes de documentos:

A/50/17 y A/51/17 son las signaturas de los informes de la CNUDMI a la Asamblea General sobre la labor de sus períodos de sesiones 28^o y 29^o, celebrados en 1995 y 1996, respectivamente;

Los documentos de la serie A/CN.9/ son los informes y notas examinados por la CNUDMI en sus períodos de sesiones anuales, en particular los informes presentados por el Grupo de Trabajo al examen de la Comisión;

Los documentos de la serie A/CN.9/WG.IV/ son los documentos de trabajo examinados por el Grupo de Trabajo de la CNUDMI sobre comercio electrónico (denominado anteriormente Grupo de Trabajo de la CNUDMI sobre intercambio electrónico de datos) en su labor de preparación de la Ley Modelo.

3 Documentos Oficiales de la Asamblea General, quincuagésimo primer período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/51/17), anexo I.

4 "Legal aspects of automatic trade data interchange" (TRADE/WP.4/R.185/Rev.1). El informe presentado al Grupo de Trabajo figura en el anexo del documento A/CN.9/238.

5 Documentos Oficiales de la Asamblea General, trigésimo noveno período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/39/17), párr. 136.

6 Documentos Oficiales de la Asamblea General, cuadragésimo período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/40/17), párr. 360.

7 La resolución 40/71 fue reproducida en el Anuario de la Comisión de las

Naciones Unidas para el Derecho Internacional, 1985, vol. XVI, primera parte, D (publicación de las Naciones Unidas, Núm. de venta S.87.V.4).

8 Documentos Oficiales de la Asamblea General, cuadragésimo tercer período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/43/17), párrs. 46 y 47, e *ibid.*, cuadragésimo cuarto período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/44/17), párr. 289.

9 *Ibid.*, Cuadragésimo quinto período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/45/17), párrs. 38 a 40.

10 Cabe observar que la Ley Modelo no está concebida como un régimen completo aplicable a todos los aspectos del comercio electrónico. La finalidad principal de la Ley Modelo es adaptar los requisitos legales existentes para que dejen de constituir obstáculos a la utilización de los medios de comunicación y archivo de información sin soporte de papel.

11 *Ibid.*, Cuadragésimo sexto período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/46/17), párrs. 311 a 317.

12 *Ibid.*, Cuadragésimo séptimo período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/47/17), párrs. 141 a 148.

13 El concepto "EDI y otros medios conexos de comunicación de datos" no debía interpretarse como una referencia al intercambio electrónico de datos en sentido estricto definido en el artículo 2 b) de la Ley Modelo sino a una variedad de usos de las técnicas de comunicación modernas relacionados con el comercio a los que cabría referirse ampliamente bajo la rúbrica de "comercio electrónico". La Ley Modelo no está destinada únicamente a ser aplicada en el contexto de las técnicas de comunicación existentes sino más bien como conjunto de reglas flexibles que deberían dar cabida a los adelantos técnicos previsibles. Se debería hacer hincapié en que la Ley Modelo tenía por finalidad no sólo establecer reglas para el movimiento o flujo de información comunicada por medio de mensajes de datos sino también tratar la información archivada en los mensajes de datos que no se pretendía comunicar.

14 Documentos Oficiales de la Asamblea General, quincuagésimo período de sesiones, Suplemento No. 17 (A/50/17), párr. 306.

ANEXO 2

La Asamblea Nacional:

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 187, numeral 1°, de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela;

Decreta

La siguiente:

LEY SOBRE MENSAJES DE DATOS Y FIRMAS ELECTRÓNICAS

CAPITULO I

AMBITO DE APLICACIÓN Y DEFINICIONES

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto reconocer eficacia y valor jurídico a la Firma Electrónica, al Mensaje de Datos y a toda información inteligible en formato electrónico, independientemente de su soporte material, atribuible a personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, así como regular todo lo relativo a los Proveedores de Servicios de Certificación, Certificados Electrónicos. La presente Ley será aplicable a los Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas independientemente de sus características tecnológicas o de los desarrollos tecnológicos que se produzcan en un futuro. A tal efecto, sus normas serán desarrolladas e interpretadas progresivamente procurando reconocer la validez y eficacia probatoria de los Mensajes de datos y Firmas Electrónicas.

La certificación a que se refiere la presente Ley no excluye el cumplimiento de las formalidades de registro público o autenticación que, de conformidad con la ley, requieran determinados actos o negocios jurídicos.

Artículo 2. A los efectos de la presente Ley, se entenderá por:

Mensajes de datos: Toda información inteligible en formato electrónico o similar que pueda ser almacenada o intercambiada por cualquier medio.

Emisor: Persona, natural o jurídica, pública o privada, que origina un Mensajes de Datos por sí mismo, o a través de terceros autorizados..

Firma Electrónica: Información creada o utilizada por el Signatario, asociada al

Mensaje de Datos, que permite atribuirle su autoría bajo el contexto en el cual ha sido utilizado.

Signatario: Es la persona, natural o jurídica, pública o privada, titular de una Firma Electrónica o Certificado Electrónico.

Certificado Electrónico: Mensaje de Datos proporcionado por un Proveedor de Servicios de Certificación que le atribuye certeza y validez a la Firma Electrónica.

Destinatario: Persona natural o jurídica a quien va dirigido el Mensaje de Datos.

Proveedor de Servicios de Certificación: Persona legalmente facultada para proporcionar Certificados Electrónicos.

Sistema de Información: Aquel utilizado para generar, enviar, recibir, procesar o archivar de cualquier forma Mensajes de Datos.

Usuario: Toda persona que utilice un sistema de información.

Quiebra técnica: Es la incapacidad temporal o permanente del Proveedor de Servicios de Certificación que impida garantizar el cumplimiento de sus servicios, así como, con los requisitos y condiciones establecidos en esta Ley para el ejercicio de sus actividades.

El Reglamento de la presente Ley podrá adaptar las definiciones antes señaladas a los desarrollos tecnológicos que se produzcan en el futuro, sin alterar su espíritu, propósito y razón. Así mismo, podrá establecer otras definiciones que fueren necesarias para la eficaz aplicación de esta Ley.

Artículo 3. El Estado adoptará las medidas que fueren necesarias para que los organismos públicos puedan desarrollar sus funciones, utilizando los mecanismos descritos en esta Ley.

CAPITULO II

DE LOS MENSAJES DE DATOS

Artículo 4. Los Mensajes de Datos tendrán la misma eficacia probatoria que la ley otorga a los documentos escritos, sin perjuicio de lo establecido en la primera parte del artículo 6 de esta Ley. No obstante, su promoción, control, contradicción y evacuación como medio de prueba, se realizará conforme a las reglas que establece el Código de Procedimiento Civil para las pruebas libres.

La información contenida en un Mensaje de Datos, reproducida en formato impreso en papel, tendrá la misma eficacia probatoria atribuida en la ley a las copias o reproducciones fotostáticas.

Artículo 5. Los Mensajes de Datos estarán sometidos a las disposiciones constitucionales y legales que garantizan los derechos a la privacidad de las comunicaciones y de acceso a la información personal.

Artículo 6. Cuando para determinados actos o negocios jurídicos la ley exija el cumplimiento de solemnidades o formalidades, éstas podrán realizarse utilizando para ello los mecanismos descritos en esta Ley.

Cuando para determinados actos o negocios jurídicos la ley exija la firma autógrafa, ese requisito quedará satisfecho en relación con un Mensaje de Datos al tener asociado una Firma Electrónica.

Artículo 7. Cuando la ley requiera que la información sea presentada o conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho con relación a un Mensaje de Datos si se ha conservado su integridad y cuando la información contenida en dicho Mensaje de Datos esté disponible. A tales efectos, se considerará que un Mensaje de Datos permanece íntegro, si se mantiene inalterable desde que se generó, salvo algún cambio de forma propio del proceso de comunicación, archivo o presentación.

Artículo 8. Cuando la ley requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con relación a un Mensaje de Datos, si la información que éste contiene es accesible para su ulterior consulta.

Cuando la ley requiera que ciertos actos o negocios jurídicos consten por escrito y su soporte deba permanecer accesible, conservado o archivado por un período determinado o en forma permanente, estos requisitos quedarán satisfechos mediante la conservación de los Mensajes de Datos, siempre que se cumplan las siguiente condiciones:

Que la información que contengan pueda ser consultada posteriormente;

Que conserven el formato en que se generó, archivó o recibió o en algún formato que sea demostrable que reproduce con exactitud la información

generada o recibida; y

Que se conserve todo dato que permita determinar el origen y el destino del Mensaje de Datos, la fecha y la hora en que fue enviado o recibido.

Toda persona podrá recurrir a los servicios de un tercero para dar cumplimiento a los requisitos señalados en este artículo.

CAPITULO III

DE LA EMISIÓN Y RECEPCIÓN DE LOS MENSAJES DE DATOS

Artículo 9. Las partes podrán acordar un procedimiento para establecer cuándo el Mensaje de Datos proviene efectivamente del Emisor. A falta de acuerdo entre las partes, se entenderá que un Mensajes de Datos proviene del Emisor, cuando éste ha sido enviado por:

El propio Emisor;

Persona autorizada para actuar en nombre del Emisor respecto de ese mensaje; o

Por un sistema de información programado por el Emisor, o bajo su autorización, para que opere automáticamente.

Artículo 10. Salvo acuerdo en contrario entre las partes, el Mensaje de Datos se tendrá por emitido cuando el sistema de información del Emisor lo remita al Destinatario.

Artículo 11. Salvo acuerdo en contrario entre el Emisor y el Destinatario, el momento de recepción de un Mensaje de Datos se determinará conforme a las siguientes reglas:

Si el Destinatario ha designado un sistema de información para la recepción de Mensajes de Datos, la recepción tendrá lugar cuando el Mensaje de Datos ingrese al sistema de información designado.

Si el Destinatario no ha designado un sistema de información, la recepción tendrá lugar, salvo prueba en contrario, al ingresar el Mensaje de Datos en un sistema de información utilizado regularmente por el Destinatario.

Artículo 12. Salvo prueba en contrario, el Mensaje de Datos se tendrá por emitido en el lugar donde el Emisor tenga su domicilio y por recibido en el lugar

donde el Destinatario tenga el suyo.

Artículo 13. El Emisor de un Mensaje de Datos podrá condicionar los efectos de dicho mensaje a la recepción de un acuse de recibo emitido por el Destinatario.

Las partes podrán determinar un plazo para la recepción del acuse de recibo. La no recepción de dicho acuse de recibo dentro del plazo convenido, dará lugar de pleno derecho a que se tenga el Mensaje de Datos como no emitido.

Cuando las partes no establezcan un plazo para la recepción del acuse de recibo, el Mensaje de Datos se tendrá por no emitido si el Destinatario no envía su acuse de recibo en un plazo de veinticuatro (24) horas a partir de su emisión.

Cuando el Emisor reciba el acuse de recibo del Destinatario conforme a lo establecido en el presente artículo, el Mensaje de Datos surtirá todos sus efectos.

Artículo 14. Las partes podrán acordar los mecanismos y métodos para el acuse de recibo de un Mensaje de Datos. Cuando las partes no hayan acordado que para el acuse de recibo se utilice un método determinado, se considerará que dicho requisito se ha cumplido cabalmente mediante:

Toda comunicación del Destinatario, automatizada o no, que señale la recepción del Mensaje de Datos, o todo acto del Destinatario que resulte suficiente a los efectos de evidenciar al Emisor que ha recibido su Mensaje de Datos.

Artículo 15. En la formación de los contratos, las partes podrán acordar que la oferta y aceptación se realicen por medio de Mensajes de Datos.

CAPITULO IV

DE LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS

Artículo 17. La Firma Electrónica que permita vincular al Signatario con el Mensaje de Datos y atribuir la autoría de éste, tendrá la misma validez y eficacia probatoria que la ley otorga a la firma autógrafa. A tal efecto, salvo que las partes dispongan otra cosa, la Firma Electrónica deberá llenar los siguientes aspectos:

Garantizar que los datos utilizados para su generación puedan producirse sólo una vez, y asegurar, razonablemente, su confidencialidad.

Ofrecer seguridad razonable de que no pueda ser falsificada con la

tecnología existente en cada momento.

No alterará la integridad del Mensaje de Datos.

A los efectos de este artículo, la Firma Electrónica podrá formar parte integrante del Mensaje de Datos, o estar inequívocamente asociada a éste; enviarse o no en un mismo acto.

Artículo 18. La Firma Electrónica que no cumpla con los requisitos señalados en el artículo anterior no tendrá los efectos jurídicos que se le atribuyen en el presente Capítulo, sin embargo, podrá constituir un elemento de convicción valorable conforme a las reglas de la sana crítica.

Artículo 19. La Firma Electrónica, debidamente certificada por un Proveedor de Servicios de Certificación conforme a lo establecido en esta Ley, se considerará que cumple con los requisitos señalados en el artículo 17.

Artículo 20. El Signatario de la Firma Electrónica tendrá las siguientes obligaciones:

Actuar con diligencia para evitar el uso no autorizado de su Firma Electrónica.

Notificar a su Proveedor de Servicios de Certificación que su Firma Electrónica ha sido controlada por terceros no autorizados o indebidamente utilizada, cuando tenga conocimiento de ello.

El Signatario que no cumpla con las obligaciones antes señaladas será responsable de las consecuencias del uso no autorizado de su Firma Electrónica.

CAPITULO V

DE LA SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE CERTIFICACIÓN ELECTRÓNICA

Artículo 21. Se crea la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica, como un servicio autónomo con autonomía funcional, en las materias de su competencia, adscrito al Ministerio competente en materia de tecnologías de información.

Artículo 22. La Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica tendrá por objeto supervisar, en los términos previstos en esta Ley y sus

reglamentos, a los Proveedores de Servicios de Certificación públicos o privados

Artículo 23. La Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica estará a cargo de un Superintendente, designado por el Ministro de adscripción. Durará tres (3) años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser ratificados hasta por dos períodos más.

En los mismos términos será designado el Superintendente Adjunto. Las faltas temporales del Superintendente serán suplidas por el Adjunto. Las faltas absolutas del Superintendente o del Adjunto, dará lugar a la designación de un nuevo titular en el cargo de que se trate.

Artículo 24. El Superintendente de la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica y su Adjunto, deberán reunir los siguientes requisitos:

- 1 Ser venezolano.
- 2 De reconocida solvencia moral.
- 3 De reconocida competencia técnica y capacidad profesional para el ejercicio de sus funciones.
- 4 No podrán ser Superintendente ni Adjunto, los miembros directivos, agentes, comisarios, administradores o accionistas de empresas o instituciones sometidas al control de la Superintendencia. Tampoco podrán ejercer tales cargos los que tengan parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad con personas naturales también sometidas al control de la Superintendencia.

Artículo 25. El Superintendente o su Adjunto sólo podrán ser removidos de sus cargos por las siguientes causas:

Condena penal que implique privación de libertad. Auto de responsabilidad administrativa, dictado por la Contraloría General de la República. Incumplimiento de las obligaciones inherentes a su cargo.

Artículo 26. La Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica tendrá las siguientes competencias:

- 1 Mantener, procesar, clasificar, resguardar y custodiar el Registro de los Proveedores de Servicios de Certificación públicos o privados.
- 2 Verificar que los Proveedores de Servicios de Certificación cumplan con los

requisitos contenidos en la presente Ley y su reglamento.

- 3 Acreditar a los Proveedores de Servicios de Certificación una vez cumplidas las formalidades y requisitos de ley, asignándole el código correspondiente.
- 4 Supervisar las actividades de los Proveedores de Servicios de Certificación conforme a esta Ley y sus Reglamentos.
- 5 Coordinar con los organismos nacionales o internacionales cualquier aspecto relacionado con el objeto de esta Ley.
- 6 Inspeccionar y fiscalizar la instalación, operación y prestación de servicios realizados por los Proveedores de Servicios de Certificación.
- 7 Abrir, de oficio o a instancia de parte, sustanciar y decidir los procedimientos administrativos relativos a presuntas infracciones a esta Ley.
- 8 Requerir de los Proveedores de Servicios de Certificación o sus usuarios, cualquier información que considere necesaria y que esté relacionada con materias relativas al ámbito de sus funciones.
- 9 Actuar como árbitro en la solución de conflictos que se susciten entre los Proveedores de Servicios de Certificados y usuarios, cuando ello sea solicitado por las partes involucradas o ello se derive de la aplicación de esta Ley, sin perjuicio de las competencias que tenga el organismo encargado de la protección, educación y defensa del consumidor y el usuario, conforme a la ley que rige esta materia.
- 10 Seleccionar los expertos técnicos o legales que considere necesarios para facilitar el ejercicio de sus funciones.
- 11 Presentar un informe anual sobre su gestión al Ministerio de su adscripción.
- 12 Tomar las medidas preventivas o correctivas que considere necesarias conforme a lo previsto en esta Ley.
- 13 Imponer las sanciones establecidas en esta Ley.
- 14 Las demás que establezcan la ley y los reglamentos.

Artículo 27. La Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica supervisará a los Proveedores de Servicios de Certificación con el objeto de verificar que cumplan con los requerimientos necesarios para ofrecer un eficaz

servicios a sus usuarios. A tal efecto, podrá directamente o a través de expertos, realizar las inspecciones y auditorias que fueren necesarias para comprobar que los Proveedores de Servicios de Certificación cumplen con tales requerimientos.

Artículo 28. La Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica podrá adoptar las medidas preventivas o correctivas necesarias para garantizar la confiabilidad de los servicios prestados por los Proveedores de Servicios de Certificación. A tal efecto, podrá ordenar, entre otras medidas, el uso de estándares o prácticas internacionalmente aceptadas para la prestación de los servicios de certificación electrónica, o que el Proveedor se abstenga de realizar cualquier actividad que ponga en peligro la integridad o el buen uso del servicio.

CAPITULO VI

DE LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE CERTIFICACION

Artículo 29. Podrán ser Proveedores de Servicios de Certificación, las personas públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que reúnan los requisitos previstos en esta Ley. Los Proveedores de Servicios de Certificación deberán cumplir los siguientes requisitos:

Contar con la capacidad económica y financiera suficiente para prestar los servicios autorizados como Proveedor de Servicios de Certificación. Se entenderá que una persona natural o jurídica cumple con este requisito, cuando mantenga un patrimonio igual o superior a _____ unidades tributarias (____UT). En el caso de organismos públicos, éstos deberán contar con un presupuesto de gastos y de ingresos que permitan el desarrollo de esta actividad.

Contar con la capacidad y elementos técnicos necesarios para proveer Certificados Electrónicos.

Garantizar un servicio de suspensión, cancelación y revocación, rápido y seguro, de los Certificados Electrónicos que proporcione.

Mantener una página de libre acceso en la Internet o en cualquier otra red mundial de acceso público, en la cual se publiquen las políticas y procedimientos aplicados para la prestación de sus servicios, así como los Certificados Electrónicos que hubiere otorgado, revocado, suspendido o cancelado.

Garantizar que en la emisión de los Certificados Electrónicos que provea se utilicen herramientas de Firma Electrónica adecuadas a los usos internacionales, que estén protegidas contra su alteración o modificación, de tal forma que garanticen la seguridad técnica de los procesos de certificación.

En caso de personas jurídicas, éstas deberán estar legalmente constituidas de conformidad con las leyes del país de origen.

Estar registrado por ante la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica, conforme a lo establecido en esta Ley.

Artículo 30. Los Proveedores de Servicios de Certificación presentarán ante la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica, junto con la correspondiente solicitud, los documentos que acrediten el cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo 29. La Superintendencia, previa verificación de tales documentos, procederá a recibir y procesar dicha solicitud y deberá pronunciarse sobre la acreditación del Proveedor de Servicios de Certificación, dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes a la fecha de presentación de la solicitud.

Artículo 31. La Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica solo podrá negar la solicitud a que se refiere el artículo anterior, en caso de que el solicitante no llene los requisitos señalados en el artículo 29 de esta Ley.

Cuando la Superintendencia no se pronuncie dentro del plazo indicado en el artículo anterior, se considerará que ha resuelto positivamente la acreditación del solicitante como Proveedor de Servicios de Certificación.

Artículo 32. Los Certificados Electrónicos proporcionados por los Proveedores de Servicios de Certificación garantizarán la validez de las Firmas Electrónicas que certifiquen, y la titularidad que sobre ellas tengan sus Signatarios.

Artículo 33. Los Proveedores de Servicios de Certificación tendrán las siguientes obligaciones:

- 1 Adoptar las medidas necesarias para determinar la exactitud de los Certificados Electrónicos que proporcionen y la identidad del Signatario.
- 2 Garantizar la validez, vigencia y legalidad del Certificado Electrónico que proporcione.

- 3 Verificar la información suministrada por el Signatario para la emisión del Certificado Electrónico.
- 4 Mantener en medios electrónicos o magnéticos, para su consulta, por diez (10) años siguientes al vencimiento de los Certificados Electrónicos que proporcionen, un archivo cronológico con la información relacionada con los referidos Certificados Electrónicos.
- 5 Garantizar a los Signatarios un medio para notificar el uso indebido de sus Firmas Electrónicas.
- 6 Informar a los interesados en sus servicios de certificación, utilizando un lenguaje comprensible en su página en la Internet o en cualquier otra red mundial de acceso público, los términos precisos y condiciones para el uso del Certificado Electrónico y, en particular, de cualquier limitación sobre su responsabilidad, así como de los procedimientos especiales existentes para resolver cualquier controversia.
- 7 Garantizar la integridad, disponibilidad y accesibilidad de la información y documentos relacionados con los servicios que proporcione. A tales efectos, deberán mantener un respaldo confiable y seguro de dicha información.
- 8 Garantizar la adopción de las medidas necesarias para evitar la falsificación de Certificados Electrónicos y de las Firmas Electrónicas que proporcionen.
- 9 Garantizar la oportuna cancelación, suspensión o revocación de un Certificado Electrónico, conforme a lo previsto en esta Ley.
- 10 Efectuar las notificaciones y publicaciones necesarias para informar a los signatarios y personas interesadas acerca del vencimiento, revocación, suspensión o cancelación de los Certificados Electrónicos que proporcione, así como de cualquier otro aspecto de relevancia para el público en general, en relación con dichos Certificados Electrónicos.
- 11 Notificar a la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica cuando tenga conocimiento de cualquier hecho que pueda conllevar a su Quiebra Técnica.

Artículo 34. La contraprestación por los servicios que los Proveedores de

Servicios de Certificación presten, estará sujeta a las reglas de la oferta y la demanda.

Artículo 35. Cuando los Proveedores de Servicios de Certificación decidan cesar en sus actividades, lo notificarán a la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica, al menos con treinta (30) días de anticipación a la fecha de cesación.

En el caso de Quiebra Técnica, el Proveedor de Servicio de Certificación notificará inmediatamente a la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica.

Recibida cualesquiera de las notificaciones señaladas en este artículo, la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica emitirá un acto por el cual se declare públicamente la cesación de actividades del Proveedor de Servicios de Certificación como prestador de ese servicio, sin perjuicio de las investigaciones que pueda realizar a fin de determinar las causas que originaron el cese de las actividades del Proveedor, y las medidas que fueren necesarias adoptar con el objeto de salvaguardar los derechos de los usuarios. En ese acto la Superintendencia podrá ordenar al Proveedor que realice los trámites que considere necesarios para hacer del conocimiento público la cesación de esas actividades, y para garantizar la conservación de la información que fuere de interés para sus usuarios y el público en general.

En todo caso, el cese de las actividades de un Proveedor de Servicios de Certificación conllevará su retiro del registro llevado por la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica.

CAPITULO VII

CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS

Artículo 36. El Certificado Electrónico garantiza la autoría de la Firma Electrónica que certifica así como la integridad del Mensaje de Datos. El Certificado Electrónico no confiere la autenticidad o fe pública que conforme a la ley otorguen los funcionarios públicos a los actos, documentos y certificaciones que con tal carácter suscriban.

Artículo 37. El Proveedor de Servicios de Certificación y el Signatario, de mutuo acuerdo, determinarán la duración del Certificado Electrónico.

Artículo 38. La cancelación de un Certificado Electrónico procederá cuando el Signatario así lo solicite a su Proveedor de Servicios de Certificación. Dicha cancelación no exime al Signatario de las obligaciones contraídas durante la vigencia del Certificado, conforme a lo previsto en ésta Ley.

El Signatario estará obligado a solicitar la cancelación del Certificado Electrónico cuando tenga conocimiento del uso indebido de su Firma Electrónica. Si el Signatario en conocimiento de tal situación no solicita dicha cancelación, será responsable por los daños y perjuicios sufridos por terceros de buena fe como consecuencia del uso indebido de la Firma Electrónica certificada mediante el correspondiente Certificado Electrónico.

Artículo 39. El Signatario podrá solicitar la suspensión temporal del Certificado Electrónico, en cuyo caso su Proveedor deberá proceder a suspender el mismo durante el tiempo solicitado por el Signatario.

Artículo 40. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, el Proveedor de Servicios de Certificación podrá, según el caso, suspender o revocar el Certificado Electrónico de la Firma Electrónica cuando:

Sea solicitado por una autoridad competente de conformidad con la ley.

Se compruebe que alguno de los datos del Certificado Electrónico proporcionado por el Proveedor de Servicios de Certificación es falso.

Se compruebe el incumplimiento de una obligación principal derivadas del contrato celebrado entre el Proveedor de Servicios de Certificación y el Signatario.

Se produzca una Quiebra Técnica del sistema de seguridad del Proveedor de Servicios de Certificación que afecte la integridad y confiabilidad del certificado contentivo de la Firma Electrónica.

Los Proveedores de Servicios de Certificación podrán dejar sin efecto la suspensión temporal del Certificado Electrónico de una Firma Electrónica al verificar que han cesado las causas que originaron dicha suspensión, en cuyo caso el Proveedor de Servicios de Certificación correspondiente está en la obligación de habilitar de inmediato el Certificado Electrónico de que se trate.

La vigencia del Certificado Electrónico cesará cuando se produzca la muerte o incapacidad absoluta del Signatario.

Artículo 41. Los Certificados Electrónicos deberán contener la siguiente información:

- 1 Identificación del Proveedor de Servicios de Certificación que proporciona el Certificado Electrónico, indicando su domicilio y dirección física y electrónica.
- 2 El código de identificación asignado al Proveedor de Servicios de Certificación por la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica.
- 3 Identificación del titular del Certificado Electrónico, indicando su dirección física y electrónica.
- 4 Las fechas de inicio y vencimiento del periodo de vigencia del Certificado Electrónico.
- 5 La Firma Electrónica del Signatario.
- 6 Un serial único de identificación del Certificado Electrónico.
- 7 Cualquier información relativa a las limitaciones de uso, vigencia y responsabilidad a las que esté sometido el Certificado Electrónico.

CAPITULO VIII DE LAS SANCIONES

Artículo 42. Los Proveedores de Servicios de Certificación serán sancionados con multa desde ____ hasta _____ Unidades Tributarias (U.T.), en los siguientes casos:

- 1 Cuando no cumplieren con las obligaciones que le impone el artículo 33 de la presente Ley.
- 2 Cuando deje de cumplir con alguno de los requisitos necesarios para la prestación de sus servicios.

Artículo 43. Serán sancionadas con multa desde ____ hasta ____ Unidades Tributarias (U.T.), las personas que presten los servicios de Proveedores de Servicios de Certificación previstos en esta Ley, sin la acreditación de la

Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica, prevista en esta Ley.

Artículo 44. Para la imposición de las multas previstas en los artículos anteriores, la Superintendencia de Servicios de Certificación Electrónica aplicará el procedimiento administrativo ordinario previsto en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

CAPITULO IX

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 45. La Administración Pública podrá establecer, mediante normas especiales, mecanismos que brinden mayor seguridad, a las aquí previstas, para la utilización de los Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas para la ejecución de sus funciones, así como, en las relaciones con sus administrados.

Artículo 46. La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

Anexo 3

Ley No. 200

**Ley General de Telecomunicaciones y Servicios
Postales**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA

Hace saber al pueblo nicaragüense que:

**LA ASAMBLEA NACIONAL
DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA**

En uso de sus facultades;

HA DICTADO

La Siguiente:

**LEY GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y
SERVICIOS POSTALES**

Ley No. 200

Ley General de Telecomunicaciones y Servicios

Postales

Contenido

TÍTULO I

Disposiciones Generales

Capítulo I

Objetivo de la Ley

Capítulo II

Definiciones

Capítulo III

Disposiciones Comunes

TÍTULO II

Del régimen de los Servicios y de las Concesiones, Licencias, Registros,

Permisos y Autorizaciones

Capítulo I

Del Régimen de los Servicios

Capítulo II

Concesiones, Licencias, Registros, Permisos y Autorizaciones

TÍTULO III

De la Prestación de Servicios

Capítulo I

Disposiciones Comunes

Capítulo II

Del funcionamiento de las estaciones de Radio y Televisión

Capítulo III

De la operación del servicio de Televisión por Suscripción

TÍTULO IV

Concesiones Licencias y Permisos

Capítulo I

De las Concesiones

Capítulo II

De las licencias y permisos

TÍTULO V

De los Derechos, Tasas y Tarifas

Capítulo I

De los derechos y de las Tasas

Capítulo II

De las Tarifas

TÍTULO VI

Capítulo único

De los usuarios

Título VII

De las Infracciones y Sanciones

Capítulo I

De las infracciones

Capítulo II

De las Sanciones

Título VIII

Capítulo único

De las servidumbres y bienes públicos

TÍTULO IX

De los Servicios Postales

Capítulo I

Disposiciones Generales

Capítulo II

De las Concesiones

Capítulo III

De la empresa Nacional de Servicios Postales

TÍTULO X

Capítulo único

Disposiciones Transitorias y Finales

TÍTULO I

Disposiciones Generales

CAPÍTULO 1

Objetivo de la ley

ARTO 1 La presente Ley tiene por objeto la regulación de los servicios de telecomunicaciones y servicios postales, y establecer los derechos y deberes de los usuarios y de las operadoras, en condiciones de calidad, equidad, seguridad, y el desarrollo planificado y sostenido de las telecomunicaciones y servicios postales. La normación, regulación, planificación, supervisión, aplicación y el control del cumplimiento de las normas que rigen las telecomunicaciones y servicios postales corresponde al Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR), como Ente Regulador.

ARTO 2 La aplicación de esta Ley estará orientada a:

1. Garantizar el desarrollo planificado, sostenido, ordenado y eficiente de las telecomunicaciones y los servicios postales.
2. Garantizar la disponibilidad de una amplia gama de servicios de telecomunicaciones y servicios postales eficientes en libre competencia, al menor costo posible y de alta calidad, a todos los habitantes del país.
3. Garantizar y promover la extensión de los servicios de telecomunicaciones y servicios postales en las áreas rurales.
4. Promover la innovación tecnológica y la modernización acelerada de la red pública telefónica.
5. Garantizar la explotación racional del espectro radioeléctrico como recurso natural, elevando la eficiencia, utilidad y economía de la administración del espectro radioeléctrico asegurando los intereses y los derechos de los usuarios.
6. Garantizar y proteger la privacidad y la inviolabilidad de la correspondencia y las comunicaciones y la seguridad de la información transmitida.
7. Garantizar el servicio público de telefonía básica las 24 horas y todos los días del año.
8. Garantizar la oportunidad de acceso y uso del espectro radioeléctrico para la prestación de servicios de telecomunicaciones.
9. Proteger el derecho inalienable de los usuarios al acceso de los servicios.
10. Asegurar el cumplimiento de las obligaciones y garantizar los derechos de todos los operadores.

Capítulo II

Definiciones

ARTO 3 Para los fines de esta ley, se aplican las siguientes definiciones:

- **"Telecomunicación"**. Toda emisión, transmisión, o recepción a distancia de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos, datos o informaciones de cualquier naturaleza, por línea física, radioeléctrica, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos o de cualquier otra naturaleza.
- **"Radiocomunicación"**. Toda telecomunicación transmitida por medio de ondas radioeléctricas que se propagan por el espacio sin guía artificial.
- **"Espectro Radioeléctrico"**. Es el recurso natural empleado para las

transmisiones de radio.

- "**Frecuencia Radioeléctrica**". Parte del espectro radioeléctrico que se destina a ser utilizado para la transmisión de señales y que puede determinarse por dos límites específicos.
- "**Atribución**". Significa la distribución de segmentos del espectro radioeléctrico entre varios usos y servicios.
- "**Servicio Telefónico Básico**". Es el servicio de telecomunicaciones, nacional e internacional destinado a la transmisión bidireccional de telefonía de viva voz. El servicio telefónico básico no incluye la provisión del equipo terminal del usuario.
- "**Red de Telecomunicaciones**" o "**Red**". Conjunto de canales de transmisión, circuitos y, en su caso, dispositivos o centrales de conmutación que proporcionan conexiones entre dos o más puntos definidos para facilitar la telecomunicación entre ellos, ya sea por línea física o radiocomunicación.
- "**Red Telefónica Pública**". Es la red de telecomunicaciones consistente en un sistema totalmente interconectado e integrado de varios medios de transmisión y conmutación, utilizada para prestar el servicio básico telefónico y otros servicios de interés al público en general.
- "**Operador**". Es una persona natural o jurídica debidamente autorizada por el ente regulador para brindar un servicio de telecomunicaciones.
- "**Radiodifusión**". Significa la transmisión unidireccional al público en general de señales, datos, vídeo y sonido por radiocomunicación.
- "**Televisión por Suscripción**". Es la transmisión unidireccional al público interesado sobre una base de suscripción de señales datos.
- "**Servicio Nacional**". Es un servicio de telecomunicaciones prestado dentro del territorio nicaragüense.
- "**Servicio Internacional**". Es un servicio de telecomunicaciones prestado entre Nicaragua y otro país.
- "**Conmutación**". Proceso consistente en la interconexión de canales o circuitos con o sin almacenamiento intermedio por el tiempo necesario para transportar señales.
- "**Canal de Transmisión**". Medio de transmisión unidireccional de señales entre

dos puntos.

- **"Circuito"**. Combinación de dos canales de transmisión que permite la transmisión bidireccional de señales entre dos puntos, para sustentar la comunicación.
- **"Equipo Terminal"**. Todo equipo o aparato que envía y recibe señales sobre una red de telecomunicaciones a través de puntos de interconexión definidos y de acuerdo a las especificaciones establecidas.
- **"Estación Terrena"**. Estación fija o móvil, localizada en tierra, con el fin de establecer un enlace de comunicación por satélite.
- **"Satélite"**. Estación espacial destinada a transmitir o retransmitir señales de radiocomunicación y a realizar enlaces con estaciones terrenas.
- **"Interconexión"**. Asociación de canales, de circuitos, equipos de conmutación y otras unidades funcionales establecidas para hacer posible la transferencia de información entre dos o más puntos de una red de telecomunicaciones.
- **"Interferencia Perjudicial"**. Perturbación de las señales utilizadas por un usuario u operador, debidamente autorizado por el ente regulador; por la presencia de señales indeseadas, de corrientes o tensiones parásitas, originadas por aparatos eléctricos, que comprometen, degradan, interrumpen repetidamente o impiden el funcionamiento de un servicio de radiocomunicación.
- **"Homologación"**. Acto por el cual el ente regulador reconoce oficialmente que las especificaciones de un equipo destinado a las telecomunicaciones, satisface las normas previamente expedidas o aprobadas.
- **"Ente Regulador"**. Es la institución del Estado responsable de regular y normar todo lo relacionado con la telecomunicación y el servicio postal.

Capítulo III

Disposiciones Comunes

ARTO. 4 El Espectro Radioeléctrico, es un bien del dominio público sujeto al control del estado.

ARTO. 5 La administración y regulación del espectro radioeléctrico, corresponde a TELCOR. En consecuencia, tendrá a su cargo la asignación de frecuencias radioeléctricas y el otorgamiento de licencias para la instalación y operación de

estaciones transmisoras y transceptoras que lo utilicen.

ARTO. 6 Las informaciones transmitidas a través de los servicios de telecomunicaciones son inviolables, por lo que no podrán ser interceptadas, ni interferidas, por personas distintas a quienes van dirigidas.

ARTO. 7 Las redes de telecomunicaciones y los equipos que las integran, así como los equipos de usuarios que se conecten a ellas, deberán cumplir con las normas técnicas nacionales e internacionales que determine TELCOR.

TÍTULO II

Del régimen de los servicios y de las concesiones, Licencias, registros, permisos y autorizaciones

Capítulo I

Del Régimen de Servicios

ARTO. 8 Para los fines de esta ley, los servicios de telecomunicaciones se clasifican en: servicios públicos, servicios de interés general, servicios de interés especial, servicios de interés particular y servicios no regulados.

ARTO. 9 Servicios públicos son aquellos que son esenciales, de utilidad e importancia para la generalidad de los habitantes del país. Los servicios públicos deben ofrecerse bajo condiciones específicas de operación y esquema tarifario aprobado por TELCOR, sobre una base regular, continua, en condiciones de igualdad y a un precio justo.

ARTO. 10 Servicios de interés general son aquellos que sin ser servicios públicos esenciales, son ofrecidos al público, bajo esquema tarifario aprobado por TELCOR o se les puede permitir libertad en la contratación con usuarios. En cualquier caso, deben ser ofrecidos en condiciones de igualdad, regularidad y continuidad. En esta categoría se incluyen a los servicios de telefonía celular, la radio, la televisión abierta y la televisión por suscripción. También se considera dentro de esta categoría la transmisión de datos y la conmutación de paquetes con independencia del servicio de valor agregado a que se destinen.

ARTO. 11 Servicios de interés especial son aquellos que pueden ser ofrecidos por un operador a un número determinado de usuarios de conformidad con las normas jurídicas aplicables. Podrán conectarse con la red telefónica pública previo

acuerdo con el operador de la misma. En esta categoría se encuentran la radiolocalización móvil de personas, los servicios de enlaces troncalizados, la radiodeterminación y las estaciones terrenas o telepuertos para comunicaciones por satélite.

ARTO. 12 Servicios de interés particular son aquellos establecidos por una persona natural o jurídica para satisfacer sus propias necesidades de comunicación, utilizando redes autorizadas o instalaciones propias. Estos servicios no pueden ser prestados a terceros, salvo que sean complementarios para el cumplimiento de un objetivo social. Se prestan por las redes privadas de telecomunicaciones, las cuales no pueden ser interconectadas a la red pública telefónica, excepto que sea autorizado por TELCOR.

ARTO. 13 Servicios no regulados son aquellos que por sus características técnicas o económicas, a juicio de TELCOR, pueden operar sin mayor regulación que la de registrarse ante la oficina correspondiente, debido a que se puedan prestar en competencia abierta y no requieren de asignación de frecuencias. Los servicios de telecomunicaciones de valor agregado como el correo electrónico, el correo de voz, los servicios de información, acceso a bases de datos, y el almacenamiento y envío de facsímil, pertenecen a esta categoría.

ARTO. 14 Cuando surja una nueva categoría de servicio distinta a la establecida en esta Ley, su funcionamiento será regulado por Ley.

Capítulo II

Concesiones, Licencias, Registros, Permisos y Autorizaciones

ARTO. 15 La operación de servicios públicos de telecomunicaciones con intervención de particulares se regirá por la Ley de la materia de acuerdo con el Arto. 105 de la Constitución Política.

ARTO. 16 La operación de los servicios de interés general y de interés especial requieren de una licencia otorgada por TELCOR cuyas condiciones variarán de acuerdo con el tipo de servicio de que se trate.

ARTO. 17 La Telefonía Celular es un servicio de interés general, su licencia se otorgará a través de un proceso de Licitación Pública.

ARTO. 18 Los servicios de interés particular requerirán de registros, y de permiso

cuando a juicio de TELCOR sea necesario para vigilar el cumplimiento de restricciones de interconexión de ciertos servicios de redes privadas.

ARTO. 19 Los servicios no regulados únicamente requieren ser registrados en TELCOR, quien sólo podrá negar dicho registro si el servicio pertenece a una categoría distinta.

ARTO. 20 Se requerirá un permiso de TELCOR para el establecimiento de instalaciones que requieran de la asignación de frecuencias radioeléctricas, y que no hayan sido específicamente autorizadas en las concesiones y licencias, así como las de los operadores de redes privadas. TELCOR determinará mediante disposiciones de carácter general los equipos de radiocomunicación que por su baja potencia, y no causen interferencias perjudiciales a otros equipos, puedan operar sin permiso previo.

ARTO. 21 TELCOR podrá otorgar autorizaciones temporales, de emergencia o experimentales, para aquellas operaciones limitadas técnica, económica o geográficamente, que a su juicio no califican para obtener una concesión, licencia o permiso de manera permanente. TELCOR autorizará los servicios de ayuda según los reglamentos que para el efecto se expidan.

ARTO. 22 En caso de modificarse las condiciones de los servicios de telecomunicaciones, se respetarán los derechos adquiridos por titulares de concesiones, licencias, registros, permisos y autorizaciones vigentes.

ARTO. 23 El servicio de radioaficionado tiene solamente propósitos de intercomunicación, entretenimiento, experimentación e investigación con vocación de servicio y ayuda social sin fines de lucro. Este servicio es llevado a cabo por personas debidamente autorizadas en bandas de frecuencias acordadas en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). El reglamento que al efecto se dicte regulará esta materia.

TÍTULO III

De la Prestación del Servicio

Capítulo I

Disposiciones Comunes

ARTO. 24 Los servicios de Telecomunicaciones serán prestados en régimen de

libre competencia. También podrán ser prestados en régimen de exclusividad o para un número limitado de operadores y por un plazo previamente establecido, cuando por razones tecnológicas o vistas las condiciones de mercado, la Ley así lo decida.

ARTO. 25 Ningún operador de servicios de telecomunicaciones puede aprovechar su situación ventajosa frente a otros para introducir prácticas que impidan la libre competencia o den lugar a actos de competencia desleal. Los operadores de telefonía básica están obligados a dar acceso satisfactorio y a tarifas competitivas a la red telefónica a los prestadores de servicio cuyas licencias hayan sido autorizadas por TELCOR.

ARTO. 26 En los casos en que se descubran prácticas restrictivas del régimen de libre competencia, TELCOR podrá exigir la información necesaria y adoptar las medidas correctivas pertinentes, de cumplimiento obligatorio para los titulares de las concesiones o licencias.

ARTO. 27 El otorgamiento de una concesión o licencia incluirá la asignación de frecuencias radioeléctricas que sean necesarias para la prestación del servicio. El operador podrá solicitar de manera justificada otras frecuencias que requiera para la instalación de equipo para el desarrollo de su red y para la expansión de los servicios.

ARTO. 28 Los requisitos y condiciones para el otorgamiento de concesiones y licencias serán iguales para todos los solicitantes que ofrezcan el mismo servicio.

ARTO. 29 Las Licencias sólo se otorgarán a personas naturales o jurídicas nicaragüenses. En el caso de sociedades anónimas de capital social deberá estar constituido por lo menos con el cincuenta y un por ciento (51%) de Nacionales Nicaragüenses. Este capital social y sus reformas deberán ser reportados a TELCOR. Las acciones serán nominativas, no permitiéndose su libre circulación, ni gravamen y deberán ser inscritas en TELCOR. Para las inversiones privadas a que se refiere el Artículo 15 de esta Ley, cuando ésta fuere extranjera su participación y régimen legal será determinado por Ley que autorice y que regule estas inversiones.

ARTO. 30 La negativa de solicitud de concesión o licencia debe ser notificada por

escrito al solicitante dentro de cinco días de acordado y tal decisión deberá estar razonada y fundamentada.

ARTO. 31 En los reglamentos que se dicten para cada uno de los distintos servicios, se establecerán las condiciones para el ejercicio de los derechos que se otorguen al operador, así como las causales de cancelación de los mismos.

ARTO. 32 En ningún caso se podrá vender, ceder, hipotecar o, en manera alguna, gravar o transferir la concesión, licencia, permisos y autorizaciones y los derechos en ellos conferidos.

ARTO. 33 Cualquier violación a lo dispuesto en el Artículo 29, de esta Ley dará lugar a la cancelación de la concesión o de la licencia. Tal decisión será recurrible siguiendo el procedimiento establecido en la presente Ley.

ARTO. 34 Toda solicitud de concesión de servicio público o licencia de servicio de interés general, deberá ser publicada en dos periódicos de circulación nacional a costa del solicitante, con el objeto de permitir a cualquier interesado ejercer la oposición al otorgamiento de lo solicitado, para lo cual tendrá el plazo de treinta días contados desde la última publicación y siguiendo las normas que al efecto se establezcan en el reglamento correspondiente.

ARTO. 35 El otorgamiento o cancelación de una concesión de servicio público o licencia de servicio de interés general, sólo tendrá efecto a partir de su publicación en La Gaceta, Diario Oficial.

ARTO. 36 Toda empresa titular de una concesión o licencia deberá permitir la interconexión a su red, de los equipos terminales del usuario que cumplan con las normas establecidas por TELCOR, de acuerdo a los términos y regulación tarifaria aplicable. Los operadores no podrán obligar al usuario a adquirir otros bienes, servicios o valores, ni condicionar, limitar o restringir el uso como condición para proporcionarle el servicio prestado, a menos que existan condiciones técnicas ineludibles aceptadas por TELCOR.

ARTO. 37 Todo operador de telecomunicaciones deberá permitir la interconexión a su red de otras redes de telecomunicaciones debidamente autorizadas para interconectarse. Las partes establecerán las condiciones especiales de interconexión de mutuo acuerdo en las cuales se resuelvan los aspectos técnicos

operativos y tarifarias. De no llegarse a ello en un plazo de noventa días calendario a partir de la solicitud de interconexión por una de las partes, TELCOR decidirá los términos del contrato de interconexión con tarifas competitivas y ordenará la interconexión so pena de imponer las sanciones del caso.

ARTO. 38 TELCOR establecerá las especificaciones de los equipos de telecomunicaciones para garantizar su compatibilidad con las redes establecidas, y expedirá los certificados de homologación a los equipos que cumplan con las normas para proceder a su fabricación, comercialización y uso. El Reglamento establecerá el procedimiento de homologación, el cual para ciertos equipos terminales de uso generalizado y fabricación estandarizada a nivel mundial se limitará a solamente su registro.

ARTO. 39 Si para interconectar fuera del territorio nacional la red del titular de una concesión o licencia fuese necesario contratar con algún Gobierno Extranjero, los trámites serán realizados por conducto de TELCOR. Cuando se trate de una Empresa Extranjera, los titulares notificarán a TELCOR acerca del contrato de interconexión, quien podrá exigir modificaciones cuando considere que perjudiquen los intereses de otros operadores o de los usuarios.

Capítulo II

Del Funcionamiento de las Estaciones de Radio y Televisión

ARTO. 40 Las estaciones de Radio y Televisión operarán con sujeción al horario que autorice TELCOR, de acuerdo con los tratados internacionales vigentes y las posibilidades técnicas de utilización de los canales.

ARTO. 41 Las Estaciones no podrán suspender sus transmisiones, salvo caso fortuito o fuerza mayor. El titular de la Licencia o del Permiso deberá informar a TELCOR:

- a) De la suspensión del servicio, con indicación de las causas;
- b) De que utilizará, en su caso, un equipo de emergencia mientras dure la eventualidad que origine la suspensión;
- c) De la normalización del servicio.

Los avisos a que se refieren los incisos anteriores se darán en cada caso en un

término de veinticuatro horas a partir de la suspensión o normalización del servicio.

ARTO. 42 Las Estaciones operarán con la potencia o potencias que tuvieren autorizados para su horario diurno o nocturno, dentro de los límites de tolerancia permitidos por las normas de Ingeniería.

ARTO. 43 El funcionamiento técnico de las Estaciones de Radio y Televisión deberá reunir las condiciones señaladas en las disposiciones que dicte TELCOR.

ARTO. 44 TELCOR dictará las medidas necesarias para evitar interferencias en las emisiones de Radio y Televisión. Toda Estación o instalación que irradie energía de manera persistente que cause perturbaciones a las emisoras autorizadas, será sancionada y sufrirá las penas que para el efecto fije la Ley.

ARTO. 45 TELCOR velará por la reducción y/o eliminación total de interferencias entre estaciones nacionales e internacionales. Determinará también los límites de las bandas de los distintos servicios, la tolerancia o desviación de frecuencias y el ancho de banda de los diferentes tipos de emisiones para toda clase de transmisiones, cuando no estuviesen especificados en los tratados de vigor. No se considerará interferencia objetable la que provenga de algún fenómeno esporádico de radio propagación.

ARTO. 46 Las regulaciones a que se refieren las disposiciones precedentes, serán ampliadas y adecuadas fielmente con sus normativas en la reglamentación que habrá de ser objeto la presente Ley.

Capítulo III

De la Operación del Servicio de Televisión por Suscripción

ARTO. 47 Las personas naturales o jurídicas que soliciten operar un sistema de Televisión por Suscripción deberán obtener previamente una licencia de TELCOR y cumplir los requisitos que al efecto se establezca en el Reglamento respectivo. No habrá monopolio territorial o geográfico del servicio de televisión por suscripción dentro del territorio nacional de Nicaragua.

ARTO. 48 Los Operadores de Televisión por Suscripción deberán presentar para aprobación previa de TELCOR, el modelo de contrato que se propone celebrar con el abonado, incluyendo la obligación de hacer del conocimiento de los

abonados la enumeración de los programas de determinado período, bien de forma individualizada o a través de la prensa escrita, debiendo el operador respetar la programación presentada. Una vez aprobado el contrato, éste no podrá ser modificado en forma alguna sin aprobación previa de TELCOR.

ARTO. 49 Todo Operador de Televisión por Suscripción está en la obligación de facilitar las labores de inspección de TELCOR mediante el acceso a las instalaciones de la Estación Terrena, talleres, bodegas, sala de control, campo de antenas y demás dependencias que se le solicite, así como suministrarle toda información técnica relacionada directamente con la operación. Para realizar la inspección, el funcionario deberá presentar la orden expresa e individualizada emitida por el Director de TELCOR.

ARTO. 50 El Operador deberá contar con un técnico responsable del Sistema debidamente registrado.

ARTO. 51 La operación del sistema de cable, no deberá interferir en forma alguna, con la recepción de las señales de Televisión abierta que sean radiodifundidas en la misma área de servicio, las señales que deberán distribuirse en forma íntegra sin ningún costo, sin mutilaciones o cortes de ninguna naturaleza. Los canales VHF existentes en el país, deberán ser retransmitidos en el mismo número de canal que los identifica, siempre que su señal pueda ser captada.

ARTO. 52 Recibida la solicitud de licencia para operar un servicio de Televisión por Suscripción, TELCOR deberá responder a ella en los treinta días siguientes.

ARTO. 53 Si la respuesta es positiva, el interesado deberá constituir una garantía bancaria a favor de TELCOR, por el 10% del monto de la inversión inicial, con una vigencia mínima de tres meses contados a partir de la constitución de la garantía. Si el interesado en el término establecido por TELCOR no ha recibido respuesta alguna, o si la misma fuera negativa, podrá recurrir ante el Director para que revise el acto administrativo. La decisión de este último funcionario agota la vía administrativa.

TÍTULO IV
Concesiones, Licencias y Permisos
Capítulo I
De las Concesiones

ARTO. 54 La concesión es un contrato mediante el cual TELCOR de acuerdo con la Ley, otorga a una persona natural o jurídica, el derecho a explotar un servicio de telecomunicaciones, previamente calificado como servicio público.

ARTO. 55 Si el contrato de concesión es cancelado antes del vencimiento del término, deberá abrirse un nuevo proceso de licitación para otorgar la nueva concesión.

ARTO. 56 Contra el acto de adjudicación de la concesión y contra el Acuerdo Administrativo mediante el cual se cancela el contrato de concesión, sea cual fuere la causa, se podrá pedir reposición dentro de los tres días de la notificación al interesado. Este recurso deberá estar resuelto dentro de los tres días siguientes a su interposición, pudiendo la parte afectada impugnar la resolución que se dicte, recurriendo de nulidad ante la Contraloría General de la República, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la notificación respectiva. La Contraloría General de la República dispondrá de tres días a partir del recibo de los antecedentes del caso para pronunciarse, con esta resolución se agota la vía administrativa.

ARTO. 57 A fin de proteger los derechos de los usuarios, mientras se otorga un nuevo contrato de concesión, TELCOR designará un interventor, para administrar temporalmente la empresa a fin de garantizar la continuidad y eficiencia del servicio público prestado.

ARTO. 58 Una vez firme la cancelación del contrato de concesión, mientras se otorga una nueva, según sea el caso las acciones de la compañía anónima o el interés social del titular de dicha concesión, deberán ser traspasados transitoriamente a la Hacienda Pública. Las redes, equipos y demás bienes afectos a la prestación del Servicio deberán ser puestos a la disposición de TELCOR a través del interventor, a fin de que éste pueda garantizar la continuidad de la prestación del servicio. Esta disposición deberá entenderse incorporada en el respectivo contrato de concesión.

ARTO. 59 Terminado el plazo de la concesión, en caso de prórroga, o por cancelación por causas imputables o no a la empresa titular de la concesión; el nuevo concesionario asumirá ante el concesionario anterior el compromiso por el pago a un precio justo de mercado del valor de los bienes de la concesión determinado por árbitros de común acuerdo en caso de discordia.

ARTO. 60 Si el titular de la concesión ha sido reemplazado por un interventor antes de que un nuevo concesionario sea seleccionado, los derechos e intereses en la operación serán administrados temporalmente por el interventor, quien los mantendrá en fideicomiso por cuenta del Gobierno de Nicaragua. El Gobierno compensará entonces al anterior concesionario por tales derechos e intereses a un precio justo de mercado. El interventor transferirá los derechos e intereses al nuevo concesionario cuando se le otorgue el contrato de concesión correspondiente.

Capítulo II

De las Licencias y Permisos

ARTO. 61 La licencia es el acto mediante el cual TELCOR otorga a una persona el derecho a operar un servicio de telecomunicaciones de interés general o de interés especial. El permiso es el acto mediante el cual TELCOR otorga a una persona el derecho a operar un servicio de telecomunicaciones de interés particular de los previstos en el Artículo 12 de la presente Ley.

ARTO. 62 El otorgamiento de Licencias y Permisos deberá responder al principio de igualdad de trato. En consecuencia se otorgarán a todos aquellos solicitantes que cumplan con los requisitos establecidos en esta Ley y los diversos Reglamentos que sean aplicables, así como las demás normas técnicas y administrativas vigentes.

ARTO. 63 Contra la Resolución del funcionario competente del que ordene la cancelación de una licencia o permiso, podrá interponerse recurso de apelación ante el Director de TELCOR, dentro de los quince (15) días siguientes a partir de la notificación del acto al interesado. El Director resolverá dentro de los quince días siguientes a la fecha de la interposición del recurso. Si transcurrido este plazo no hubiere respuesta, se considera que el Director ha resuelto a favor del

recurrente, negado el recurso quedará agotada la vía administrativa.

ARTO. 64 Toda solicitud de licencia, permiso o registro deberá contener los siguientes aspectos:

- a) Nombre de la persona natural o jurídica que lo solicita.
- b) Partida de nacimiento y número RUC del solicitante o de los socios.
- c) Prueba de que la sociedad está constituida legalmente.
- d) Información detallada de las inversiones y de las actividades que se pretendan realizar.
- e) Ubicación de la planta transmisora y de los estudios, así como los planos de los mismos, con indicaciones de los lugares en que se instalarán y memoria descriptiva.
- f) Potencia del transmisor, su marca, características generales del equipo de estudio, clase de antena, su altura y radiales, diagrama de directividad, si la hay, y área de servicio.

ARTO. 65 TELCOR establecerá en la licencia el plazo y prórroga necesarios para la instalación, pruebas y verificación del Sistema de Telecomunicaciones objeto de la licencia. De no realizar el interesado en el plazo establecido la instalación, con pruebas y verificación del sistema a instalarse, TELCOR dispondrá de las frecuencias sin lugar a indemnización. No podrá otorgarse la Licencia si terminada la instalación se comprobare que el interesado no acató las indicaciones de TELCOR.

ARTO. 65 Las Licencias y Permisos que se extiendan en contravención a la presente Ley, serán nulos, y así se declarará por el Director de TELCOR a petición de parte interesada.

ARTO. 66 Las Licencias y Permisos que se extiendan en contravención a la presente Ley, serán nulos, y así se declarará por el Director de TELCOR a petición de parte interesada.

ARTO. 67 En el caso de concesiones, licencias o permisos concedidos a personas naturales estas serán personales e intransferibles. En caso de fallecimiento del titular de la Licencia o Permiso, el heredero o herederos gozarán de ese beneficio y podrán solicitar el traspaso de la Licencia o Permiso mediante la comprobación

de los derechos de herencia respectivos.

ARTO. 68 Las causales de caducidad o revocación de licencias y permisos serán establecidas en el Reglamento que al efecto se dicte.

TÍTULO V

De los Derechos y de las Tasas

Capítulo I

De los Derechos y de las Tasas

ARTO. 69 El otorgamiento de una concesión conlleva la obligación de pagar a TELCOR el derecho que se determine mediante el reglamento respectivo aplicable a todas las concesiones o licencias, permisos y autorizaciones de un mismo servicio. Las sumas de dinero ingresarán a patrimonio de TELCOR, y no incluyen los ingresos percibidos por la desincorporación de activos del Estado o licitaciones públicas de telefonía celular.

ARTO. 70 Los titulares de concesiones, licencias, permisos y autorizaciones que hacen uso de frecuencias radioeléctricas pagarán, por concepto del uso del espectro radioeléctrico, una cantidad anual calculada según la potencia transmitida, el ancho de banda utilizada y la cobertura del servicio en los términos que establezca el reglamento respectivo.

Capítulo II

De las Tarifas

ARTO. 71 Los servicios públicos de Telecomunicaciones y Telefonía Celular estarán sujetos a un control tarifario autorizado por TELCOR, ningún operador podrá cobrar en sus tarifas servicios que no haya prestado. La estructura tarifaria buscará propiciar una expansión eficiente de las redes de servicios públicos, al permitir la recuperación de las inversiones y costos y proveer las bases para una sana competencia en la prestación de servicios. En los Contratos de concesión se establecerán los métodos para la determinación de los precios que se cobren por la prestación de servicios públicos y de telefonía celular.

ARTO. 72 Los operadores de servicios de interés general establecerán precios justos, razonables y no discriminatorios por la prestación de los servicios,

atendiendo las condiciones del mercado y tomando en cuenta las recomendaciones de las organizaciones internacionales de las cuales Nicaragua sea parte, excepto en los casos en que TELCOR fije los criterios para su determinación, en cuyo caso serán obligatorios. TELCOR podrá solicitar toda la información que considere necesaria.

ARTO. 73 En los casos distintos a los regulados en los dos artículos anteriores, los precios y demás condiciones se establecerán por la vía contractual, sin perjuicio de las regulaciones que establezca TELCOR.

ARTO. 74 Las tarifas de los servicios públicos de telecomunicaciones, Telefonía Celular y Televisión por Suscripción, entrarán en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta, Diario Oficial, debiendo publicarse también en dos periódicos de amplia circulación nacional por el operador de servicio por lo menos tres veces dentro de los treinta días anteriores a su entrada en vigencia.

ARTO. 75 Siendo función del Estado apoyar el fortalecimiento e integración de un sistema nacional de información científico tecnológica y facilitar la interrelación del mismo y de las redes nacionales con sistemas y redes internacionales, TELCOR deberá tutelar los intereses de la investigación académica, científica y tecnológica, mediante la fijación de tarifas preferenciales en beneficio de las instituciones de educación y de investigación, sin fines de lucro, en todos los casos en que le corresponda regular servicios prestados por concesionarios.

TÍTULO VI

Capítulo único

De los Usuarios

ARTO. 76 Usuario es toda persona natural o jurídica que, mediante el uso de un equipo terminal, tiene acceso autorizado a un determinado servicio de telecomunicaciones.

ARTO. 77 Los derechos y deberes de los usuarios deberán ser establecidos en los contratos que se celebren entre éstos y el operador, cuyo texto deberá ser aprobado por TELCOR salvo en el caso de los servicios no regulados.

ARTO. 78 Los operadores de servicios públicos, Telefonía Celular y Televisión por suscripción deberán tener una oficina para la atención de quejas y reclamos de los

usuarios, la cual deberá dar respuesta cabal y oportuna en los términos establecidos en el contrato.

ARTO. 79 El usuario que esté inconforme con la respuesta de la oficina de quejas del operador, o que no reciba respuesta podrá hacerlo del conocimiento de TELCOR, el cual iniciará un procedimiento para ordenar al operador el cumplimiento de su obligación, sin perjuicio de lo que establezcan las normas relativas a la protección y defensa del consumidor.

ARTO. 80 Cuando el operador causare perjuicio a un usuario, será sancionado con la multa prevista en el capítulo de sanciones e indemnizará satisfactoriamente al usuario, por el valor del daño causado, todo de acuerdo al Reglamento que al efecto dicte TELCOR para cada tipo de Servicios.

TÍTULO VII

De las Infracciones y Sanciones

Capítulo I

De las Infracciones

ARTO. 81 Las infracciones a la presente Ley se clasifican en muy graves, graves y leves.

ARTO. 82 Se consideran infracciones muy graves:

- 1) Realizar cualquier actividad relacionada con la prestación de los servicios de telecomunicaciones sin la correspondiente concesión, licencia, permiso o autorización.
- 2) Utilizar el espectro de frecuencia radioeléctrica que no le haya sido asignada o para un uso distinto al autorizado.
- 3) Interferir o interceptar intencionalmente los servicios de telecomunicaciones, afectar su funcionamiento e incumplir intencionalmente las leyes, reglamentos, tratados, convenios o acuerdos internacionales de telecomunicaciones en los cuales Nicaragua es parte, siempre y cuando se compruebe dolo manifiesto.
- 4) Utilizar en forma fraudulenta o ilegal los servicios de telecomunicaciones, en perjuicio de las responsabilidades civiles y penales correspondientes.
- 5) Negarse, obstruir o resistirse a las inspecciones que ordene el organismo regulador.

- 6) Negarse, obstruir o resistirse a la interconexión de otras redes y equipos terminales de usuario aprobados por TELCOR.
- 7) Emitir señales de identificación falsas o engañosas.
- 8) Utilizar fraudulentamente los servicios de telecomunicaciones, para evadir el pago por su utilización.
- 9) Cometer en el plazo de un (1) año, dos o más infracciones graves.
- 10) Otras que se especifiquen en las concesiones, licencias, autorizaciones y permisos, contratos y en el reglamento de la presente Ley.

ARTO. 83 Se consideran infracciones graves:

- 1) Negarse a facilitar datos técnicos requeridos por el organismo previsto en esta Ley, así como el suministro de información falsa o tendenciosa.
- 2) La reincidencia en la producción no intencional de interferencias perjudiciales.
- 3) Negarse a interconectar u obstruir a otras redes y equipos terminales de usuarios aprobados por TELCOR.
- 4) Otras que se especifiquen en las concesiones, licencias, autorizaciones, permisos y en los contratos respectivos.

ARTO. 84 Se consideran infracciones leves:

- 1) La producción no intencional de interferencias perjudiciales por primera vez.
- 2) Cualquier otra infracción a la normativa de la presente Ley no prevista, siempre que suponga un incumplimiento de las obligaciones de los operadores o usuarios de los servicios de telecomunicaciones y en los contratos respectivos.

Capítulo II

De las Sanciones

ARTO. 85 En el caso de los servicios de interés general y particular, las infracciones muy graves serán sancionadas con multa que oscilará entre los diez y veinte mil córdobas.

Si se trata de infracciones graves se impondrán multas entre cinco mil y diez mil córdobas. Las infracciones leves se impondrán multas que oscilarán entre cinco mil y un mil córdobas.

ARTO. 86 Para el caso de los servicios públicos y de telefonía celular, el monto de las multas según se trate de infracciones leves, graves o muy graves se

establecerá sobre un porcentaje de la facturación conforme lo disponga el respectivo contrato.

Los montos antes establecidos podrán ser actualizados cada año mediante acuerdo administrativo publicados en La Gaceta, Diario Oficial y en dos diarios de circulación Nacional.

ARTO. 87 En cada caso, se impondrá la sanción dentro de los límites señalados según la infracción que se trate, tomando en cuenta, las circunstancias agravantes o atenuantes de la infracción, tales como el grado de perturbación y alteración de los servicios y de la cuantía del daño o perjuicio ocasionado. La intencionalidad y la reincidencia serán siempre circunstancias agravantes.

ARTO. 88 Las multas deberán ser pagadas dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la notificación al interesado. La falta de pago, una vez firme la sanción, dará lugar a la obligación de pagar un recargo del 25% por el monto fijado legalmente, hasta su cancelación.

ARTO. 89 El Reglamento y los contratos de concesión, licencias, permisos y autorizaciones, establecerán el procedimiento para la cancelación de las mismas o la imposición de las sanciones contenidas en esta Ley. Dicho procedimiento siempre deberá iniciarse con la notificación al interesado de la apertura del expediente, para asegurarle su derecho a la defensa.

ARTO. 90 Tanto en las infracciones muy graves como en las graves, además de la multa, TELCOR podrá dictar las medidas apropiadas para evitar la reincidencia. Igualmente, podrá suspender o cancelar total o parcialmente la concesión, licencia, permiso o autorización, de conformidad con el procedimiento establecido en esta Ley.

ARTO. 91 Contra la resolución mediante la cual se imponga una sanción, cabrá recurso de reposición ante el Director de TELCOR, el cual podrá interponerse dentro de los 10 días siguientes a la notificación de la sanción.

El Director resolverá el recurso dentro de los treinta días siguientes a su interposición. Su decisión agotará la vía administrativa. Si transcurrido el plazo señalado no hubiere resolución, se entenderá que el recurso ha sido declarado con lugar. Contra la resolución denegatoria cabrá la acción judicial,

correspondiente en los casos y términos previstos en la Ley de la materia.

ARTO. 92 Los ingresos percibidos por conceptos de las multas establecidas en esta Ley pasarán al patrimonio TELCOR. Todo acuerdo administrativo mediante el cual se impongan cualquiera de las sanciones establecidas en esta Ley, prestará mérito ejecutivo una vez que éste firme.

ARTO. 93 Las infracciones a la presente Ley, prescribirán a los doce (12), seis (6) y tres (3) meses de su realización, según se trate de infracciones muy graves, graves o leves, respectivamente, contados a partir de la fecha de su comisión, siempre que no se haya iniciado el procedimiento respectivo. Cuando haya infracciones continuas, el plazo de prescripción se contará a partir del último acto de infracción, siempre que no se haya iniciado el procedimiento respectivo.

ARTO. 94 Las sanciones ya impuestas que no se hubieren hecho efectivas prescribirán en el plazo de tres (3) años, contados a partir de la fecha de notificaciones del Acuerdo Administrativo que las imponga.

ARTO. 95 Quienes intercepten o interfieran intencionalmente los servicios de telecomunicaciones, o destruyan o dañen intencionalmente sistemas, aparatos y equipos, serán acreedores a las sanciones que establece el código penal para los delitos contra la seguridad de los medios de transporte y de comunicación.

ARTO. 96 Además de las sanciones administrativas establecidas en la presente Ley, el que utilice en forma fraudulenta o ilegal los servicios de telecomunicaciones, para evadir el pago por su utilización se le impondrá la sanción establecida en el Código Penal para el delito de defraudación.

ARTO. 97 Las sanciones establecidas en la presente Ley se impondrán sin perjuicio de la responsabilidad civil a que haya lugar.

ARTO. 98 Quien opere servicios de telecomunicaciones sin concesión, licencia, permiso o autorización, además de la multa correspondiente, estará obligado al pago de una cantidad de dinero igual al monto de los derechos y tasas correspondientes por todo el tiempo que operó sin la correspondiente autorización y sin que ello implique derecho alguno a la obtención de la concesión, licencia, permiso o autorización.

TÍTULO VIII

Capítulo único

De las Servidumbres y Bienes Públicos

ARTO. 99 Los operadores de un servicio público de telecomunicaciones podrán solicitar el uso de bienes del dominio público, para el paso de líneas o cualquier otro uso que sea estrictamente indispensable a la prestación del servicio, en cuyo caso deberán pagar por el uso de los bienes de dominio público correspondientes, si su uso es excluyente.

ARTO. 100 Cuando un operador, no llegue a un acuerdo con el dueño del inmueble para la constitución de una servidumbre, TELCOR podrá actuar como mediador en el proceso, previa la demostración por parte del interesado de la necesidad de la servidumbre en cuestión. De no dirimirse la controversia se aplicará el procedimiento establecido en la Ley de la Industria Eléctrica publicada en la Gaceta, Diario Oficial, No. 86 del 11 de abril de 1957.

TÍTULO IX

De los Servicios Postales

Capítulo I

Disposiciones Generales

ARTO. 101 Declárase al Servicio Postal de necesidad y utilidad pública y de preferente interés social. Su regulación y control corresponde al Estado, a través de TELCOR.

ARTO. 102 Queda prohibido toda forma de monopolio, o prácticas y acuerdos restrictivos en el Servicio Postal con excepción de la correspondencia franqueada que es exclusiva de la Administración Postal.

ARTO. 103 Toda persona tiene derecho a la inviolabilidad y secreto de su correspondencia con las limitaciones establecidas por la Ley.

ARTO. 104 El Estado garantiza la prestación del Servicio Postal Universal, entendiéndose como tal la admisión, procesamiento, transporte y entrega en todo el territorio nacional de correspondencia que comprende las cartas, tarjetas postales, impresos y paquetes y encomiendas postales pequeñas hasta un determinado peso, cuyo límite superior lo fijará el Reglamento, de acuerdo a las

prácticas y convenios internacionales.

ARTO. 105 Corresponde a Correos de Nicaragua, en su carácter de Administrador Postal del Estado, prestar el Servicio Postal Universal en todo el territorio nacional y dar cumplimiento a los acuerdos y convenios postales internacionales.

ARTO. 106 El servicio postal comprende la administración, transporte y entrega de los envíos de correspondencia tales como cartas, tarjetas postales, impresos, cecogramas, pequeños paquetes y encomiendas, así como la prestación de servicios postales de valores y otros calificados como postales por las normas pertinentes, con sujeción a las disposiciones vigentes y a lo establecido en los Convenios y Acuerdos Internacionales que hayan sido ratificados. Las diversas categorías y clases de envíos de correspondencia, así como sus condiciones de admisión y tratamiento, serán señaladas en el reglamento respectivo.

ARTO. 107 El servicio postal, en todas sus formas y modalidades, se rige por la presente Ley, por sus reglamentos y por las disposiciones emanadas de la autoridad competente, con sujeción a lo establecido por los Tratados y Acuerdos Internacionales que el País haya ratificado.

Capítulo II

De las Concesiones

ARTO. 109 El servicio postal es un servicio público que se efectúa u opera por concesión otorgada por TELCOR.

ARTO. 110 En los contratos de concesión se observará, entre otras, las siguientes disposiciones normativas de cumplimiento obligatorio:

- a) Los concesionarios podrán ser personas naturales o jurídicas. En este último caso pueden organizarse en cualesquiera de las formas previstas por la Ley.
- b) Las concesiones serán otorgadas directamente por TELCOR mediante contrato sin necesidad de licitación pública, a los particulares que soliciten prestar el servicio postal y que cumplan los requisitos exigidos en el reglamento correspondiente. Esta concesión se otorga basado en el Reglamento.
- c) Las concesiones son temporales, bajo sanción de nulidad. El Plazo no podrá exceder de cinco años, pudiendo renovarse por igual período.
- d) El ámbito territorial de la concesión puede ser local, regional, nacional o

internacional. Esta precisión es necesaria en cada contrato de concesión.

e) Los concesionarios están obligados a admitir y a expedir los envíos de correspondencia que les sean encargadas y que se encuentran de acuerdo a la reglamentación vigente.

f) Los concesionarios quedan facultados para pactar libremente con los usuarios del servicio, las tarifas correspondientes. TELCOR fijará los límites máximos y mínimos de las tarifas sociales, tomando en consideración los Convenios Internacionales.

g) Las empresas extranjeras que deseen obtener una concesión, deberán establecerse en el país y se someterán expresamente a las leyes y tribunales de la República, renunciando a toda reclamación diplomática.

h) Corresponde al Estado, a través de TELCOR supervisar la actividad de los concesionarios de acuerdo a sus contratos respectivos.

ARTO. 111 Las empresas postales concesionarias del servicio postal, salvo la empresa estatal que brinde este servicio, están obligadas a abonar una tasa por concepto de concesión del servicio postal a favor de TELCOR.

ARTO. 112 Es responsabilidad de TELCOR velar por la eficacia de los servicios postales en resguardo de los derechos de los usuarios.

ARTO. 113 Los usuarios que sean afectados en sus derechos a causa de defectos en la prestación del servicio postal, podrán acudir a la oficina de Correos más cercana para ser atendidos al nivel correspondiente en el plazo que establecerá el Reglamento. De no lograr respuesta o solución a su reclamo, el usuario tiene derecho de recurrir a TELCOR.

ARTO. 114 Se designa a TELCOR en su carácter de Ente Regulador para que ejerza las facultades inspectoras y sancionadoras respecto a los operadores de servicios postales que existan en el país, señalando en el reglamento respectivo los tipos de infracciones y sanciones, las que no podrán ser superiores a las que establecen en esta Ley.

Capítulo III

De la Empresa Nacional

ARTO. 115 La empresa CORREOS DE NICARAGUA es la empresa de Correos cuyo propietario es el Estado de Nicaragua, organizada como persona jurídica de derecho privado, bajo la forma comercial de sociedad anónima.

ARTO. 116 Corresponde a TELCOR la representación del Estado Nicaragüense ante los Organismos Internacionales Postales, pudiendo adoptar acuerdos normativos, además de aprobar, suscribir y ratificar los actos de la Unión Postal Universal (UPU) y las Uniones Postales restringidas. TELCOR puede delegar su representación en "Correos de Nicaragua", en casos específicos.

ARTO. 117 Otórgase a Correos de Nicaragua la concesión, sin exclusividad, del servicio postal en todo el país. Esta concesión obliga a "Correos de Nicaragua" a prestar el servicio postal en todo el país, con carácter de administración postal del Estado, encargada del cumplimiento de los acuerdos y convenios internacionales.

ARTO. 118 Corresponde a "Correos de Nicaragua" exclusivamente la elaboración del Calendario Anual de emisión de Sellos Postales (estampillas), la financiación de su emisión y su comercialización. Adicional e indistintamente podrá utilizar máquinas franqueadoras y otros sistemas análogos y convenientes. El monto que se recaude por estos conceptos, así como los generados por la venta de servicios y actividades complementarias, además del producto de actividades financieras, constituyen recursos propios de "Correos de Nicaragua".

ARTO. 119 El presupuesto total de servicios personales, operaciones, inversiones y otros, serán cubiertos íntegramente con recursos propios, sin gravar el Tesoro Público de la Nación. Sin embargo para el cumplimiento del Arto. 105 de la presente Ley el Tesoro Público de la Nación compensará a Correos de Nicaragua el monto no recuperable por prestar el servicio postal en aquellas localidades donde los costos por dichos servicios sean mayores que los ingresos. Dicho monto será certificado por TELCOR. No se concederá exoneración, franquicia total o parcial, que graven a "Correos de Nicaragua", salvo lo dispuesto en los convenios internacionales y las que disponga el Estado, en cuyo caso sufragará su costo mediante aportaciones directas para este fin.

ARTO. 120 Las instituciones del Estado, Entes Autónomos y Municipalidades deberán utilizar preferentemente los Servicios Postales que brinde Correos de Nicaragua. Si existiese algún contrato de servicios de Correos entre estas instituciones y cualquier correo privado, éste deberá ser rescindido en el término de sesenta días a más tardar, a partir de la entrada en vigencia de la presente ley.

ARTO. 121 Se establece a favor de Correos de Nicaragua la facultad exclusiva de establecer buzones de depósito para la correspondencia y el establecimiento de Apartados Postales.

ARTO. 122 Se reserva de manera exclusiva para Correos de Nicaragua la utilización y explotación comercial de la palabra "Correos" a fin de evitar confusión entre el público en su identificación como entidad encargada de la Administración Postal del Estado.

TÍTULO X

Capítulo único

Disposiciones Transitorias y Finales

ARTO. 123 Las empresas de transporte y de mensajería que se encuentran prestando servicios postales y extra postales, contarán con un plazo de sesenta días a partir de la publicación de la presente Ley, para adecuarse a esta nueva normativa.

ARTO. 124 Los Derechos adquiridos por los concesionarios de licencias y permisos, con anterioridad a la entrada en vigencia de la presente Ley conservarán su validez y tendrán un plazo de noventa días para adecuarse a las disposiciones de esta Ley.

ARTO. 125 Deróganse todas las disposiciones que se opongan a esta Ley. Los Reglamentos dictados de conformidad con leyes y Decretos anteriores continuarán en vigencia, en todo aquello que no se opongan a la presente Ley.

ARTO. 126 La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta, Diario Oficial. Dado en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional a los veintiún días del mes de Julio de mil novecientos noventa y cinco.

Luis Humberto Guzmán

Presidente de la Asamblea Nacional

Ray Hooker Taylor

Secretario de la Asamblea Nacional

Por tanto: Téngase como Ley de la República. Publíquese y Ejecútese. Managua,
ocho de Agosto de mil novecientos noventa y cinco.

Violeta Barrios de Chamorro

Presidente de la República de Nicaragua

Anexo 4

Ley No. 182

Ley de Defensa de los Consumidores

Capítulo I

OBJETO Y AMBITO DE APLICACION DE LA LEY

Art. 1. La presente Ley tiene por objeto garantizar a los Consumidores la adquisición de bienes o servicios de la mejor calidad, en sus relaciones comerciales, mediante un trato amable, justo y equitativo de parte de las empresas públicas o privadas, individuales o colectivas.

Art. 2. Esta Ley es de Orden Publico e Interés Social, los derechos que confiere son irrenunciables y prevalecen sobre otra norma legal, uso costumbre, práctica comercial o estipulación en contrario.

Art. 3. Son actos jurídicos regulados por esta Ley, los realizados entre dos partes que intervienen en una transacción en su carácter de proveedor y consumidor; el objeto recaerá sobre cualquier clase de bienes o servicios públicos o privados.

Se incluyen servicios públicos tales como el suministro de energía, acueductos y alcantarillados, telecomunicaciones y correos, puertos, transportes y otros similares.

Se exceptúan los servicios que se prestan en virtud de una relación laboral y los servicios profesionales regulados por otra ley.

Art. 4. Para los efectos de esta Ley se adoptan las siguientes definiciones:

a) Consumidores: Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final bienes, productos o servicios de cualquier naturaleza.

b) Proveedores: Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores.

Art. 5. La importación, producción y comercialización de medicamentos de consumo humano deberá ser reguladas por el Poder Ejecutivo. El control de calidad y precios de estos productos deberán ser parte de estas regulaciones.

CAPITULO II

DISPOSICIONES GENERALES

Art.6.- Los bienes y Servicios que se oferten en el territorio nacional, deberán cumplir con las condiciones de cantidad y calidad de modo que su retribución sea equivalente al pago que hace el consumidor, todo de acuerdo a las normas de calidad etiquetas, pesas y medidas y demás requisitos que deban llenar los bienes y servicios que se vendan en el país.

Art. 7.- Los productos, actividades y servicios puestos a disposición de los consumidores no, deben implicar riesgos para la salud o la seguridad, de los, consumidores. Cuando la utilización de un bien o servicio signifique riesgo para la salud debe ser puesto en conocimiento de los consumidores por, medios, claros y apropiados. Quienes incurran en violación a esta disposición, responderá civil o criminalmente, según el caso.

Art. 8.- Cuando exista escasez de productos básicos de consumos necesarios para la subsistencia humana, el Ministerio de Economía y Desarrollo tomara las medidas necesarias para evitar su acaparamiento por las personas que se dedican a su comercialización.

Art. 9.- No podrá condicionarse la venta de un producto a la prestación de un servicio o a la adquisición de otro bien no requerido por el consumidor; salvo cuando se trate de ofertas o de la prestación de servicios en la que los prestatarios importan sus, repuestos para dar ese servicio.

Es obligación de los proveedores, extender factura o constancia por la venta de bienes o servicios se, exceptúan los bienes básicos de consumo popular.

Art. 10.- Los representantes, distribuidores o expendedores de determinada marca de bien, están obligados a mantener la necesaria cantidad de repuestos que garantice, plenamente, la reparación del bien objeto de la representación distribución o expendio, en caso de deterioro del mismo.

Art. 11.- Las autoridades administrativas competentes por si o en colaboración con organizaciones de consumidores realizen campañas o actividades educativas con la finalidad de mantener informados a los consumidores sobre calidad de los productos, seguridad o riesgos que representa contra la salud.

Capítulo III

Derechos de los Consumidores.

Art. 12.- Los consumidores tienen derecho a:

- a) Protección de la salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios:
- b) Educación para el consumo;
- c) Una información veraz, oportuna, clara y adecuada sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado;
- d) Un trato equitativo y no abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios;
- e) Una reparación integral, oportuna y adecuada de los daños y perjuicios sufridos y que sean responsabilidad del proveedor;
- f) Exigir el cumplimiento de las promociones y ofertas cuando el proveedor no cumpla;
- g) Asociarse y constituir agrupaciones de consumidores;
- h) Acceder a los órganos administrativos o judiciales correspondientes para la protección de sus derechos y legítimos intereses;

- i) La preservación de un medio ambiente adecuado que garantice la conservación y desarrollo de los recursos naturales;
- j) Reclamar a las instituciones del Estado la negligencia por los servicios públicos prestados y que hayan producido un daño directo al consumidor;
- k) Estar protegido en relación a su vida, su seguridad y sus bienes, cuando haga uso de los servicios de transporte terrestre, acuático y aéreo, todo cargo de los proveedores de estos servicios, que tienen que indemnizarlos cuando fueren afectados.

Capítulo IV

Información y Publicidad.

Art. 13.- Todo proveedor de bienes brindará al consumidor información clara, veraz y suficiente al menos sobre las siguientes características:

- a) Composición, finalidad y aditivos utilizados;
- b) Cantidad de productos;
- c) Fecha de producción y vencimiento del producto;
- d) Instrucciones e indicación para su uso;
- e) Advertencia, riesgos e incompatibilidades con otros productos.

Art. 14.- Los proveedores de servicios deberán tener una tarifa adecuada a la clase de los mismos, expuesta en sitio visible del lugar en que se prestan, y ajustarse a ella sin perjuicio de detallar al consumidor los materiales empleados, no incluidos en la tarifa con su precio respectivo.

Art. 15.- Los precios de los bienes y servicios deberán incluir el valor de los mismos y toda clase de impuestos o cargas a que se encuentren afectos y que

sean a cargo del consumidor. El monto del precio deberá indicarse en moneda nacional, de manera clara. y se exhibirán a la vista del público.

Art. 16.- Los datos que ostenten los productos en sus etiquetas o empaques, se expresarán en idioma Español; y se ajustarán estrictamente a su naturaleza, características y condiciones, además de la finalidad enunciada; todo de acuerdo a las leyes sobre la normalización, etiquetas, metrología y al reglamento de la presente Ley.-

Las leyendas garantizantes o cualquier otra equivalente deberán indicar en qué consiste la garantía, las condiciones, formas, alcances, plazos y el lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva; además se utilizarán términos claros y precisos.

Art. 17.- Cuando se exhiban al público productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, se deberán indicar tales circunstancias en las facturas, de manera clara y precisa.

Art. 18. Cuando se exija algún requisito para la venta de determinado producto o servicio y el consumidor lo cumple, no podrá negársele a éste la adquisición del producto o prestación del servicio ni podrá cobrársele un precio mayor que el de la oferta publicada.

Art. 19.- La oferta, promoción y publicidad falsa o engañosa de productos, actividades o servicios constituye delito de estafa, sin perjuicio de otras responsabilidades penales y civiles.-

Se considera que hay engaño cuando:

a) En cualquier tipo de información, comunicación, publicidad comercial, envases o etiquetas se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente impliquen inexactitud oscuridad, omisión, ambigüedad o exageración:

b) Se induzca al consumidor a engaño, error o confusión sobre:

- El origen comercial geográfico del bien ofrecido:
- El lugar de prestación del servicio:
- Componentes o ingredientes del bien ofrecido:
- Los beneficios e implicancias del uso del producto o la contratación del servicio:
- Las características básicas del producto vender o el servicio a prestar, tales como dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad u otros:
- Fecha de elaboración y vida útil del bien:
- Los términos de garantías que se ofrezcan:
- Los reconocimientos nacionales o extranjeros tales como medallas, premios, trofeos o diplomas:
- El precio del bien ofrecido, las formas del pago y el costo al crédito.

Art. 20.- En las promociones y ofertas comerciales deberá indicarse en forma clara los términos de la misma, o sea su plazo o duración y la calidad y número de bienes o servicios ofrecidos. Cuando se tratara de dinero, deberá especificarse la suma total ofrecida debidamente desglosada en los diversos premios, si los hubiere. Esta información podrá ser verificada por la autoridad competente.

Capítulo V

De la Protección Contractual y del contrato de Adhesión. -

Art. - 21.- Se entiende por contrato de adhesión aquel cuyas cláusulas se establecen unilateralmente por el proveedor de bienes o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar Sustancialmente su contenido al momento de contratar. -

Art. 22. - Los contratos de adhesión deberán cumplir con los siguientes requisitos:

a) Estar escritos en idioma español. En las comunidades indígenas que se expresan en lenguas autóctonas, el contrato deberá también estar escrito ea sus propias lenguas;

b) Redactados en términos claros y sencillos;

c) Legible a simple vista para una persona de visión normal;

d) No ser remitidos a textos o documentos que no se faciliten al consumidor; previa o simultáneamente a la celebración del contrato, cuando tales textos o documentos no sean del conocimiento público.-

Art. 23.- Las cláusulas de los contratos serán interpretados del modo más favorable al consumidor.-

Art. 24.- No producen ningún efecto las cláusulas de un contrato cuando en ellas se establezca alguna de las siguientes circunstancias:

a) Modificación unilateral del contrato o la rescisión del mismo por parte del proveedor, en perjuicio del consumidor;

- b) Exoneración del proveedor de su responsabilidad civil; salvo que el consumidor caiga en incumplimiento del contrato;
- c) Fijación de término de prescripción inferiores a los establecidos en el Código Civil;
- d) Limitar u obstaculizar el derecho de acción del consumidor contra el proveedor, o invertir la carga de la prueba en perjuicio del consumidor;
- e) Imposición obligatoria del arbitraje;
- f) Renuncia de los derechos del consumidor contenidos en la presente Ley. -

Capítulo VI

De las operaciones de Crédito y las ventas a Domicilio.-

Art. 25.- En las operaciones de venta en que se conceda crédito a los consumidores, deberá indicarse de manera clara lo siguiente;

- a) Precio de venta de contado del producto que se ofrece;
- b) Valor del pago inicial o prima;
- c) Tasa de interés que se aplicará sobre el saldo, así como tasa de interés moratorio en caso de no pagar en el tiempo indicado, las cuotas de amortización;
- d) Monto total de los intereses a pagar;
- e) Detalle y monto de cualquier otro recargo que se aplique en el contrato;
- f) Suma total a pagar por el bien o servicio ofrecido;
- g) Derecho del Consumidor a pagar anticipadamente el crédito con la deducción de los intereses aún no causados.

Los contratos que se realicen a crédito deberán extenderse en original y duplicado, uno para el proveedor y otro para el consumidor.-

De las Ventas a Domicilio.-

Art. 26.- Venta a domicilio es la que se efectúa fuera del local o establecimiento del proveedor y en el domicilio del consumidor. Deberá estar amparada en documento escrito que deberá contener el nombre, dirección y teléfono del proveedor, representante o distribuidor; descripción del bien o servicio de que se trate señalar la garantía ofrecida. Si la modalidad es a crédito deberá cumplir con lo establecido en el artículo anterior.-

Capítulo VII

Responsabilidad Civil.-

Art. 27.- El proveedor incurre en responsabilidad Civil en los casos siguientes:

- a) Venta de bienes y servicios atribuyéndoles características o cualidades distintas de las que realmente tiene;
- b) Falta de cumplimiento con las condiciones de la oferta, promoción o propaganda;
- c) Venta de bienes usados o reconstruidos, como si hieran nuevos;
- d) Promoción de bienes y servicios con base a declaraciones falsas, concernientes a desventajas o riesgos de la competencia;
- e) Ofrecer garantías sin estar en capacidad de darlas.

Capítulo VIII

Del Procedimiento.-

Art. 28.- El consumidor podrá optar por pedir la rescisión del contrato o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios,

cuando la cosa u objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos que la hagan impropia o disminuyan su calidad o su posibilidad de uso, al que normalmente se le destina; y que de haberlos conocido el consumidor éste no los hubiere adquirido.

Art. 29. Los consumidores deberán realizar directamente ante el expendedor las reclamaciones por compra de bienes de mala calidad o con defectos identificados por aquéllos, sin perjuicio de que posteriormente se determine si las responsabilidades deben correr a cargo del importador, distribuidor o fabricante.-

Art. 30.- Los consumidores tendrán derecho a la reposición del producto o en su caso a la devolución de la suma pagada por el mismo, en los siguientes casos:

a) Cuando habiendo sido considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto sea inferior al que debiera ser, o la calidad sea inferior a la indicada en el envase o paquete;

b) Si el producto se encontrare en mal estado.-

Art. 31. Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho a que se le repare sin costo adicional en el plazo más breve posible, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios que correspondan. Este derecho deberá ejercerse dentro de los treinta días siguientes, a partir de la recepción del bien. -

Art. 32.- Los derechos que esta ley otorga a los consumidores con respecto a las responsabilidades civiles, deberán ser ejercidos dentro un plazo de 15 días a la fecha de la recepción del bien o dentro de 30 días cuando se trate de servicios; el proveedor deberá dar satisfacción al reclamo en un plazo que no exceda de los 10 días.

Art. 33.- Si el proveedor no satisface el reclamo al consumidor, éste lo interpondrá ante el órgano competente que designe el Ministerio de Economía y Desarrollo,

quien intervendrá para hacerle valer su derecho; todo de acuerdo al procedimiento administrativo que se establezca en el reglamento a la presente ley.-

Art. 34.- El Ministerio de Economía y Desarrollo en uso de las facultades que les confiere la presente ley puede ordenar las siguientes sanciones:

- a) Reposición inmediata del producto u objeto del reclamo;
- b) Devolución de la suma pagada en exceso por el mismo;
- c) Establecer multas en los límites administrativos y de acuerdo con el reglamento que se establezca;
- d) Cierre temporal en caso de reincidencia o de alta peligrosidad, o cierre definitivo cuando no haya otra solución de negocios, de establecimientos o unidades de producción. Quedan a salvo los derechos de los trabajadores;
- e) Realizar decomisos, en coordinación con el Ministerio de Salud, cuando los productos representen riesgos para la salud, estén adulterados o se compruebe que infringen las disposiciones sobre normalización, etiquetas, metrología y el reglamento de la presente ley;
- f) El funcionario o empleado público pondrá en conocimiento a la parte que corresponda, la demanda presentada para que en un término de 48 horas la conteste. Las partes presentarán las pruebas del caso en un plazo de ocho días, debiendo el funcionario fallar a los tres días de vencido el plazo. Las partes podrán apelar ante el Ministerio de Economía y Desarrollo en un plazo de dos días a partir de la notificación; el Ministerio deberá fallar en un plazo fatal de tres días.-

Art. 35.- Cuando de acuerdo a lo establecido en la presente ley y al Código Penal vigente, se deduzcan responsabilidades penales, el interesado interpondrá la denuncia o acusación en su caso ante la autoridad jurisdiccional competente. -

Capítulo IX

Derechos de representación, consulta y participación de las Asociaciones de consumidores.-

Art. 36.- Las asociaciones de consumidores se constituirán de acuerdo a lo establecido en la Ley General sobre Personas Jurídicas sin Fines de Lucro y tendrán como finalidad la defensa de los intereses de los consumidores, incluyendo la educación e información de los mismos; podrán recibir ayudas y subvenciones de parte del Estado.-

Art. 37.- Las asociaciones de consumidores tienen derecho a representar a los mismos en las instancias administrativas que se establezcan, por lo que no podrá negárseles ninguna información relacionada con los objetivos que se persiguen; y sus directivos serán atendidos con diligencia por los funcionarios o proveedores-

Art. 38.- No podrán disfrutar de los beneficios reconocidos en esta ley; las asociaciones que concurren en alguna de las siguientes circunstancias:

- a) Percepción de ayuda o subvenciones de las empresas o agrupaciones de empresas que Suministren bienes, productos o servicios a los consumidores:
- b) Realizar publicidad comercial y no meramente informativa de bienes productos o servicios.-

Capítulo X

Disposiciones Finales. -

Art. 39. Corresponde al Ministerio de Economía y Desarrollo la competencia y aplicación de la presente ley, asimismo adoptará las estructuras organizativas necesarias, previa consulta con las asociaciones de consumidores, para hacer efectivo el cumplimiento de las mismas. -

Art. 40.- Las multas establecidas en la ley y los montos regulados en el reglamento serán depositados a la orden del Ministerio de Economía y Desarrollo,

en un fondo especial destinado a llevar a cabo una campaña permanente de divulgación y educación al consumidor. Dicho fondo especial será auditado en su manejo por la Contraloría General de la República. También deberán ser beneficiados con el 25% de este fondo las asociaciones de consumidores establecidas en el artículo 36 de esta Ley.

Art. 41.- Dentro de los 180 días siguientes a la entrada en vigencia de esta Ley, el Presidente de la República elaborará y publicará su reglamentación.

Art. 42.- Los servicios profesionales que carezcan de regulación propia, dispondrán de un período de dos años para regular su práctica, contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley; si no lo hicieren durante este período les serán aplicables las disposiciones de esta Ley y su reglamento. -

Art. 43. La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación en cualquier medio de comunicación social sin perjuicio de su posterior publicación en Le Gaceta, Diario Oficial y causará todos los efectos legales que procedan aún no estando reglamentada.

Dado en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional, a los veintisiete días del mes de Septiembre de mil novecientos noventa y cuatro.

Reinaldo Antonio Téfel Vélez, Presidente de la Asamblea Nacional por la Ley.

Ray Hooker Taylor Secretario de la Asamblea Nacional. -

Por Tanto:

Téngase como Ley de la República. Publíquese y ejecútese. Managua, primero de Noviembre de mil novecientos noventa y cuatro.

Violeta Barrios de Chamorro,

Presidente de la República de Nicaragua.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Código Civil de la República de Nicaragua.
- ✓ Código del Comercio de la República de Nicaragua.
- ✓ Davara Rodríguez, Miguel Ángel, Manual de Derecho Informático, ED. Arazandi, S.A., Madrid, Octubre 1997.
- ✓ Ettore Giannantonio: “El Valor Jurídico del Documento Electrónico”, en Informática y Derecho (Desalma, Buenos Aires, 1987), Vol. 1, Pág. 94 y siguientes.
- ✓ Gaete González, Eugenio Alberto: “Instrumento Público Electrónico” (Bosch, Madrid, 2000), pág. 168 y siguientes.
- ✓ Guía para la Incorporación al derecho interno de la Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.
- ✓ Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico.
- ✓ Ley 34/2002 Ley de Servicios de Sociedad de Información y Comercio Electrónico.
- ✓ Matamoros Cáceres, Luís Salvador, Gutiérrez Vilchez, Israel,

Comercio Electrónico, León, Nicaragua, 2002.

- ✓ Navas Mendoza, Azucena; “Curso Básico de Derecho Mercantil”, Tomo II. ED. Universitaria, UNAN – León, 2004.
- ✓ Noguera Rivas, Rossana Gabriela; Determinación de la Oferta en los Contratos Electrónicos; León, Nicaragua; Septiembre 2004.
- ✓ Piura Julio, Introducción a la Metodología de la investigación científica. ED. El Amanecer.
- ✓ Robleto Arana, Cristian Alberto, Comercio Electrónico, Validez y Eficacia Jurídica de los Contratos Vía Electrónica, Managua, Nicaragua, Diciembre 2002.
- ✓ Sánchez Kenia, Uriarte Belkis, Paguaga Yaoska; Derechos Fundamentales de los Usuarios de Salud Mental en la Legislación Nicaragüense y su aplicación en el Municipio de León; León, Nicaragua; Agosto 2002.
- ✓ Sarasa López, Miguel Ángel, Presente y Futuro del Comercio Electrónico, julio 2000.
- ✓ <http://www.eniac.com/notiedi.htm>
- ✓ <http://www.xpaces.com/ce/>

- ✓ <http://www.generalidadesdelcomercioelectronico.htm>

- ✓ <http://www.un.or.at/uncitral>