



Noviembre 2000 -
Enero 2001

México: el comercio electrónico un reto



Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por Humberto Lagarde Moguel
Número 20

¡Felicidades! Usted ganó la subasta de una moneda de plata conmemorativa del Mundial de Fútbol México 86". Es lo primero que leo en mi correo al revisarlo como todas las mañanas. Le escribo al vendedor, solicitándole nos pongamos de acuerdo en la forma del pago y la entrega. Acordamos que le deposite el dinero. Lo hago en la página del banco en segundos. A los dos días, mi artículo está en casa. Nunca conocí a mi interlocutor personalmente.

Al encender la computadora y conectarme a la Internet se abre un abanico de posibilidades de información para todo mundo: portales, bancos, juegos, noticias, foros, chats, y hasta sin salir de casa puedo comprar un sin fin de bienes y servicios mediante las ventas en línea: ropa, alimentos, carros, casas, mis vacaciones, discos, libros, y más.

Al escribir "comercio electrónico" en el buscador *Altavista.com*, aparecen más de 100 mil páginas en español relacionadas con el tema, tan sólo en ese motor de búsqueda, hecho que señala que esta nueva forma de hacer comercio está ganando muchos espacios en el Word Wide Web.(1)

En México, existen poco más de dos millones de usuarios de Internet activos de los cuales un 20% compra en la Red; del total de dichas compras el 70% lo hace en el extranjero, según un estudio realizado por la International Data Corporation Select (IDC).(2)

La definición

La Comisión Europea define al comercio electrónico como "cualquier actividad que involucre a empresas que interactúan y hacen negocios por medios electrónicos, bien con clientes, bien entre ellas, o bien con la administración".(3)

Estos tres tipos de relación económica se manejan de la siguiente forma:

Business to Business (B2B).- Comercio de empresa con empresa; regularmente se intercambian insumos para la operación de las mismas.

Business to Consumer (B2C).- Es el comercio de una empresa o tienda hacia un particular.

Consumer to Consumer (C2C).- Es el trato directo entre particulares. (4)

Otra definición lo presenta como "cualquier forma de transacción comercial en la que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo".(5)

El también llamado *e-business*, ha ido ganando ya un lugar en las economías mundiales; en las naciones más desarrolladas ocupa un sitio privilegiado y su desarrollo, por tanto, es más acelerado que en países como el nuestro.



Por otro lado, según la consultora norteamericana Forrester Research, las ventas on-line en el mundo serán del 7% de las ventas totales dentro de cinco años, alcanzando los 6.9 billones de dólares. En otras cifras, la Organización Mundial de Comercio (OMC), menciona que "es posible que el comercio electrónico a través de Internet represente el 2% de todas las transacciones comerciales en los países industrializados dentro de un periodo de cinco años".

Surge AMECE

De los esfuerzos que se han realizado en México por parte de particulares de alcanzar un esquema ordenado, seguro y actualizado para el ejercicio del comercio electrónico, en 1986 se conformó la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE), la cual promueve el uso de normas y sus beneficios para el desarrollo del Comercio Electrónico (6). Ésta se encuentra respaldada por organizaciones internacionales como *Uniform Code Council* (UCC) de los Estados Unidos de Norteamérica y, *International Article Numbering Association* (EAN).

Dicha asociación civil, promueve principalmente estándares como Código de Barras o Código de Producto, Número de Localización EAN e Intercambio Electrónico de Datos, denominado EDI. Esto gracias al trabajo que conjuntamente desarrolla mediante comités específicos como: el Comité de Identificación, integrado por grupos de trabajo Comercial y el Catálogo Electrónico de Productos, encabezado por el Ing. Ramón Vélez de Industrias Vinícolas Pedro Domecq. El Comité EDI México tiene como objetivo establecer la administración de los estándares para el Intercambio Electrónico de Datos, sobre la base de las necesidades de distintos sectores comerciales, industriales y de servicios. Éste comité está dirigido por el Dr. Gilberto Calvillo del Banco de México.

Actualmente AMECE agrupa a poco más de 15 mil empresas en contraparte con las 27 que la fundaron hace ya casi catorce años, y según su filosofía:

AMECE es de, para y por sus asociados. Todo en razón de ellos, para ellos y por ellos. Y el papel que juegan es esencial para dar o recibir conocimientos especializados, práctica administrativa y promoción permanente de estándares para el comercio electrónico reconocidos y válidos universalmente, a través de la coordinación y gestión de AMECE como foro abierto de servicio multisectorial. (7)

Las propuestas se vuelven ley

Ante el acelerado desarrollo del comercio electrónico, en México como en muchas partes del mundo, se hace cada vez más necesario contar con un marco jurídico a nivel federal para poder desarrollar la actividad comercial electrónica de forma segura y confiable.

Por lo anterior, se integró el Grupo Interinstitucional para promover la Legislación sobre el Comercio Electrónico (GILCE), el cual hace un trabajo en conjunto con el **sector privado** conformado por AMECE, la Asociación Nacional del Notariado Mexicano (ANNM), la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de la Información (AMITI), la Asociación de Banqueros de México (ABM); y por parte del **sector Público**: la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), el Banco de México, y la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE).

Los esfuerzos por modificar la legislación mexicana para el respaldo de los movimientos comerciales por la Internet, impulsados por el conglomerado de organizaciones públicas y privadas ya mencionadas, derivó en una iniciativa presentada el 15 de diciembre de 1999 en la que se propusieron modificaciones al *Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común* y para toda la República en

Materia Federal, el *Código Federal de Procedimientos Civiles*, el *Código de Comercio* y la *Ley Federal de Protección al Consumidor*.

El fruto de las propuestas se vio reflejado el 29 de abril del 2000, cuando fueron aprobadas por la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores, diversas modificaciones a los órganos jurídicos mencionados, las cuales reglamentan las operaciones comerciales hechas a través de medios electrónicos. (8)

"Las modificaciones legales, se refieren al reconocimiento del uso de medios electrónicos para la realización de actos de comercio, con todas las características que les son propias: expresión de la voluntad de las partes, ejecución y regulación de actos mercantiles y la validez de los datos transmitidos y de los medios utilizados para tal efecto", resume AMECE en su web site.

Agrega que "Las modificaciones mencionadas afectaron al *Código Civil del Distrito Federal* (con implicaciones a nivel nacional), al *Código de Comercio*, legislación de carácter federal y al *Código de Procedimientos Civiles* y constituyen el punto de partida para el desarrollo de regulaciones específicas en la materia".

Es así, como la regulación y los avances en materia jurídica benefician y sustenta, en el escenario tecnológico, el desarrollo de comercio electrónico en México. Entonces las naciones en su conjunto deben de trabajar para aprobar leyes y tratados que involucren de forma global los planes de una economía manejada por la WWW; además, que garantice la autenticidad, seguridad y movilidad de las operaciones y movimientos económicos que con el transcurrir de los días serán cada vez de cantidades monetarias mayores.

En México, con la llegada al poder del gobierno encabezado por el presidente Vicente Fox Quezada, todos aquellos que estamos ligados a los asuntos del ciberespacio esperamos que la nueva administración brinde verdadero apoyo y alternativas para el desarrollo y cobijo de las nuevas tecnologías informáticas si verdaderamente se quiere que en los próximos años nuestro país esté protagonizando el progreso del comercio electrónico en América Latina.

Referencias:

1. **Altavista Research. Disponible en :** <http://www.altavista.com>
2. **Negocios on-line: pasos y claves para triunfar. (2000, octubre). PC Magazine, p.73**
3. **Comercio electrónico, Definición. Disponible en:** <http://www.fueva.uva.es>
4. **Negocios on-line: pasos y claves para triunfar. (2000, octubre). PC Magazine, p.77**
5. **Comercio electrónico, Preguntas y respuestas (2000, noviembre). Disponible en:** <http://www.interplanet.es>
6. **AMECE es para el Comercio Electrónico. Disponible en:** <http://www.amece.com.mx/>
7. **AMECE es para el Comercio Electrónico. Disponible en:** <http://www.amece.com.mx/>
8. Esto posteriormente publicado en el Diario Oficial de la Federación en su edición del 29 de mayo de 2000

Humberto Lagarde Moguel
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Ciencias de la Comunicación. UNAM