



Revista IUS

ISSN: 1870-2147

Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla, Departamento de Investigaciones

García Peña, José Heriberto; Ho Sánchez, Augusto

Editorial

Revista IUS, vol. 12, núm. 41, 2018, Enero-Junio, pp. 05-08

Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla, Departamento de Investigaciones

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293258387001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

 EDITORIAL

José Heriberto García Peña
Augusto Ho Sánchez

*Habrán dos tipos de negocios en el siglo XXI:
aquellos que estén en internet y
aquellos que ya no existan*

Bill Gates
COFUNDADOR DE MICROSOFT, 1999

El Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla, con la coordinación del Tecnológico de Monterrey, a través de la Escuela de Ciencias Sociales y Gobierno, representado por el subgrupo de investigación “Derecho en la Sociedad del Conocimiento”, y en colaboración con la ilustre Federación Iberoamericana de Asociaciones de Derecho e Informática (FIADI) presentan a todos los miembros de la comunidad académica y de la esfera jurídica de Iberoamérica la publicación número 41 de la revista *Ius*, del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla, México.

Partiendo de las normas temáticas que guían el trabajo del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla, en alianza con el Tecnológico de Monterrey, el enfoque de esta edición se propuso como eje temático central “Derecho y empresa: realidades, retos y perspectivas de los negocios digitales”.

Sucede que hoy en día, las empresas, y en especial los empresarios, recurren al profesional del derecho, ya no sólo para promover o enfrentar un juicio o para recibir asesoramiento. Hoy, además, los actuales y futuros empresarios (sean pequeños, medianos o grandes), confrontan cada vez mayores y complicadas situaciones asociadas a la problemática jurídica de los negocios. Esto se da por el dilema que implica el ejercicio actual del comercio en el entorno digital.

En los últimos diez años, la revolución digital ha conquistado gran parte del mundo. En lo que a comunicaciones se refiere, internet ha resultado el fenómeno de más rápida expansión que se haya dado nunca. Los adelantos que lo han hecho posible no sólo han producido cambios en el terreno de las comunicaciones, sino que también han propiciado un desarrollo espectacular de la nueva economía digital. Esto se refleja en el acceso a los mercados financieros y la dinámica del flujo comercial, en las innovadoras formas de hacer comercio y en las nuevas posibilidades de gestión de compra para los consumidores.

Dado el impresionante alcance de todas esas situaciones novedosas, en el centro aparece el comercio electrónico (*e-Commerce*, en inglés). Este último se ha convertido en una actividad de gran trascendencia económica, política y social. El comercio realizado por medios electrónicos no es sólo una novedad, sino que, con la aparición de internet (una “red de redes” sin normas registradas), ha dado lugar a una expansión internacional extraordinaria respecto al número de usuarios y la gama de aplicaciones útiles en nuestra vida cotidiana.

En muchas regiones del globo ha empezado a cambiar de manera significativa la manera en que los particulares, las empresas y los Gobiernos estructuran su labor, sus relaciones y la forma en que llevan a cabo sus actividades comerciales.

El comercio electrónico constituye entonces una nueva forma de estrategia empresarial basada en el uso de las redes de telecomunicación para desarrollar actividades comerciales. Abarca cualquier operación mercantil que permite el uso de diversos medios electrónicos que van desde correo electrónico, EDI, transferencia de ficheros, fax, videoconferencia, *World Wide Web*, internet, EFT, tarjetas inteligentes, cajeros electrónicos, así como cualquier otra forma de establecer negocios sobre redes digitales. Permite el intercambio de documentos comerciales (mensajes, facturas, contratos) a través de redes telemáticas y en un formato normalizado. Asimismo, a la hora de definir y lanzar un proyecto de comercio electrónico, los emprendedores y comerciantes no pueden ni deben olvidar el cumplimiento de las obligaciones y requisitos establecidos legalmente, cuya finalidad es dotar de seguridad jurídica al negocio. Así, se debe reconocer tanto a comerciantes como a consumidores sus obligaciones, derechos y garantías.

En México se ha incrementado el uso de internet y el comercio electrónico, por lo que estas disposiciones jurídicas requieren actualizaciones acordes con esta nueva realidad. Ya han pasado diecisiete años, y los avances tecnológicos y el crecimiento del comercio en línea hacen imprescindible contar con leyes más especializadas y modernas.

Es aquí donde interviene el derecho. Por su papel, implica trascender y equilibrar el orden jurídico. Esto conlleva analizar las nuevas concepciones del comercio digital y su realidad, así como sus retos y proyecciones futuras, dada su importancia como incentivo para la creatividad humana dentro de la búsqueda del progreso y desarrollo económico y social de los países. Se deben encontrar vías y métodos justos para los medios legales que sirven para facilitarlo en el entorno internacional; ello debe involucrar a los tratados y normativas que ofrecen una protección multilateral. Estos últimos deben analizarse siempre, tanto en el derecho positivo mexicano como en el derecho comparado iberoamericano.

Aunque es previsible que la evolución legislativa siga su curso, el marco legal existente ofrece el reconocimiento necesario para las transacciones electrónicas, en las cuales, desde luego, está cimentado el comercio electrónico y la economía del siglo **xxi**. Aun cuando México ocupa el segundo lugar en comercio electrónico en América Latina, queda mucho por aprender y regular. El reto de lograr que la legislación avance a la misma velocidad que la práctica y sus controversias es cada vez mayor. Por esto son relevantes las negociaciones internacionales de los acuerdos de libre comercio que incluyen el comercio electrónico.

No es posible ni conveniente marginar el comercio digital de los nuevos acuerdos comerciales. Sería hasta ilógico hacerlo. Lo importante es que se reglamente debidamente para proteger los intereses a corto y largo plazo de los ciudadanos (consumidores) y para que no se obstruya la creación de sus propias empresas (pymes). Otorgar demasiadas concesiones en nuestros países sería crear un precedente muy arriesgado.

Por tanto, los artículos, comentarios y ensayos con análisis y reflexiones que aquí se verán expresados están relacionados con diversos temas, pero están agrupados en las siguientes seis grandes áreas temáticas:

- Entorno comercial actual: ciencia y tecnología y desarrollo sustentable en el sector de las telecomunicaciones para las pymes; el comercio electrónico, sus modalidades y regulación; definición del término; una visión de conjunto de su alcance y su expansión actual; evolución del derecho privado en el contexto internacional.
- Problemáticas jurídicas directas: entorno sin papel (contratos electrónicos); internet (jurisdicción y derecho aplicable); tecnología digital (problemas de observancia y confidencialidad); controversias (resolución y enfoques).
- Propiedad intelectual y su repercusión: derecho de autor y derechos conexos, patentes, marcas y nombres de dominio, competencia desleal, armonización de sistemas.
- Prestación digital de servicios: administración y gestión empresarial, equipamiento técnico, sistemas multiagentes y su papel como intermediarios, competitividad y derechos del consumidor, plataformas informáticas, economía colaborativa, políticas nacionales.
- Firma electrónica y manejo de datos: herramientas tecnológicas, normalización jurisdiccional, identidad digital, la firma electrónica avanzada, tratamiento de datos, reformas empresariales en materia de transparencia y avisos de privacidad.

- Nuevas iniciativas en los negocios digitales. Aquí se agrupan temas libres pero abiertos a propuestas novedosas y originales: los nuevos entornos en los procesos judiciales, administración de justicia y el derecho de acceso, los ODR y su influencia; técnicas de compliance (conformidad) empresarial, cómputo en la nube, redes sociales, ciberfraude, prevención delictiva y cultura de la legalidad en la empresa; peritajes, inteligencia artificial y nanotecnología; nuevos modelos de negocio en internet, recuperación y portabilidad de los contenidos, responsabilidad del proveedor y cualesquiera otros derivados de nuevos acuerdos internacionales.

El doctor José Heriberto García Peña, destacado profesor investigador del Tecnológico de Monterrey, miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 2, llevó a cabo la coordinación de este número. De conjunto con el presidente de la Federación Iberoamericana de Asociaciones de Derecho e Informática (FIADI), el doctor Augusto Ho Sánchez (distinguido abogado y reconocido jurista panameño), hacen constar su pleno reconocimiento por el apoyo y la confianza depositada a todos los autores y autoras que disertaron con sus artículos. Asimismo, agradecen el valioso apoyo y la formalidad en el trabajo demostrado por los editores y la labor de conjunto con la dirección de la revista *IUS* en la persona del estimado colega y amigo, el doctor Carlos Villabella Armengol.

¡Enhorabuena para Iberoamérica! Ya ponemos en sus manos este número 41.