

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN DERECHO

**Análisis de la digitalización de negocios (PYMES)
y su regulación en México de 2020 a la fecha**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN DERECHO

P R E S E N T A

DIANA DANIELA ESPINOZA ARELLANO

D I R E C T O R

DR. RODRIGO MAISON ROJAS

Ciudad de México, febrero de 2025.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

DEDICATORIAS

A mi querido padre porque con gran esfuerzo me dio la oportunidad de llegar hasta donde estoy, gracias por protegerme y quererme tanto; especialmente a mi hermosa madre que me ha impulsado, motivado y retado a ser profesional, son absolutamente todo para mí.

A mis amados abuelos, a mi querida tía Montse y a mi hermanita Juliana por apoyarme tanto,

A mi pequeño Sunny por permanecer a mi lado durante la realización de este proyecto.

Ustedes constituyen la fuerza y razón que me impulsa a seguir adelante para hacer realidad los objetivos trazados.

AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Rodrigo Maison Rojas, por tomar la acertada decisión de dedicarse en gran parte a la docencia. Gracias por formar, guiar e inspirar en la culminación de estudios profesionales para así, algún día, poder estar a su nivel académico. Gracias por el esfuerzo empleado en cada clase, por la paciencia para dirimir dudas con singular facilidad. Gracias por ser incisivo en que la disciplina y constancia nos lleva a lograr objetivos inimaginables.

Gracias por forjarme en el ámbito del derecho, pero, sobre todo, gracias por enseñarme a creer en mí y a nunca rendirme.

Mi total admiración para usted, siempre.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO.....	5
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.3 OBJETIVO GENERAL.....	15
1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
1.4 PREGUNTA GENERAL.....	16
1.4.1 PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	16
1.5 DEFINICIONES DE MI CONSTRUCTO	16
1.5.1 DEFINICIÓN PERSONAL	19
1.6 ESTADO DEL ARTE	20
1.7 JUSTIFICACIÓN	22
1.8 ALCANCES	24
1.9 MARCO METODOLÓGICO	25
1.10 PARADIGMA	25
1.11 METODOLOGÍA JURÍDICA	26
1.12 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	26
1.13 ENFOQUE CUALITATIVO	27
1.14 MÉTODOS	27
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS (PYMES).....	30
2.1 TEORÍA FRANCESA.....	31
2.2 TEORÍA ALEMANA (NEGOCIO JURÍDICO)	33
2.2.1 HECHO JURÍDICO	35
2.2.2 ACTO JURÍDICO	36
2.3 CONTRATOS	36
2.4 CONTRATOS DIGITALES (FIRMA ELECTRÓNICA)	39

2.5 COMERCIO ELECTRÓNICO	41
2.6 PLATAFORMAS DIGITALES	42
2.7 DIGITALIZACIÓN	43
2.8 NEGOCIOS O EMPRESAS	46
2.8 CONCEPTO	49
2.8.1 ELEMENTOS OBJETIVOS.....	51
2.8.2 ELEMENTOS SUBJETIVOS	53
2.9 PYMES	55
2.9.1 MEDIANAS EMPRESAS.....	58
2.9.2 PEQUEÑAS EMPRESAS.....	60
2.10 BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DE LA PANDEMIA	62
CAPÍTULO III. MARCO LEGAL DE LA DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS (PYMES).....	74
3.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.....	76
3.2 TRATADOS INTERNACIONALES.....	79
3.2.1 T-MEC.....	84
3.3 LEGISLACIÓN FEDERAL.....	86
3.3.1 CÓDIGO DE COMERCIO.....	91
3.4 REGLAMENTO DEL ARTÍCULO 89 DEL CÓDIGO DE COMERCIO	94
3.5 CONCLUSIONES	96
FUENTES DE CONSULTA	98
BIBLIOGRÁFICAS	98

INTRODUCCIÓN

En la actualidad nos encontramos rodeados de un sin fin de productos, catapultados entre la publicidad de los mismos que emanan de las diferentes plataformas digitales en las que nos encontramos suscritos, todo al alcance de la aceptación de un mensaje de datos y de la proporción de nuestros datos personales; aunado a que a causa de la pandemia la mayoría de las marcas reinventaron sus servicios, es decir, por un lado algunas aceleraron su desarrollo “omnicanal”, usando al máximo las *apps* de entrega a domicilio directas, mientras que otras optaron por el uso de plataformas tecnológicas que les permitieron llevar un mejor control de uso, trazabilidad, capacitación y consultas que todos los involucrados en el proyecto empresarial hacen, informando los resultados de los mismos a través de programas multimedia (estadísticas). Comenta Ferenz: “... Dadas las facilidades de las mismas plataformas para la capacitación de los empleados, el uso de las herramientas digitales disminuye en un 70% la curva de aprendizaje y el costo que representaba dicha capacitación”. (2022)

En ese sentido las estrategias de ventas atractivas para el consumidor *post pandemia* radican en la velocidad, creatividad, demanda y experiencia. El consumidor durante los primeros meses de confinamiento se dedicó a limpiar y desinfectar su hogar, empero también incursionó en la experiencia del tren del

ejercicio y la saludable alimentación, por lo tanto, desde la comodidad de su hogar decide dotarse de productos que le sirvan para sentirse perteneciente a un sector impuesto por el consumo de las redes sociales; consecuentemente los hábitos de consumo han cambiado, por lo que las empresas no pueden pretender seguir viviendo como lo hacían hace cinco o 10 años; ahora se deben involucrar en la innovación del mundo real que ve hacía el futuro, imponiendo una tecnología que trae consigo metaversos, nuevas formas de pago (criptomonedas), siendo así que el mundo virtual también importa.

Con todo, la competencia de las pequeñas, medianas y grandes empresas se caracteriza por la liberalización de los mercados crecientes y mayor exigencia de los consumidores que cada vez se encuentran más informados.

En habidas cuentas la interacción social dio lugar a una comunidad virtual, el acceso e intercambio de información se hicieron cada vez más normales y necesarias, la publicidad y divulgación de la información, las transacciones comerciales se pudieron llevar a cabo de una manera más económica, lo que conllevó a la posibilidad de la utilización del internet con nuevos propósitos comerciales.

De esta manera el confinamiento obligatorio destacó las necesidades de la sociedad y la problemática en la que todos nos vemos inmersos como consumidores o proveedores de servicios para la correcta utilización de los medios, así como para la protección de nuestra privacidad involucrada en las plataformas digitales empresariales en comento.

CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO PRIMERO. MARCO METODOLÓGICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A finales del primer trimestre del año 2020, sobrevino el inicio de un confinamiento a nivel mundial derivado de la nueva enfermedad ocasionada por el virus denominado SARS-COV-2, (COVID-19); según Guillén: “apareció a finales de 2019 en la provincia China de Wuhan, identificándose como la crisis económica del coronavirus, el mensaje de dicha definición es que todo iba bien en la economía mundial hasta que irrumpió la pandemia”. (2020, p.246).

Estamos ante el efecto de una pandemia que cuenta con dos directrices, es decir, por un lado, tuvo un fuerte impacto significativo en aspectos económicos, educativos, laborales, raciales, etc., la irrisoria idea de una “cuarentena pasajera” se desmoronó al pasar de los meses, que irremediamente se convirtieron en más de un año de suspensión de actividades no esenciales en el sector público, privado y social.

La campaña “Sana distancia”, que el Gobierno Federal de México puso en marcha desde el 30 de marzo del 2020 con la finalidad de mitigar la dispersión y transmisión del virus SARS- CoV-2 en la comunidad, para disminuir la enfermedad, complicaciones y muerte por COVID-19 en la población residente del territorio nacional. (Secretaría de Salud, 2020).

Posteriormente, la humanidad se tuvo que adaptar a una “nueva normalidad”, impuesta para salvaguardar y preservar la salud, iniciando entonces, una nueva cuenta regresiva que haría notar a aquel preparado equipo capaz de conseguir aquella codiciada vacuna que nos regresaría a esa (ahora anhelada) antigua

normalidad, sin KN95, gel antibacterial, tapetes sanitizantes o la ya acostumbrada sana distancia.

En suma, la emergencia sanitaria provocó en México una desaceleración económica, aparejada de la pérdida de empleos que no sólo significa la disminución de ingresos del hogar, sino también la imposibilidad de hacer uso de las prestaciones laborales a las que tienen acceso como por ejemplo a los servicios de seguridad social y de salud. (CONEVAL, 2020).

Esta fase tuvo su manifestación más importante en los meses de abril y mayo, aunque en algunos sectores se extendió incluso hasta el mes de junio y, en algunos otros hasta hace poco seguía vigente.

En definitiva, aquellas grandes generadoras de empleos y motor de desarrollo de México y el mundo, haciendo referencia a las PYMES (pequeña y mediana empresa) o bien, MYPYMES, (que también incluyen a las microempresas), se vieron desprotegidas, amenazadas e incluso forzadas a desaparecer, según lo indican los datos obtenidos del análisis de Esquivel del Indicador Global de Actividad Económica (IGAE):

El Indicador Global de Actividad Económica (IGAE) de abril disminuyó en 17.3% con respecto a marzo, la contracción más grande de toda su historia para solo un mes. Dicha caída fue resultado de una disminución tanto en la actividad industrial (-25%) como en el sector de servicios (-14%). De éstos, la caída más profunda fue en los servicios de alojamiento temporal y de alimentos y bebidas, que cayeron en un 60% adicional, seguido del Comercio al menudeo (-31%), transporte, correos y almacenamiento (-26%), servicios de esparcimiento, culturales y deportivos (-24%) y comercio al mayoreo (-15%). En la industria la caída provino tanto de la construcción (-33%) como de las manufacturas (-31%). (2020).

Dentro de este orden de ideas, se implementaron políticas que pretendían salvaguardar el bien jurídico tutelado como lo es la salud, pero nunca se echó un vistazo a los cuasi emprendedores; pequeños empresarios que no tomaron en

cuenta la teoría de la imprevisión para con el Estado mexicano. “Ese precepto considera que debe aplicarse la imprevisión en los contratos a largo plazo, condición o de tracto sucesivo, cuando surjan en el intervalo acontecimientos extraordinarios de carácter nacional, así como el contenido de un acontecimiento extraordinario”. (Chirino, 2012, p. 328).

Evidentemente, es necesario destacar el nivel de pobreza laboral en el que México se ve sumergido debido a la emergencia sanitaria que azotó al mundo, en dicho escenario, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) analizó la información disponible de ocupación y empleo para aproximar la pobreza laboral, así como conocer los grupos de población más afectados por la interrupción de actividades económicas:

Se menciona como: información disponible, debido a que la fuente de información, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) suspendió las encuestas que implican la interacción cara a cara, entre éstas la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), que es la fuente de información que usa el CONEVAL para calcular los indicadores de pobreza laboral. (INEGI, 2020).

Por lo anterior, se llevó a cabo una Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo (ETOE), el INEGI menciona “resultan una aproximación a los indicadores que tradicionalmente capta la ENOE, por lo que la comparación es útil como medio de referencia”. (2020).

La actividad económica tuvo una reducción de 1.2 % respecto al trimestre inmediato anterior, medida con el Producto Interno Bruto (PIB). De forma anual, presentó una reducción de 2.2% en este indicador. Después del inicio de la contingencia, la actividad económica tuvo una caída mensual de 17.3% en abril con respecto a marzo, medida con el Indicador Global de la Actividad Económica (IGAE). El empleo formal, de acuerdo con datos publicados por

el IMSS, en abril y mayo, se perdieron 899.8 mil empleos registrados en ese Instituto. Por sector de actividad económica, se observa que, respecto a marzo 2020, las ramas que presentaron mayor pérdida de empleos fueron los servicios para empresas, personas y el hogar (279.6 mil empleos); la industria de la construcción (229.4 mil empleos); y la industria de la transformación (185.2 empleos). (CONEVAL, 2020).

Si bien es cierto, el desempleo y con ello la informalidad aumentaron con fuerza, las empresas, sean del tamaño que sea, han sido las más afectadas y desestimadas a pesar de conllevar gran parte del flujo de capital de los países. Se les exige siempre invertir en “permisos burocráticos” para continuar con su circulación, además de una adaptación obligatoria a las nuevas reformas legislativas. Según la Encuesta de Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental en Empresas de la CDMX (ECRIGE-CDMX):

Cada PYME gastó en corrupción y trámites burocráticos 77 mil 120 pesos, de cada envío de remesas se cobra en promedio 13.1 dólares de comisión y, se agrega: todo intermediario que no obsequie un valor encarece tus productos y toda burocracia termina con más impuestos para tu vida: tiempo, dinero y esfuerzo. (Levy, 2021).

Cabe considerar por otra parte y, a manera de resumen, el tema del outsourcing (subcontratación) y su afectación a las MYPYMES que, con la reforma, ahora las empresas tienen que incorporar a su nómina a los empleados que antes estaban bajo dicho esquema. La Ley Federal del Trabajo en su artículo 15 dispone que las personas físicas o morales que proporcionen servicios especializados o ejecuten obras especializadas deben contar con un registro ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Según el presidente de la Comisión Laboral Nacional (COPARMEX):

Se prohíbe el poner a disposición trabajadores propios en beneficio de otros, sin embargo, se permite la subcontratación de obras y servicios especializados que no forman parte del objeto social de las empresas beneficiarias o de su objeto preponderante, creando nuevas obligaciones como inscribirse en el Registro de Prestadoras de Servicios Especializados u Obras Especializadas (REPSE), la cual está regulada por la STPS, reportando así, las actividades realizadas por las empresas. (2020).

La Ley Federal del Trabajo, en su artículo 1004-C, establece multas desde 250 a 5000 veces el salario mínimo general para las empresas que operen sin tener el registro ante la STPS.

Las subcontratistas deberán identificar a todo su personal, para que no exista duda de cuál es la empresa responsable laboralmente de cada trabajador o trabajadora, otorgándosele así, un folio para el tipo de actividad u obra especializada que realiza, y que de no estar vigente, podrían estar cayendo en una actividad ilegal, por lo que los pagos que hagan no serán deducibles y el IVA no será acreditable, dicho con otras palabras, la reforma permite prohibir los esquemas de subcontratación que permiten la evasión fiscal. (Mares, 2021).

Las pequeñas, medianas e incluso las microempresas son generadoras de autoempleo, emprendedores que se arriesgan a invertir y confiar en ellos mismos, en sus trabajadores y posibles futuros clientes para el alcance y proyección de una idea, un sueño, un intento por romper esquemas. Durante la redacción de este planteamiento del problema se menciona a la corrupción, debido a que, al no contribuir a ésta, no es posible conseguir las constancias de cumplimiento y, como argumenta Fernando Ylanes Martínez presidente de la Comisión de Seguridad Social y Recursos Humanos de la Concanin: “1. las empresas se van a contratar con las empresas grandes; 2. Se emplean nuevamente, es decir, dejan de ser empresarios, lo que lleva a una reducción de sus ingresos; 3. Se van a informalizar o desaparecer”. (2021).

En resumen, las MYPYMES, quieren y requieren subsistir y mantenerse vivos en el mercado laboral, económico y financiero, debiendo crear entonces, estrategias de modelos de administración perfectamente alineados para acreditar el cumplimiento tanto con sus subordinados, así como con el fisco, entender además, quién debe registrarse y quién no, no obstante, esto no les ha sido posible debido a la falta de capacidad económica, al desconocimiento imperante de la misma ley, debido a “las complicaciones” que les implica, es decir, es imperativo realizar una simplificación de las leyes reguladoras de los sujetos mencionados, generar una certeza jurídica, fuentes capacitadoras para erradicar este sesgo tan arraigado, al respecto, Atzayacatl Peñaloza, director regional de Mercer, sugiere: “se necesita de una alianza tripartita entre gobierno, empresas y colaboradores. Un gobierno asistencialista no económico, sino de capacidad, ir generando ayuda hasta acercarlos a la tecnología”. (2021).

Como segunda directriz, mencionada al inicio, a pesar de los bemoles provocados por la COVID-19, surgió una evolución que conlleva una adaptación a las tecnologías digitales, ya que a pesar de los intentos de reapertura, casi la totalidad de nuestra vida diaria, desde la educación y las compras, hasta el ocio y el trabajo ocurren en línea, de cierta forma nos abrió los ojos a millones de personas, incluyendo a aquellos que idealizaban a la tecnología como “roles” establecidos para solo un específico y limitado grupo de personas.

En función de lo planteado, una de las grandes ventajas de la emergencia sanitaria fue la digitalización de los negocios mismos; dicho de otro modo, se compró por emergencia alimentos, medicinas, agua, el reemplazo de aparatos

electrodomésticos averiados recurriendo al canal digital como única opción, lo que anteriormente era sólo una alternativa, Rosa Cortes miembro de *Co Founder & COO* – *Envioclick*, afirma: “La pandemia avanzó la digitalización del mercado”. (2021).

El mercado mexicano, dentro del marco del *E-COMMERCE*, presentó un crecimiento vs el 2019 de más del 81%, según el estudio realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), el comercio electrónico generó en 2020 un total de \$316 mil millones de pesos, lo que presentó un 9% del total de menudeo en México. (AMVO, 2021).

A partir de la reforma en Telecomunicaciones promulgada en el año 2013, en México el acceso a internet es un derecho garantizado por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, reformando los artículos 6°,7°,27,28,73,78.94, y 105. Ahora todos los mexicanos tienen acceso a un teléfono inteligente, el cual funge como factor esencial al momento de constituirse como un potencial consumidor dentro de la industria digital, es decir, de este modo, se puede obtener la mercancía en el momento que se requiera. En la opinión de Andrés Díaz Bedolla, director de Comercio Electrónico Global para México – Grupo Alibaba: “El nuevo comprador mexicano *On-line*, es mucho más exigente que el físico porque tiene más opciones”. (2021).

El estudio sobre ventas Online en PYMES, realizado por la Asociación Mexicana de Ventas Online, informa que los aceleradores *Market Places* implicó para las Pymes su principal fuente de ingresos, ya que por ser parte de las actividades no esenciales tenían que cerrar sus tiendas en el mundo físico y consecuentemente bajar su productividad. Amazon, Mercado Libre, Ebay, Canasta Rosa, Walmart, etc., han revolucionado la forma entera en la que los pequeños actores de la economía juegan y compiten con los grandes corporativos. (AMVO, 2021).

Dentro de este orden de ideas, es imperativo resaltar que dichas plataformas funcionan por medio de algoritmos de búsquedas relevantes de sus consumidores,

es decir, sí es necesaria una evolución al mercado digital, misma que ya está en marcha para evitar desempleo y por ende escases económica, no obstante, es conveniente cuestionarse qué ocurre con nuestros datos personales e incluso biométricos (plataformas digitales, aplicaciones que funcionan con la identificación de la huella digital). Desde el punto de vista de Ytzia Belausteguigoitia, directora de *Co-CEO-Troquer*. “La tecnología de la información me permite tener una trazabilidad de un cliente y me permite potencializar el servicio que yo le puedo brindar, habilitando la tecnología circular”. (2021).

En resumidas cuentas, las leyes, las empresas y los usuarios deben mantener una credibilidad en el sistema. La reforma Fintech (finanzas digitales), no prevé los alcances generados en el último año debido a la aceleración digital, es decir, el comercio electrónico, tanto como los pequeños emprendedores requieren de una infraestructura, capacitación y simplificación legislativa, que los proteja de fraudes (robo de identidad), tecnología que les ayude a verificar si el comprador es el verdadero; por otro lado, el usuario debe estar consciente de la funcionabilidad que se le da a sus datos, mismos que son generados desde las redes sociales con las que interactúa dentro de las diferentes plataformas digitales.

En internet existen aproximadamente 4 mil 500 millones de usuarios activos con intereses y gustos diferentes, mediante *marketing* basado en datos, los anunciantes pueden afinar la publicidad a fin de que reciban mensajes acordes a sus preferencias. *Facebook* nos comparte las claves para que las marcas mejoren el alcance, medición y optimalización de sus estrategias comerciales con consumidores potenciales. (Mejía, 2021).

Si bien es cierto, el derecho se ve obligado a responder a los cambios económicos, sociales, científicos, técnicos, culturales y políticos en espacios y

tiempos históricos determinados, entonces, por qué no reaccionar eficazmente en el campo del mercado digital... México debe adaptarse a la nueva economía digital, no abstenerse de ella. Vivimos en un mundo de data que implica para las pymes una estrategia centralizada de *marketing*, logística (invertida), atención potencial al cliente, finanzas digitales, etc. Según datos de la revista Forbes México: "En el 2020 se duplicaron el número de pymes vendiendo en línea, pero el 85% dice no saber cómo vender *on-line*". (2021).

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según datos de la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), al cierre del año 2020, debido a la pandemia que azotó al mundo se registró un incremento del 81% en compras online a comparación del año anterior, en donde se hablaba de una problemática para atraer a consumidores mexicanos al mercado digital, por lo tanto, disminuyó considerablemente el nivel de desarrollo que se esperaba alcanzar en un periodo de aproximadamente cinco años; ahora se estima que para el año 2023 México esté a un nivel de penetración económica como Brasil, quien hasta ahora se posiciona como el país #1 en el *e-commerce*.

El confinamiento generó un nuevo mercado de ventas online imperativo para productos básicos, como medicamentos, agua, etc., no obstante, decayeron considerablemente las pequeñas empresas, quienes se vieron obligadas a claudicar. Si bien es cierto, se abrió una nueva brecha para el mercado, pero no ha sido posible que todos (compradores/vendedores) se incorporen debido a la

problemática de desconfianza, falta de apoyo y conocimiento digital. Es entonces, cuando incursiona el mercado extranjero quienes, mediante sus plataformas digitales comercializan y registran grandes cantidades de ingresos económicos a partir de la venta de productos mexicanos, por lo tanto, según la revista FORBES MÉXICO, el 85% de las pymes dice no saber cómo vender online.

A pesar de los esfuerzos por proteger al consumidor mediante infraestructura tecnológica y logística (para enviar y devolver el producto adquirido), implementación de reglas para el consumidor y vendedor (PROFECO y BANCOS), existe una falta de regulación dentro del derecho electrónico para el uso de datos personales (DATA) generado en plataformas digitales.

1.3 OBJETIVO GENERAL

Analizar la digitalización de negocios (PYMES) y su regulación legislativa en México a partir de periodo 2020 a la actualidad.

1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir los antecedentes tanto de las PYMES, como del comercio electrónico en México.
2. Analizar el *e-commerce* y su impacto en las PYMES. Vgr., comercio, empresas, consumidores, vendedores, data, plataformas digitales, conservación de datos personales, aunado a los nuevos métodos de pago.

3. Analizar la regulación legislativa dentro de diversos marcos legales para las pymes dentro del comercio electrónico.

1.4 PREGUNTA GENERAL

¿Qué efectos conlleva la digitalización de las pymes?

1.4.1 PREGUNTAS ESPECÍFICAS

1. ¿Cuáles son los antecedentes del *e-commerce* y de las PYMES?
2. ¿Qué es el comercio electrónico?, ¿Qué son las PYMES?
3. ¿Cómo está regulado el *e-commerce* en México?

1.5 DEFINICIONES DE MI CONSTRUCTO

La constitución de una empresa engloba un propósito, líderes, accionistas (sociedad), denominación o razón social, aportación industrial y/o económica, un plan de gestión de presupuesto (elementos objetivos), mismo que trae aparejado un riesgo expectante entre la suerte de incrementar el "*fond de commerce*" o el desencanto de perderlo todo. Barrera Graf., dice que la empresa es: "...el conjunto de personas y cosas organizadas por el titular con el fin de realizar una actividad onerosa, generalmente lucrativa de productos o de intercambios de bienes o de servicios destinados al mercado". (2010, p. 101).

En esta perspectiva, Cervantes, deduce: “Empresa, es la universalidad de hecho constituida por un conjunto de trabajo de elementos materiales y de valores incorpóreos, coordinados para la producción o el intercambio de bienes o servicios destinados al mercado general”. (2010, p. 101).

Dentro de este orden de ideas, el artículo 16 de la Ley Federal del Trabajo plantea que “la empresa es la unidad económica de producción de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa”. (Ley Federal del trabajo, 1970).

Empero, el artículo 16 del Código Fiscal Federal indica “...Se considera empresa la persona física o moral que realice actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, pesca y silvícolas, ya sea directamente, a través de fideicomiso o por conducto de terceros”. (Código Fiscal Federal, 1981)

De esta manera es importante resaltar a la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) que, de acuerdo con la Secretaría de economía es un tipo de sociedad que surge para atender a las micro y pequeñas empresas por su importancia en la producción y distribución de bienes y servicios, así como en la generación de empleo: “puede constituirse a través de medios electrónicos y sin la intervención de fedatario público; no requiere un capital mínimo” (Secretaría de economía, 2020).

Entonces, y, a juicio de un análisis realizado por la OECD, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y los emprendedores son impulsores fundamentales

de la innovación y la generación de empleo, por consiguiente, también propician el desarrollo y la cohesión social: “PYMES, aquellas con un máximo de 250 empleados que aceleran el crecimiento económico, generan empleos y reducen la pobreza”. (2013, p.34).

Desde la posición del Fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa “las pymes son pieza fundamental para el fortalecimiento de la riqueza del país y representan el 99.8% de las empresas y 72.3% de las fuentes de empleo en México”. (2021).

La Secretaría de economía da a conocer:

Las PYMES emplean a más de la mitad de la fuerza laboral en las economías del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Contribuyen significativamente al crecimiento económico, con una proporción del Producto Interno Bruto (PIB), que oscila entre el 20% y el 50% en la mayoría de las economías APEC., sin embargo, solo representan el 35% o menos de las exportaciones directas. (2021).

En esta perspectiva, es importante mencionar el impacto de las nuevas tecnologías, dentro del marco de estos grandes y principales generadores de fuentes de empleo, de este modo las MYPYMES como empresas digitales “son unidades económicas que pueden beneficiarse del uso de las TIC para sus actividades comerciales, ya que tienen mayor libertad para adoptar un modelo de negocio sin la presión de la restructuración de relaciones existentes, como las empresas de alta escala”. (Oropeza, 2018, p. 10).

A propósito de lo anterior, es imperativo resaltar definiciones sobre el comercio electrónico. De este modo, la Secretaría de Economía en su sección

nombrada MYPIMES, destaca: “el comercio electrónico es un modelo de negociación basado en la compra, venta y comercialización de productos y servicios a través de medios digitales (páginas web, redes sociales, etc.)”. (Secretaría de Economía, 2021).

En la opinión de Oropeza: “el comercio electrónico es la compraventa o intercambio de bienes a través de medios electrónicos”. (2018, p. 04).

Por otra parte, Vanhoose manifiesta: “Cualquier proceso que conlleva el intercambio de propiedad o el uso de derechos para bienes y servicios vía electrónica, vinculando dispositivos y comunicando interactivamente dentro de la red”. (2003, p. 07).

Por último y de acuerdo con la OCDE: “el comercio electrónico utiliza de forma proactiva un conjunto de estrategias para aumentar la competitividad de las PYMES en el mercado global”. (Oropeza, 2018, p. 10).

1.5.1 DEFINICIÓN PERSONAL

Las PYMES son la base laboral y por lo tanto económica de México; quienes se adaptan a la innovación y desarrollo de herramientas de comercio electrónico tal como el “*marketing digital*” que funge como segunda plataforma (necesaria, no opcional) para la distribución de sus productos y/o servicios que les permita establecer una presencia y lograr una permanencia a largo plazo dentro del mercado comercial.

1.6 ESTADO DEL ARTE

Temas y políticas clave sobre PYMEs y emprendimiento en México. La temática que comprende este artículo de investigación parte de análisis estadísticos sobre el apoyo que el gobierno mexicano ha brindado para coadyuvar con los nuevos emprendedores a partir de la creación de diversos programas sociales en beneficio de los sujetos mencionados. El informe estudia la situación de dicho progreso y evalúa las oportunidades para fortalecer más la economía mexicana mediante las PYMEs y el emprendimiento. Consiguientemente, utiliza una postura dialéctica -documental y un enfoque de investigación mixta, ya que parte de un análisis de otras plataformas digitales, tales como la Secretaría de economía, el Fondo PYME, INEGI, entre otras, que fungen como material comparativo para la OCDE, mismo que, como instrumento genera graficas a partir de diferentes estadísticas referentes a la economía de México, su nivel de desempleo y el número aproximado de PYMEs, creadas hasta el año 2013, lo que genera el resultado siguiente: “Las PYMEs, representan el 98% de las empresas y 72.3% de las fuentes de empleo en México, es decir, estas empresas son vitales para la economía mexicana”. (OECD, 2013, p. 30).

La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano, realizado por su autora Karina Doris Oropeza, emprende un análisis jurídico sobre la competencia económica que se desprende del “nuevo comercio electrónico” que se ve involucrado en los sectores de economía mexicana al incrementar la producción de las empresas que incursionan en él. De este modo,

parte de una postura hermenéutica - documental con un enfoque de investigación cualitativa, mismo que se sirve de opiniones y clasificaciones doctrinales, que le brindan apoyo para la construcción de una definición propia del comercio electrónico.

Comercio electrónico en México. Propuesta de un modelo conceptual aplicado a las PyMEs. Mediante un nivel de investigación descriptivo, el autor de este artículo científico desarrolla diferentes tipos de “modelos de negocios” que contribuyen a una mejor organización y formalización de las empresas que incursionan en el marco del comercio electrónico, realizando un nuevo proyecto de adopción del mismo. Como elementos metodológicos destaca la postura constructivista, la revisión documental, con un enfoque cualitativo, valiéndose de organigramas comparativos que le permiten resaltar los análisis de otros autores.

Comercio electrónico como estrategia impulsora de las exportaciones en México. Las empresas tienen que innovarse si quieren incrementar su fuente de ingresos económicos, esto último a partir de convertirse en las principales exportadoras del país... pero, cómo saber que realmente funciona aventurarse a tan “arriesga” actividad. En esta revista indexada, se emplea una metodología de campo, es decir, “se analizó a 30 empresas establecidas en México, sobre su importe de ventas por sector, la distribución geográfica en internet de las ventas, con la finalidad de analizar la rentabilidad de invertir en el *e-commerce* como estrategia impulsora de exportaciones en México”. (Helgueros, 2010, p. 81).

En suma, utiliza un tipo de investigación aplicada, empírico – analítica, mixta, pues pretende determinar cuestionamientos específicos acerca de la problemática planteada, (estadísticas), lo que como resultado trae aparejado un incremento en las estrategias de mercado que, junto con una investigación exploratoria en internet se realiza conjuntamente una comparación con el mercado extranjero.

Marco jurídico de la protección de datos personales en las empresas de servicios establecidas en México: desafíos y cumplimiento. En este artículo se plantea la problemática sobre el uso indebido de la información o la vulneración de medidas de seguridad de la misma, lo cual pone en entredicho la reputación de las empresas, por ende, las podría hacer acreedoras a diversas sanciones.

Empero, se realiza un “análisis histórico sobre los antecedentes involucrados ante el derecho a la protección de datos personales en posesión de las empresas de servicios establecidas en México”. (Mendoza, 2018, p.2).

En esta perspectiva, con una metodología principalmente hermenéutica - documental, con un enfoque cualitativo, se analizan los preceptos legales que coadyuvan con el derecho humano a la protección de datos personales para luego, incrementar la factibilidad de las empresas, “analizando e interpretando este derecho y sus desafíos, desarrollando una propuesta para incrementar el cumplimiento de la ley”. (Mendoza, 2018, p. 5).

1.7 JUSTIFICACIÓN

El confinamiento impuesto por el Gobierno Federal de México derivado de la propagación del virus SARS-CoV-2 que, además de elevar la tasa de mortalidad en

todo el mundo, trajo consigo una nueva perspectiva de la frase “renovarse o morir”, en vista de la suspensión de actividades no esenciales que culminaron con la mayoría de comercios establecidos dentro de la república mexicana. Consiguientemente, a medida que “la cuarentena” se iba extendiendo todos nos vimos obligados a vivir a través de plataformas virtuales misma que, de ser vista como una opción de segundo plano, se transformó en una imperiosa herramienta mundial.

Por esta razón, millones de empresas de todos los tamaños, lograron renovarse, las más desafortunadas se fueron a la quiebra y muchas otras comenzaron a partir de ello (y, van viento en popa), no obstante, no han logrado dimensionar los riesgos que esto conlleva, ya que la pretensión consiste solamente en satisfacer al cliente con un producto y/o servicio, sin embargo, no son expertos dentro del ámbito digital, ni mucho menos legal.

Existen leyes que protegen directamente al consumidor, no obstante, no se le enseña al comerciante digital a manejar y sobrellevar los datos personales y la implicación legal que estos traen consigo, ni el consumidor distingue que regala el contenido de su *smartphone* con un solo *click*.

En consecuencia, se pretende proponer una simplificación de las leyes implicadas en el derecho informático, que protejan al nuevo empresario y consumidor digital, normativizar los complementos digitales para generar una verdadera evolución en dicho ámbito.

1.8 ALCANCES

Dentro del alcance como nivel de profundidad que se le dará a esta investigación, se optará por el analítico, mismo que, consiste en “desmembrar” un todo en pedazos para estudiar cada variante obtenido, así como sus relaciones entre sí y con el mismo todo. Desde el punto de vista de Ruiz: “El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Va de lo concreto a lo abstracto”. (2006, p. 134).

Para comenzar, esta investigación aspira a la propuesta de un incremento de las PYMES, en el sector digital, a incentivar la creación y divulgación de talleres que, sin tecnicismos logren acercar al emprendedor a nuevas vías de desarrollo comercial (exportadoras), convenientes ya que, al ser la mayor fuente de ingresos económicos de México, auxiliar a que se alejen de la informalidad y coadyuven con el Estado disminuiría significativamente la brecha de pobreza laboral, aunado a su vez, de la simplificación y alcances de las leyes laborales y financieras, dicho con otras palabras, es imperativa la aceptación y regulación de los nuevos métodos de pago como las criptomonedas y sus derivados (Bitcoin, Wallet, Bitso, etc.).

El inexorable aceleramiento digital nos obliga a la adaptación en todos los aspectos, es decir, debe ver más allá de lo social y, revolucionar también. las normas que regularizan nuestras conductas previendo situaciones y no esperar a que estas sucedan.

1.9 MARCO METODOLÓGICO

El tema que nos convoca surge para definir un esquema de pasos a seguir para la realización de la presente tesis, mediante la descripción de los diferentes métodos y técnicas a emplear para la obtención de información necesaria, dicho con otras palabras, un marco metodológico “permite descubrir una propuesta de estudio para reconstruir datos a partir de un concepto teórico, así como detallar cada aspecto seleccionado a desarrollar dentro del proyecto de investigación, mismo que deberá ser justificado por el investigador”. (Azüero et ál., 2019, p. 10).

1.10 PARADIGMA

En el paradigma planteado, esta tesis se realizará desde una teoría del conocimiento constructivista, misma que para Piaget, se construye a partir de una interacción dialéctica entre el sujeto y los objetos: “El sujeto selecciona, transforma, adopta e incorpora las significaciones del contexto a sus propias estructuras cognoscitivas, para lo cual debe reconstruir a las mismas”. (1989, p.9).

En suma, la investigación no sólo tiene la finalidad de descubrir una realidad o fundar leyes, sino que pretende su transformación. “El movimiento en espiral (lo nuevo no destruye a lo anterior, sino que lo integra en sí y lo mejora para superarlo)”. (Enríquez, 2019, p. 46).

Piaget caracteriza a las ciencias como un centro de instituciones sociales que se transforman de acuerdo a las diferentes épocas y por ende a sus respectivas

sociedades: “El conocimiento no es universal, es diverso, cambia según el tipo de sociedad, con e tipo de cultura y con la época”. (1984, p.12).

Luego, se expone que, “conocer es organizar los datos de la realidad, darles un sentido, lo cual significa construir una lógica de la acción”. (Piaget, 1984, p. 12).

Finalmente, y, en palabras de García, “el constructivismo tiene como referente, no al individuo aislado, sino a la sociedad en la cual está inserto”. (2000, p. 34).

1.11 METODOLOGÍA JURÍDICA

Siguiendo las cosas así, esta tesis se analizará desde la epistemología jurídica del realismo sociológico, dentro de la cual, se estudia la eficacia de las normas, se explican las causas por las cuales las normas son acatadas por sus destinatarios y se niega la validez de los mandatos derivados de la autoridad que no logren aceptación en sus destinatarios. respecto a esta corriente doctrinal, García Máynez, plantea la siguiente crítica:

Si la vigencia de las normas depende del vínculo social que los sujetos puedan sentir respecto a ellas, se despojaría de vigencia al resto de los preceptos del sistema que no son vinculantes. Tampoco se puede limitar la vigencia de las normas a la aplicabilidad que hacen de ellas los órganos jurisdiccionales, porque el resto, al no ser aplicadas, no podrían ser consideradas como jurídicas. Por su parte, el legislador, no hace depender la obligatoriedad de las leyes a la aceptación de los sujetos o al vínculo que puedan sentir éstos por ellas, lo que el legislador hace es regular la conducta de los particulares y sancionarla en caso de violación. (2009, p.153).

1.12 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El diseño será de tipo documental, es decir, dependerá de la búsqueda y recolección de datos a través de fuentes documentales como libros, revistas indexadas, notas periodísticas, leyes, actas, tratados, resoluciones, estadísticas tanto físicos como todo lo comprendido en el plano digital:

De manera literal a su nombre, depende esencialmente de la búsqueda efectuada en documentos, entendiéndose por tal, a todo aquel material al que se puede acudir en cualquier tiempo sin que se altere su naturaleza o sentido y que aporte información sobre el asunto u objeto que se está investigando. (Rubio, 2019, p. 23).

1.13 ENFOQUE CUALITATIVO

Dentro de este marco, se adoptará un enfoque cualitativo que, por su parte, emerge de la visión, entendimiento, reflexión y construcción del autor que emplea dicha técnica investigativa ésta, a partir de la intención de “documentar la realidad”. En este orden de ideas, Quintana cita a Pérez, quien señala lo siguiente:

Se centra en la comprensión de una realidad considera desde sus aspectos particulares como fuente de un proceso histórico de construcción y vista a partir de la lógica y el sentir de sus protagonistas, es decir, desde una perspectiva subjetiva. (2006, p. 48).

El mencionado enfoque, se complementa con el diseño documental, ya que infiere a la descripción reflexiva de la revisión documental disponible que enfatiza una realidad.

1.14 MÉTODOS

Por consiguiente, los métodos a emplear serán los siguientes:

- Método histórico-lógico. Con el fin de desarrollar la trascendencia del comercio electrónico dentro del derecho mexicano, su inserción y progreso en la actual era DATA; otro elemento fundamental a destacar versará sobre la creación y evolución de las PYMES dentro de su régimen normativo. Tal como se menciona, el método histórico, de acuerdo con Villabella, “Enfoca al objeto de estudio en un discurso evolutivo, destacando los aspectos generales, tendencias, progresos y etapas. Caracteriza al objeto desde lo externo, para complementarlo con el método lógico, destacando lo esencial” (2020, p.167).
- Análisis/síntesis. En relación a la temática expuesta y, partiendo del constructo número 2 (comercio electrónico) mismo que, se descompondrá en la totalidad sus elementos integradores, permitiendo así, el análisis de cada uno de ellos, Vgr., Marketing, plataformas digitales, shopper, wallet, criptomonedas, logística, reforma Fintech, el acuerdo comercial entre México, Canadá y Estados Unidos (T-MEC), era DATA (fraudes), para culminar con la digitalización empresarial y sus tipos, para luego, unirlos con una nueva perspectiva que permita un mejor entendimiento y, por lo tanto accesibilidad, visto de esta forma, el método análisis-síntesis y, dicho con palabras de Villabella: “De manera conexas, crea una fragmentación-examen-reconstrucción-visualización de interconexiones, brindando una nueva visión del objeto, esencial para su estudio”. (2020, p.169).
- Método Inductivo. A desarrollar a partir del estudio de los delitos derivados a partir de la obtención de datos personales (CONDUSEF) de los compradores

y vendedores virtuales. Villabella, considera que dicho método sigue un curso de lo particular a lo general, resaltando situaciones específicas, para las cuales, en este caso existe una normatividad específica, misma que se pretende analizar y desarrollar. (2020)

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS (PYMES)

CAPÍTULO SEGUNDO. MARCO TEÓRICO DE LA DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS (PYMES)

PRESENTACIÓN DEL CAPÍTULO

La naturaleza del ser humano radica en la exteriorización de actos (voluntarios e involuntarios) que, conforme a ellos, emanan consecuencias, mismos que a su vez se ha intentado encasillar en teorías con el propósito de otorgarle una mejor explicación y, por lo tanto, encuadre jurídico para la protección de derechos; conviene desglosar la teoría francesa (tradicional) y la teoría alemana para lograr la comprensión de los alcances de la autonomía de la voluntad del ser humano dentro de la sociedad.

Inicialmente, ambas teorías se subdividen en hecho jurídico y acto jurídico generando diferentes posturas:

2.1 TEORÍA FRANCESA

La teoría francesa es considerada tradicional al ser antecedente y base del derecho actual, “deriva de la glosa del código de Napoleón de 1804, misma que siguió nuestro Código Civil de 1870, 1884 y 1928” (Bonnecase, 1995, p. 49). Consecuentemente, se denomina “bipartita” por dividirse en los supuestos de hecho y hecho jurídico, es decir, atiende a la realización de este por medio de actos emanados de hechos naturales y le da certeza jurídica al convertirlos en actos.

Un segundo aspecto, se refiere a los actos jurídicos relevantes para la culminación de la misma, en ese sentido, Domínguez afirma que “es una manifestación de la voluntad tendiente a la producción de consecuencias jurídicas; nuestro Código se refiere al acto o al contrato (éste como una especie del acto) pero no al negocio jurídico. Es decir, se queda hasta dónde llega la teoría francesa” (2011, p.49).

En habidas cuentas, la teoría bipartita refiere que un hecho jurídico es simple y llanamente un acontecimiento de la naturaleza o en sentido estricto voluntario del ser humano tendiente a producir consecuencias jurídicas “en este supuesto la voluntad participa en la realización del acontecimiento, pero no está dirigida a producir consecuencias jurídicas, Vgr., el nacimiento de una persona, un terremoto, la muerte natural, un delito, el pago de lo indebido, gestión de negocios” (Domínguez, 2011, p.3).

Si hablamos de actos jurídicos voluntarios es conveniente destacar los supuestos previstos en la norma jurídica tales como la figura del matrimonio, la realización de un testamento o un contrato, es decir, dirigido a producir el acto y también las consecuencias de derecho.

De manera comprensible, Huerta, expone la diferencia entre el acto, el hecho jurídico, afirmando que:

No basta para la producción del acto, la manifestación de la voluntad y la intención de lograr las consecuencias de derecho, sino que, además, es necesario que estas consecuencias estén establecidas o permitidas en la ley y no prohibida, por lo cual los actos propiamente dichos son lícitos y, si resultan ilícitos, dejarían de ser actos y se convertirían en hechos. (2003, p.3)

2.2 TEORÍA ALEMANA (NEGOCIO JURÍDICO)

Empero, la doctrina alemana o tripartita parte de la estructura de la anterior, no obstante, es más clara y precisa e incluye la categoría de negocio jurídico.

En Alemania hubo una resistencia a la influencia francesa y se rechazó la propuesta de Tibault, en el siglo XIX, para copiar o adoptar el código de Napoleón y, con Savigny a la cabeza, los alemanes deciden crear su propio código civil, que entra en vigor el 1° de enero de 1900. (Huerta, 2003, p.5)

Un aspecto clave dentro de la doctrina mencionada radica en la percepción que le otorga al “hecho voluntario”, ya que ostenta a la voluntad como instrumento dentro de una realidad jurídica en sentido amplio, es decir, ya no se torna justificable, sino que se entienden como actos.

A juicio de Domínguez, esta es una teoría más profunda al tener dos especies de actos jurídicos: los que lo son en sentido estricto (consecuencias establecidas en la ley, sin prerrogativas) y el negocio jurídico mismo que se entiende como libertad del actuar en donde se pueden modificar los términos o condiciones (consecuentemente, se refiere a la autonomía). (2011, p.50)

Siguiendo lo último, la autonomía (dentro de esta teoría) es la facultad que toda persona tiene para negociar y con ello proteger sus intereses en relación con otros particulares, con sus respectivos límites dentro del mismo ordenamiento jurídico; siguiendo lo anterior, León señala: “El hecho de que la voluntad se requiera como elemento común a los actos jurídicos, no significa precisamente que quien interviene en el acto desee realizarlo, Vgr., el pago de una multa.” (2004, p.66) Esto, como crítica a la doctrina que encuadra con nuestro ordenamiento jurídico.

En ese tenor, empleando las palabras de Sánchez, quien aduce con claridad los conceptos centrales del negocio jurídico y acto jurídico de la siguiente manera:

Si bien es cierto, en ambos conceptos interviene la voluntad de los autores, empero, en el negocio jurídico los sujetos tienen la posibilidad de optar por las consecuencias jurídicas que mejor satisfagan sus intereses; por el contrario, dentro del acto jurídico no existe esa posibilidad, ya que es el ordenamiento jurídico quien determina las consecuencias jurídicas ante la realización de determinados supuestos. (1981, p. 737)

Entonces, *grosso modo*, el negocio jurídico se interpreta como un “acto jurídico especial”, que, a su vez, consiste en una manifestación de libertad hacia los deseos contractuales y, consecuentemente a realizar efectos jurídicos. “la voluntad adquirirá el rango de potestad que puede llevar a crear normas específicas tan obligatorias para las partes, como las creadas por el legislador”. (Huerta, 2003, p.5)

El análisis precedente encuadra con esa “indulgencia” que tiene el particular por la ley para auto regularse (actuar o no actuar), disponer de sí mismo, sus deseos a futuro y, crear sus propias normas obligatorias (normas dispositivas).

Dentro de las normas de orden público, se encuentran las de carácter prohibitivo e imperativas, que son derecho forzoso, es decir, no pueden ser derogadas por la voluntad de los particulares, empero, existen también las normas permisivas y que abren el gran campo del negocio jurídico. En suma, el referido, se dará no en lo que está ordenado o prohibido por la ley, sino en el campo de lo permitido, en él se dará la auto regulación de los particulares, como una competencia dispositiva, para disponer de su voluntad y en caso de conflicto, podría pedir a la autoridad que cumpla con lo pactado, convenido por los garantes de derecho. (Huerta, 2003, p.6)

En las generalizaciones anteriores, se da cuenta de los principales rasgos de la influencia francesa y alemana, que, pese a sus diferencias en torno a la claridad de la doctrina bipartita, es conveniente vislumbrar que ambas se rigen bajo el actuar (autonomía o voluntad) del ser humano, que lleva a consentir consecuencias hacia sus relaciones dentro de una sociedad.

Así mismo se busca precisar la naturaleza y características del negocio jurídico para así, determinar las del contrato como una especie del propio negocio y, consecuentemente, establecer cuál es su contenido, sus límites, diferencias con otros institutos jurídicos que no constituyen propiamente contratos.

Se determina si las normas sólo pueden nacer del derecho objetivo por la actividad estatal, o bien, si los particulares pueden, además de crear derechos subjetivos y deberes jurídicos producir nuevas normas al unir su actuación al derecho objetivo.

Dentro de este marco, es preciso acotar cada concepto relacionado con el problema de investigación, partiendo de la misma conceptualización del negocio jurídico y, dada la naturaleza cualitativa de esta indagación se destacan los siguientes:

2.2.1 HECHO JURÍDICO

El hecho jurídico, mayoritariamente, se inclina hacia la ausencia de la voluntad de las personas en cuanto a buscar las consecuencias jurídicas emanadas del hecho que se produce, por consiguiente, Borja, manifiesta: “la ley llama hechos jurídicos a aquellos que se vinculan a un efecto jurídico, dicho con otras palabras, un hecho para ser jurídico, necesita de una declaración de la ley que lo vincule a determinado efecto o consecuencia de índole jurídica”. (1968, p.97) Sucede pues que, toda visión jurídica debe partir de la existencia de conceptos fundamentales, mismos sin los cuales, el fenómeno resulta incompleto e incomprensible.

Los ya citados, se dividen en hechos jurídicos (*stricto sensu*), no así, cuando resultan observados y “recuperados” por el sistema normativo, ya que abandonan el supuesto imaginario al centrarse en una realidad, misma que los transporta a consecuencias de creación, transmisión, modificación o extinción de derechos, obligaciones o sanciones para recaer en actos jurídicos y negocio jurídico, es decir, son el aspecto clave de ambas doctrinas.

2.2.2 ACTO JURÍDICO

Luego, el acto jurídico subyace en una manifestación de la voluntad en forma directa tendiente a producir consecuencias de derecho y, cuyo precepto se encuentra previsto en la norma jurídica. “El derecho vincula un comportamiento voluntario del hombre (acción) a determinados efectos jurídicos por estimular un supuesto normativo”. (León, 2006., p.7)

Por su parte, el negocio jurídico que, aunque comparte similitudes con la definición prohijada del acto jurídico, es incisivo en sus “participantes”, se plantea entonces que: “se ejerce una plena y libre voluntad (autonomía contractual y libertad de contratación) a través de una declaración de voluntad que se dirige a un fin específico protegido por el ordenamiento jurídico”. (León, 2006, p.7)

2.3 CONTRATOS

Ahora bien, el negocio jurídico dentro de la doctrina germano-italiana tiene como base al contrato, al cual le corresponde un fin convenido por las partes que pretende alcanzarse al celebrarse. En ese tenor, el contrato recae en los actos jurídicos (bilateral o plurilateral), con características distintivas como los “elementos de existencia y de validez”, es decir, emana de la fuente de las obligaciones y, tiene su origen en el principio de la autonomía de la voluntad, la cual, permite a las partes celebrar las convenciones que deseen, aun cuando no se encuentren regulados por la ley (contratos innominados), siempre y cuando sean lícitos.

El contrato crea, transfiere, modifica y extingue obligaciones y sus correlativos derechos entre dos o más personas; su esencia radica en el consentimiento. “es uno de los elementos de existencia de todo acto jurídico, basta con que el hombre manifieste su voluntad para realizar dicho acto y, que se señale el objeto para que la ley le reconozca efectos jurídicos a favor, en contra o recíprocos”. (León, 2006, p.9)

Se explica, el contrato es menester dentro de la doctrina de las obligaciones, ya que emana de un acuerdo de voluntades sancionado por el derecho, mismo que, a su vez, posibilita operaciones socialmente útiles, permitiendo el desarrollo “voluntario” del contratante y, de su vida en sociedad, regidas por el derecho objetivo.

En relación con este tema, es imperativo desarrollar cada aspecto sobre la formación del destacado en el párrafo anterior, Vgr., los “*elementos de existencia y*

validez”, que la propia ley exige para que el acto en pretensión exista, se perfeccione y sea evidentemente eficaz.

Manifestación de la voluntad y consentimiento: Elemento esencial para su legalidad dentro del marco normativo, es decir, para generar las consecuencias jurídicas (deseadas) es menester la apreciación del consentimiento y, subsecuentemente el objeto que pueda ser materia del mismo, (C.C.F., art. 1794)

Al referirse a un contrato, entonces es preciso el consentimiento, el mutuo acuerdo de las partes, la concurrencia de la voluntad de los involucrados, el ánimo, la intención o resolución para dar una cosa o prestar un hecho. En algunos casos, el consentimiento puede ser verbal, mientras que en otros se exige que conste por escrito; una vez satisfecho mediante la firma de las partes en un documento, tendrá por manifiesto el consentimiento. (León, 2006, p.13)

Entiéndase entonces que, el contrato recae en una serie de requisitos derivados de un acuerdo de voluntades que implican la existencia de un interés jurídico procurando la creación o transmisión de derechos reales o personales. Ahora bien y, siguiendo el artículo 1812, que cita el apartado “*vicios del consentimiento*”, del CCF, que *grosso modo* refieren al error, el dolo, la mala fe y la violencia, lo cual significa que al existir uno de estos elementos el contrato/objeto consecuentemente tendría aparejada la nulidad del acto.

Es preciso desglosar otro más de los aspectos generales del contrato, esto es, su manifestación. Ya sea expresa (Verbal, escrita, por medios tecnológicos o signos inequívocos) o tácita (Hechos o actos que presupongan o autoricen a presumirlo).

No obstante, cuando dicho contrato se forma mediante una oferta u otro acto manifestado en un mensaje de datos (información generada enviada, recibida y archivada por medios electrónicos “plataformas digitales”) que, si la ley le otorga equivalencia entre el mensaje de datos y un documento tangible, puede suceder que dicho mensaje no contenga la firma necesaria para probar eficazmente al contrato, aunque éste ya exista; no obstante, el acto es válido como medio de prueba, es decir, si surge un problema derivado de que una de las partes aluda los formalismos legales y, por lo tanto niegue sus efectos jurídicos o autorías. (León, 2006, p. 14)

Por esta razón el derecho se ha visto implicado en la necesidad de evolucionar de acuerdo a la medida de las necesidades de sus gobernados dentro de una sociedad con miras hacia la modernidad de los tiempos, mismas que facilitan o, quizás dan pie a problemáticas entre los sujetos para los cuales las leyes deben ser innovadoras, no un obstáculo.

2.4 CONTRATOS DIGITALES (FIRMA ELECTRÓNICA)

En ese sentido, la firma electrónica entendida como un certificado digital, muestra de identificación válido para medios electrónicos. Es el caso de las PyMES que, durante las restricciones ocasionadas a partir de la declaración de contingencia mundial se vieron en la necesidad de trasladarse a los medios digitales, lo que provocó que tanto el Gobierno como las ya citadas tomarán el camino de la Firma Electrónica Avanzada 100% online para todo tipo de trámites.

A juicio de Vargas, dentro de su empresa digital IDOK, en la cual ha empleado la plataforma web “Firma Ya” misma que, permite firmar documentos con una validación de identidad y plena validez legal: “Es un éxito el servicio de *Firma Ya* porque tanto pequeñas como medianas empresas tienen distintas ventajas,

entre ellas un evidente ahorro de tiempo y otorga la misma legitimidad que los demás documentos de identificación”. (El observador, 2022)

En función de lo planteado, la firma electrónica se entiende como “conjunto de datos en forma electrónica, consignados, adjuntados o lógicamente asociados al mensaje de datos por cualquier tecnología, utilizados para: Identificar al firmante en relación con el mensaje de datos, indicar que el sujeto aprueba la información y, producir los mismos efectos jurídicos que la firma autógrafa, siendo admisible como prueba en juicio”. (León, 2006, p. 93)

Visto de esta forma, el certificado digital de firma electrónica, será entendido para los actos jurídicos, las comunicaciones, trámites servicios administrativos, en donde esta sea requerida, entendida como actuaciones electrónicas, asociada a su firmante, con la debida responsabilidad que recae en él para suscribir documentos electrónicos, hacia un prestador de servicios de certificación, en el tenor de: “Las instituciones públicas conforme a las leyes que les son aplicables, así como los notarios y corredores públicos y las personas morales de carácter privado que, de acuerdo a lo establecido en el Código de Comercio sean reconocidas con tal carácter para prestar servicios relacionados con la firma electrónica avanzada (FEA) y, en su caso, expedir certificados digitales”. (Ley de firma electrónica avanzada, 2012) En suma, es un conjunto de “caracteres electrónicos” que fungen para dar plena fe e identificación al emisor de un documento criptográfico, es decir es una nueva modalidad de avalar documentos.

2.5 COMERCIO ELECTRÓNICO

El análisis precedente conlleva al comercio electrónico, no obstante, es conveniente desglosarlo por separado para su mejor entendimiento. En ese tenor, se recae dentro de los “actos de comercio”, esto es, actos jurídicos tendientes a producir efectos dentro del marco del derecho mercantil a través de sujetos denominados como comerciantes o no comerciantes (actos mixtos).

Ahora bien, el comercio por sí solo comprende una actividad con fines lucrativos y de intercambio. Por su parte, Barrera lo define de la siguiente manera: “Económicamente es una actividad comercial que llevan a cabo los mercaderes como intermediarios; luego entonces, el comercio es el intercambio de bienes con el propósito de obtener ganancias. Consiste básicamente en la interposición en el tráfico de bienes y servicios con ánimo especulativo que trae aparejado el transporte y almacenaje de dichos bienes”. (2016, p.3)

Algo semejante ocurre con el comercio electrónico en general, ya que también emplea un fin lucrativo, entre una empresa, un intermediario y un destinatario, empero que en este es menester la aplicación de los mensajes de datos a través de diversos medios electrónicos y los derivados de las nuevas tecnologías. Empleando las palabras de Quintana, quien define al comercio electrónico de la siguiente manera: “la naturaleza del comercio electrónico puede concebirse como actos de comercio realizados a través de medios electrónicos, ópticos o cualquier otra tecnología”. (2006, p. 59)

Dicho de otro modo, el comercio electrónico emana ventajas desde todos sus ángulos, ya que cuenta con un marketing estratégico de oferta y demanda al alcance de todo tipo de público por medio de un sitio web con tiendas virtuales con disponibilidad ilimitada, disminuye costos de operación y, lo más importante ofrece comodidad y rapidez en la adquisición de los bienes o servicios solicitados, erradicando la hostilidad de trasladarse al lugar donde se encuentra al proveedor de los ya mencionados.

Para hacer una compra por internet, sólo se requiere ingresar al sitio elegido para ver fotografías o imágenes de los productos que se producen, el precio e información a detalle del mismo. Si el usuario desea adquirir el servicio o producto ofrecido, simplemente debe seguir el procedimiento de selección y pago para la compra; por lo general las páginas contienen una forma para proporcionar los datos personales e información de la tarjeta de crédito del usuario. Existen otros métodos de pago sugeridos (depósito bancario, pago contra entrega, dinero electrónico, etc.). una vez realizado el pago, sólo resta esperar a recibir la mercancía en el domicilio establecido dentro del plazo acordado. (León, 2006, p. 29)

Globalmente, el *e-commerce* constituye una nueva era con normas patentadas o normas de libre acceso para el derecho tras una “aceleración forzada o necesaria” a la cual la población entera tuvo que abocarse, misma sin la cual, ahora resultaría imposible vivir.

2.6 PLATAFORMAS DIGITALES

Es necesario resaltar la importancia de las plataformas digitales, mismas que tras su potencial incursión lograron inhibir miles de contagios. Desde la opinión de López Roqueñí (director de Asuntos con Gobierno y Políticas Públicas de América Latina Hispanohablantes de DiDi): “Las plataformas digitales representan herramientas tecnológicas que dinamizan a la sociedad y a la economía, como intermediarias entre quienes ofrecen servicios y aquellos que lo requieren. Rompieron el paradigma laboral y empoderan a las personas para ejercer sus derechos y su libertad, es decir, son libres de elegir si las utilizan o no; si usas más de una plataforma a la vez; cuántas horas le dedican al día; determinan las zonas geográficas en las que trabajarán...” (2022)

Entonces, la aparición de estos “nuevos modelos de negocios digitales” en beneficio (predominante) de las pequeñas, medianas y microempresas ha transformado en buena medida la economía a nivel global. “las plataformas digitales suelen ofrecer servicios con costos marginales nulos o prácticamente nulos, lo que da pie a grandes emprendedores” (2021. p.19)

2.7 DIGITALIZACIÓN

Para comenzar es menester centrar el término “digitalización” como un medio de acción hacia la inspiración evolutiva del mundo empresarial. Así pues, con la llegada de la pandemia del año 2019 y el giro de 180 grados de nuestra realidad, misma que nos obligó a la adaptación del mundo digital que, en palabras de Delgado, como sociedad en conjunto, nos vemos expuestos a ciertos eventos

disruptivos que “cambian las reglas del juego”, es decir, en el mercado comercial provocó que los actores principales totalmente consolidados perdieran su posición “dominante” al ser incapaces de adaptarse a la innovación y, como bien lo explica: “Cuando una nueva tecnología aparece, con ella nacen empresas creadoras de nuevos modelos de negocios, explotando las posibilidades de esa tecnología; más tarde intuida la potencialidad del mercado creado, otras empresas responden incorporándose, finalmente los líderes del mercado la adoptan masivamente o incapaces de incorporarla salen del mercado”. (2016, p.5)

Evidentemente ante cada “fenómeno social” todos nos vemos obligados a actuar para lograr la correcta adaptación, aunque esta cambie parcial o totalmente las reglas del juego, en este caso, de los sujetos de comercio. “Desde la revolución industrial, las empresas han competido contra su capacidad para desarrollar y adoptar tecnologías para reducir costos y aumentar su productividad” (2016, p. 7) ... Hoy en día, con la obligatoria digitalización de empresas han cambiado los papeles en favor o no, del consumidor, es decir se han delegado gran parte de los actos realizados por los empleados de los comercios, fomentando el modelo del autoservicio e innovando de manera sistemática.

El psicólogo y periodista Goleman expresa: “En un mundo tan cambiante encontramos que la flexibilidad, la posibilidad de adaptarse al cambio, es más importante que la experiencia” (Forbesmexico, 2023). El adaptarse o morir es quizás el lema que como ejecución, trajo aparejada la pandemia del 2019; de este modo, digitalizar un negocio hace referencia al proceso a través del cual una empresa utiliza herramientas tecnológicas y ecosistemas digitales para así, brindar mayor

valor a sus clientes, nuevas experiencias, soluciones y modelos de negocios que reestructuran a las principales ahorrando tiempo, dinero (para ambos sujetos dentro de un acto de intercambio de mercancías) y enfocando la fuerza de trabajo en nuevas ideas. (Ramírez, 2023)

En suma, el *e-commerce* se ha posicionado en brindar grandes beneficios a sus usuarios, ejemplo de ello son los mencionados por el presidente de la CAAAREM (Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana), Luis Ernesto Rodríguez Gil, quien menciona que la digitalización nos ha conferido efectividad, en depósitos bancarios en un 78%; versatilidad de suscripciones a plataformas digitales de entretenimiento en un 74%; agilidad en pagos de servicios en un 69%; seguridad en cuanto a la movilidad urbana en un 58%, gracias a las “apps” de transporte como DiDi, Uber, Lyft, Beat o Cabify que, representan una alternativa para que la población se sienta más segura al desplazarse en el espacio público a prácticamente cualquier hora del día.

Sin duda los mexicanos han adoptado con gran proeza los beneficios e incluso riesgos de las nuevas empresas digitales, convirtiéndolos en “líderes mexicanos del comercio electrónico”. De acuerdo con Rodríguez: “SHEIN encabeza a nivel nacional la lista de las plataformas virtuales de compras de ropa y accesorios en línea deducido del tráfico orgánico con 3,923,737 (visitas que se producen en una página web de manera gratuita) cuyo algoritmo radica en “a mayor número de visitas, mayor probabilidad de generar una venta”. Seguido de la marca de zapatos ANDREA con 1.541.453 y Nike con 7,263,305. Así pues, dentro del área de

alimentos destacan Uber Eats con 1.354.559, Domino's con 3,094,765 y KFC con 3,094,766". (2023, The Logistics World).

2.8 NEGOCIOS O EMPRESAS

En México, como en otros países, la intervención del Estado tiene como uno de sus principales objetivos procurar una equitativa distribución de la riqueza, regulando o realizando directamente ciertas actividades que han sido consideradas de interés público. Con todo, dentro de las tareas coordinadas con el fomento y la promoción del desarrollo se encuentran las relacionadas con la economía, la seguridad social, educación, la vivienda popular y la comercialización de productos de consumo popular, entre otras. Por consiguiente, la creación de empresas busca reducir el grado de dependencia que se encuentra en el país con respecto al capital y a la dirección extranjera, facilita la expansión y diversificación del comercio exterior a través de la constante producción, financiamiento, distribución y consumo. (Brasdefer, 1976, p.3)

Teniendo en cuenta lo anterior, se refiere que la evolución está siempre tendiente a demostrar que nuestro campo de actividad está en el mundo, en el centro de los negocios y la economía, misma que al ser tan codiciada, sería erróneo considerarla como concluida. Como afirma Vattel: "Por medio de las empresas se adquieren los particulares y las naciones las cosas que se necesitan y que no tienen en su país, algo utilísimo porque proporciona a todos los ciudadanos el medio de adquirir las cosas que necesitan, lo preciso, lo útil y lo agradable; hace circular el

dinero, promueve la industria, anima el trabajo y, si están bien establecidas aumentan la riqueza del Estado". (1824, p.7)

"Sólo hay un jefe: el cliente. Y puede despedir a todos en la empresa, del presidente para abajo, simplemente gastando su dinero en otra parte".

Sam Walton, Fundador de Walmart. (Forbesmexico, 2003).

Para comenzar, es menester relacionar a la empresa como aquel instrumento clave del empleo y del crecimiento, sin ellas no hay trabajo ni futuro. La temática consiste en un negocio con fines redituables a base del riesgo de supervivencia de la misma, es decir, el riesgo de un ente físico que se ostenta como "empresario" expuesto a las pérdidas a su nombre y cuenta; comienza con una idea con planes a futuro, pero con ganancias a corto plazo, sigue con una negociación como forma de manifestación externa de la empresa, un lugar de establecimiento que conllevará la "azienda" (como todo conjunto de bienes muebles o inmuebles, patrimonio de la empresa), trato y tráfico de mercancías, de dinero, involucra contratos, derechos y obligaciones, va en crecimiento cuando se habla de clientes, pero mejora cuando proporciona trabajo y quizás, franquicias. En palabras de Hoffman, cofundador de la empresa LinkedIn: "Un emprendedor es alguien que salta de un acantilado y construye un avión en el camino". (Forbesmexico, 2022).

Esto es claro al analizar nuestro entorno y día a día, es decir, el ser humano se encuentra involucrado, ya sea voluntaria o involuntariamente en el mundo de los negocios, ya que para subsistir necesita, en gran parte de aquellas grandes, pequeñas o medianas empresas. Esto es, son pieza clave de la economía mundial.

Pongamos en caso, la crisis económica acaecida de la pandemia del año 2020, que en gran parte culminó con la vida de grandes empresas y que obligó a la población a buscar diversas maneras de supervivencia, lo que llevó a la creación de pequeños “negocios informales”, pero participantes ya, e incluso competitivos con el transcurso del tiempo, dentro del marco económico nacional.

...” La empresa no es exclusiva del gran tráfico o producción, sino que también se encuentra presente en las modestas actividades como lo supone una pequeña tienda de comestibles”. (León, 2006, p.303). Empero, al conferir derechos y obligaciones que cumplir, no escapan a la regulación jurídica, de esta manera, el derecho y una empresa van de la mano, ya que el derecho brinda protección a los emprendedores.

Globalmente las empresas participan activamente en la vida económica y social del país, aceleran el desarrollo nacional, aumentan la productividad, el empleo y elevan el nivel de vida. Dicho con palabras de Stiglitz, economista y premio Nobel de Economía: “El objetivo final de la economía no es ganar más dinero, sino construir una sociedad más justa y sostenible” (Forbesmexico, 2023)

En lo esencial, el comerciante quien se convierte en empresario es quien le brinda aquella realidad jurídica a la empresa otorgándole jurídicamente aquellos atributos de la personalidad por obvia exclusión del estado civil; siendo no más que el primero de sus empleados, le otorga “personalidad jurídica colectiva” con la capacidad de cumplir obligaciones y exigir derechos. Desde la posición de Díaz: “La empresa envuelve un concepto dinámico, la negociación, misma que parte de un conjunto de cosas y derechos que dan vida a la empresa; es una universalidad

de hecho que se constituye por voluntad de su titular, quien además responde a sus deudas comerciales, incluso con su patrimonio civil y de sus deudas civiles con dicho patrimonio". (2006, p. 107) En ese tenor, se aduce que la negociación no es sinónimo de empresa, sino que es sólo una parte de esta; dicho con otras palabras, es todo aquel conjunto de bienes y derechos del comerciante.

2.8 CONCEPTO

Las empresas conciernen directamente al tema económico, o al comercio nacional e internacional, no obstante, al estar directamente relacionadas con la necesidad de una regulación jurídica, debe estar protegida por las leyes adjetivas pertinentes; el resultado de lo anterior, son un sin número de intentos para adjudicar un correcto y preciso concepto de la empresa mercantil. "Muchos se han vertido, ciertamente, pero todos adolecen de formalismo, por una parte y de vaguedad, por la otra, pues de ordinario acuden a expresiones que no son un modelo de precisión, como conjunto, organización, lucro, entre otras". (Díaz, 2016, p.105)

Maxime es preciso señalar algunas de las definiciones doctrinales más puntualizadas en el marco del derecho:

Desde la posición de Graf se concibe a la empresa como "... conjunto de personas y cosas organizadas por el titular con el fin de realizar una actividad onerosa, generalmente lucrativa de producción o de intercambio de bienes y servicios destinados al mercado". (2022, p.82) La confiere también como "el centro de las actividades económicas" y, en apoyo a la misma teoría Aguilar refiere que "la

norma jurídica debe abordarla bajo el concepto de unidad fundamental de la economía nacional”. (1983, p. 150)

Dentro de este marco Molina expresa el vocablo “negociación”, en el sentido de “... conjunto de cosas y derechos combinados para obtener u ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente y con propósito de lucro”. (Díaz, 2016, p. 105)

En la opinión de Cervantes la empresa es “la universalidad de hecho constituida por un conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos, coordinado para la producción o el intercambio de bienes o servicios destinados al mercado general”. (Dávalos, 2010, p. 101)

En afinidad con Barrera Graf, la académica y jurista mexicana, Quintana Adriano aduce que, “... la empresa debe considerarse como el eje a el que se gira todo el mecanismo económico-jurídico cuya función consiste en combinar todos sus elementos para obtener un mayor rendimiento” (2002, p. 335)

En efecto, no existe un concepto establecido plenamente (fuera del rango económico) para definir a la empresa, no obstante, continua en ese proceso perfectible, empero, la legislación mexicana emana desde el artículo 16 de la Ley Federal del Trabajo su propio concepto:

Para los efectos de las normas de trabajo, se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa. (1970)

Algo semejante ocurre con el Código Fiscal de la Federación, sin embargo, sólo destaca a las actividades empresariales definiendo a la empresa mediante ellas, Vgr.:

Artículo 16.- Se entenderá por actividades empresariales las siguientes:

- I. Las comerciales que son las que de conformidad con las leyes federales tienen ese carácter y no están comprendidas en las fracciones siguientes.
- II. Las industriales entendidas como la extracción, conservación o transformación de materias primas, acabado de productos y la elaboración de satisfactores.
- III. Las agrícolas que comprenden las actividades de siembra, cultivo, cosecha y la primera enajenación de los productos obtenidos, que no hayan sido objeto de transformación industrial.
- IV. Las ganaderas que son las consistentes en la cría y engorda de ganado, aves de corral y animales, así como la primera enajenación de sus productos, que no hayan sido objeto de transformación industrial.
- V. Las de pesca que incluyen la cría, cultivo, fomento y cuidado de la reproducción de toda clase de especies marinas y de agua dulce, incluida la acuicultura, así como la captura y extracción de las mismas y la primera enajenación de esos productos, que no hayan sido objeto de transformación industrial.
- VI. Las silvícolas que son las de cultivo de los bosques o montes, así como la cría, conservación, restauración, fomento y aprovechamiento de la vegetación de los mismos y la primera enajenación de sus productos, que no hayan sido objeto de transformación industrial.
Se considera empresa la persona física o moral que realice las actividades a que se refiere este artículo, ya sea directamente, a través de fideicomiso o por conducto de terceros; por establecimiento se entenderá cualquier lugar de negocios en que se desarrollen, parcial o totalmente, las citadas actividades empresariales. (1981)

Es evidente que la empresa o actividad empresarial es una realidad económica, misma que al generar derechos, obligaciones, disoluciones y relaciones contractuales con otros sujetos garantes del derecho busca un valor más profundo en la doctrina jurídica, no obstante, sólo genera un resultado de valor añadido en cuanto a la transformación de bienes, productos y servicios que genere en su propio mercado.

2.8.1 ELEMENTOS OBJETIVOS

“La empresa es una actividad que consiste en organizar ciertos elementos con el objetivo de producir o intercambiar bienes o servicios”. (Dávalos, 2010, p. 102)

Desde esa perspectiva, como se adujo con antelación mediante el concepto del especialista en derecho mercantil mexicano Barrera Graf, en el cual menciona que la empresa es una unidad fundamental de la economía nacional y que, a la luz de lo mismo, es decir, de ese conjunto de cosas y personas agrupadas y organizadas deben tratarse sus elementos que para el autor en cita se destacan:

- 1.- Personales en los que ubican los trabajadores, empleados y funcionarios;
 - 2.- Reales integrados por el patrimonio y las actividades que realice.
- Por lo tanto, también señala que sus elementos se subdividen en subjetivos y objetivos. (Aguilar, 2007, p.150)

Teniendo en cuenta lo anterior, los elementos objetivos son los organizados adecuadamente por el empresario forman lo que en sistema italiano se denomina *azienda*, atinente a aquellos bienes muebles, inmuebles, derechos de propiedad inmaterial (industrial e intelectual) y el llamado crédito comercial.

Dentro de este marco se desglosa la siguiente clasificación;

- A) Bienes muebles: Se clasifican por su naturaleza, pueden trasladarse de un lugar a otro; por disposición de la ley; las acciones que cada socio tiene en las asociaciones o sociedades y, los derechos de autor.
- B) Bienes inmuebles: Se organizan por las construcciones adheridas al suelo y todo lo unido al inmueble; por su destino, Vgr., estatuas, pinturas, maquinarias y equipo de empresas o explotaciones industriales, comerciales y civiles; por el objetivo al cual se aplican como derechos reales sobre los mismos líneas telefónicas y telegráficas.
- C) Incorpóreos: Se componen por elementos de la propiedad inmaterial (industrial e intelectual) apreciables en dinero.
- D) El crédito comercial: Clientela, como consumidores y proveedores. (León, 2004, p. 325)

Por su parte, Bauche, considera a la empresa de la siguiente manera:

Objetivos o inmateriales, destacando a la hacienda, la clientela y el aviamiento, este constituido por la buena organización, conocimiento de hábitos y costumbres dl público, así como por listas de nombres y direcciones de los consumidores. El derecho al arrendamiento, la propiedad industrial conformada por los derechos de protección a la empresa, en cuanto a patentes, registros, marcas, nombre comercial y aviso comercial, así como sus derechos de explotación exclusiva y el derecho de autor. (Aguilar, 2007, p. 150)

En función de lo planteado, el arábigo 75 del Código de Comercio establece los actos de comercio, objetivos, siendo los siguientes:

- I. Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados;
- II. Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;
- III. Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las sociedades mercantiles;
- IV. Los contratos relativos a obligaciones del Estado u otros títulos de crédito corrientes en el comercio;
- V. Las operaciones de comisión mercantil;
- VI. Las operaciones de mediación en negocios mercantiles;
- VII. Las operaciones de bancos;
- VIII. Todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la navegación interior y exterior;
- IX. Todos los contratos de seguros de toda especie;
- X. Los depósitos por causa de comercio;
- XI. Los depósitos en los almacenes generales y todas las operaciones hechas sobre los certificados de depósito y bonos de prenda librados por los mismos;
- XII. Los cheques, letras de cambio o remesas de dinero de una plaza a otra, entre toda clase de personas;
- XIII. Los valores u otros títulos a la orden o al portador y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se pruebe que se derivan de una causa extraña al comercio;
- XIV. Las operaciones contenidas en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. (1887)

2.8.2 ELEMENTOS SUBJETIVOS

Inicialmente el nombre de este grupo de elementos se trata como bien lo dice de los sujetos, tal como lo describe Graf, el elemento fundamental de las empresas es el empresario y su personal. "...Aquella persona física o jurídica o el grupo de personas (v.gr., asociaciones sin personalidad) que organizan los distintos factores económicos que pueden requerirse en una negociación con la finalidad de producir o intercambiar bienes o servicios para el mercado. (2016, p. 329)

No hay que olvidar que para que se complete la figura del empresario, es necesario que converjan los siguientes factores:

- Una actividad económica organizada;
- Su ejercicio profesional;
- Por cuenta propia;
- Una finalidad particular (producción, intercambio, consumo);
- Una sede;
- Un riesgo (perdida o ganancia) (León, 2016, p.330)

Así mismo, el comerciante, debe auxiliarse de sus trabajadores, es decir, el personal de su empresa. Empleando las palabras de León: "Todo el personal que se encuentre al servicio de la empresa, sin importar su jerarquía o nivel de ocupación, así como tampoco si dependen o no directamente del empresario" (2016, p.331)

De igual manera dentro del artículo 75 del Código de Comercio mexicano se establecen también los actos comerciales subjetivos mismas que versan en:

- I. Las empresas de abastecimientos y suministros;
- II. Las empresas de construcciones y trabajos públicos y privados;
- III. Las empresas de fábricas y manufacturas;
- IV. Las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua y las empresas de turismo;
- V. Las librerías y las empresas editoriales y tipográficas;
- VI. Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales, casas de empeño y establecimientos de ventas en pública almoneda;

- VII. Las empresas de espectáculos públicos;
- VIII. Todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la navegación exterior e interior;
- IX. Las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil;
- X. Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio.
- XI. La enajenación que el propietario o el cultivador hagan de los productos de su finca o de su cultivo. (1887)

2.9 PYMES

“Si eres emprendedor falla, pero falla pronto” Juan Carlos Castro Brenes, informático. (Forbesmexico, 2023)

Inicialmente en el caso de México, las pymes representan al igual que en muchas otras economías el 99.8% del tejido empresarial mexicano, esto es, impulsan el desarrollo empresarial, la creación del empleo digno y el bienestar social; Con un 78.5% las pymes generan más empleo en México que en otras economías de la región, además de que soportan o generan el 85% del empleo en el país; en resumidas cuentas, las pymes son el motor de la generación de empleo, de la producción, así como de la economía en general. (Coll, 2021)

Dentro de esa perspectiva la autora del libro *vivir como reina y gastar como plebeya*, a través del cual brinda sus mejores consejos en el manejo de nuestro dinero haciendo especial énfasis en el trabajo independiente o *freelancer*, plantea:

Hay personas que se sienten mucho más seguras con un ingreso fijo mensual, pero hay otras que no pueden trabajar en una oficina, todo depende de la etapa de su vida en la que se encuentren. El crecimiento de los *freelancer* se debe a la poca flexibilidad de cómo queremos trabajar y de cómo vemos o priorizamos nuestra vida. No obstante, la principal desventaja es que el trabajador independiente no tiene seguridad social, por lo tanto, no cuenta con ninguna aportación del

gobierno o de la empresa para su retiro, entonces debe redoblar esfuerzos para ahorrar y no verse desprotegido al momento de retirarse laboralmente, empero en cuanto a la ventaja podría ser la libertad de horarios, muchas empresas en este país todavía no están dispuestas a trabajar por proyectos u objetivos. Persisten los horarios fijos. Entonces una persona que quiere un poco más flexibilidad, la va a encontrar en un trabajo independiente, incluso otra ventaja en algunos casos, es poder lograr ingresos mayores”. (2020, p.33)

Ahora bien, la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, establece, en su numeral 3°, fracción III que, legalmente las MIPYMES, se constituyen con base en la estratificación establecida por la Secretaría de Economía, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, entonces, en su arábigo 11°, menciona que la SE, promoverá esquemas para facilitar el acceso al financiamiento público y privado de las MIPYMES, en igualdad de oportunidades para las mujeres y los hombres. (2002)

En función de lo planteado, cabe mencionar que en algún momento de nuestra vida hemos escuchado hablar de las PyMEs, entonces, según la Secretaría de Economía, el término se refiere a todas las Pequeñas y Medianas Empresas y una de sus características es que cuentan con un número no muy grande de trabajadores (las Pequeñas entre 11 y 30 trabajadores; las Medianas con más de 30 y hasta 100 trabajadores). (2020, p.35)

Por consiguiente, la Condusef menciona que otra de sus características es que son de facturación moderada, sin embargo, son consideradas como el principal factor de la economía, ya que son las empresas que más empleo ofrecen. (2020, p. 35)

Desafortunadamente no todas logran mantenerse en el mercado o consiguen la consolidación anhelada. Empero de acuerdo con datos recabados por el INEGI,

actualmente existen 4.9 millones de PyMEs en el país, mismas que generan el 72% de los puestos de trabajo y se han convertido en un elemento clave para combatir el desempleo. (2024)

Ahora bien, cuentan, además, con rasgos únicos y son los siguientes:

- Tienen un ciclo de vida prometedor: En promedio, las pymes en México existen por 7.8 años. Sin embargo, 6 de cada 10 pymes en el país tienen más de 11 años de haber comenzado, por lo que son negocios estables con oportunidades de crecimiento.
- Son más creativas: Sus recursos son limitados comparados con los de las grandes empresas, pero por esta razón, suelen generar formas originales para competir en su mercado, lo que las hace destacar.
- Su cultura organizacional es más cercana a sus trabajadores: Al no haber tantos trabajadores involucrados en la toma de decisiones, es más fácil que se sientan parte del desarrollo de sus empresas.
- Suelen ser más flexibles: No son tan rígidas en cuanto a horarios y procesos, además de que se adaptan con más facilidad a los cambios en el mercado y las peticiones de sus clientes.
- Pueden heredarse: Muchas pymes comenzaron como negocios familiares, lo que facilita la gestión de las mismas y fomentan una relación laboral más cercana entre sus trabajadores.
- Atienden a necesidades específicas: Generalmente, el éxito de las pymes radica en el papel que desempeñan en su localidad. Por ejemplo, una persona que notó que los perros de sus vecinos están sucios y abrió la primera estética canina de su colonia para bañarlos y cortarles el pelo. (BBVA, 2024)

Desde otra perspectiva según datos de la Condusef, para que las pymes logren prosperar es menester que cuenten con un plan de negocios, ya que este les ayudará a definir metas, establecer presupuestos y procesos para la correcta operación de la empresa. Además de la publicidad que se le dé al negocio y los medios en donde se promocióne, para así poder atraer mayor número de clientes. Consiguientemente la empatía con el comprador, es decir muchas veces no se entiende al cliente y esto no permite identificar con claridad lo que necesita; de ahí

que el negocio no prospere, siendo esto lo más importante, ya que el cliente es el principal proveedor de los recursos y si este se siente a gusto, lo más probable es que recomiende el negocio para que así la empresa vaya en aumento. Así mismo, las personas empleadas deben tener los conocimientos suficientes para poder resolver cualquier inquietud del cliente, por ello es fundamental elegir correctamente a los trabajadores, no es que lo sepan todo, pero sí que posean las habilidades y capacidades para llevar a cabo y de la mejor manera, la operación del negocio, ello permitirá transmitir los conocimientos a las y los trabajadores cuando se vaya renovando la empresa. Por último, es importante tener en cuenta que además de la inversión inicial, es importante tener en cuenta que se podrá necesitar dinero para el pago de cualquier imprevisto. Algunas empresas gastan demasiado para “arrancar” y cuando se presenta un gasto mayor se tiene que tomar de las ganancias y, recuperarlo puede ser muy difícil o tomar mucho tiempo, lo que puede ocasionar una pérdida en el negocio que podría llevar a un cierre temporal o definitivo. (2020, p.36)

2.9.1 MEDIANAS EMPRESAS

Como ya se adujo con antelación el gran papel que juegan las pymes es de gran interés para el Estado mexicano, mismo que se ve reflejado al apoyar la creación, financiamiento y capacitación para un digno funcionamiento de las mismas a cargo de la Secretaría de Economía.

Evidentemente en nuestro país, el tamaño de las empresas, como señala Wong: “se determina en base al número de empleados y al sector al que pertenece, es decir, el sector industrial o manufacturero, de comercio y servicios”. (1996, p.2)

Indubitablemente el número de empleados, para determinar el tamaño de la empresa, varía en cada sector.

En ese tenor, como expresa Stolze:

Por otra parte, las grandes empresas disponen de un poder económico infinitamente mayor que sus competidores en la empresa mediana o pequeña, aun cuando éstos se organicen en uniones empresariales o grupos de intereses. La gran empresa da trabajo a miles de obreros y empleados que dependen de ella y también sus familias, por ende, los grandes grupos empresariales dominan (en ocasiones) muchas pequeñas empresas suministradoras y, debido a la fuerza de su capital, obligan a los pequeños empresarios a que sigan un determinado comportamiento en el mercado. (1971, p.276)

Empero, de acuerdo con la Secretaría de Economía esta categoría empresarial se define a medida de los ingresos generados por la organización, además del número de empleados que deriva de entre 31 a 100, dependientes del lugar de ubicación del establecimiento, ya que los parámetros varían de una región a otra. Otro elemento clave, deviene de las ventas anuales mismas que van de los 100 millones a los 250 millones de pesos. (2024)

En la opinión de Saavedra: su estructura y procesos son más complejos que los de las pequeñas empresas, ya que la toma de decisiones involucra a más personas, aunado a la necesidad de contratar a un equipo de profesionales especializados en el ámbito mercantil a desarrollar. Dentro de este marco pueden tener también, varias ubicaciones, a medida que los negocios crecen; una empresa mediana tiene la necesidad de expandirse a otra ubicación dentro de una misma ciudad o en diferentes estados del país. (2017, p. 15)

Una mediana empresa es parte de un ejemplo de ingenio, dedicación y éxito, que en palabras de Valiñas: "...Son casos apasionantes convertidos en iconos de

lo que se logra con buenas ideas, excelente servicio y calidad. Desde alguien que vendía pescado fresco pedaleando un triciclo y llegó a construir un imperio restaurantero, hasta la marca de entretenimiento que tanto nos representa en el mundo, KidZania". (2022, p.1)

Lo anterior, da pie para destacar a las franquicias, resultado de los empresarios creativos, eficientes que escuchan a su consumidor, con todo, el mercado de las ya mencionadas tuvo un crecimiento en el año 2022 que algunos estiman en 8%, continuando con cifras positivas para el año 2023. Citando a Mario Briseño, presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias:

Hoy se abren puertas para las franquicias mexicanas que quieren exportar sus conceptos, a través de recomendaciones de expertos y apoyos gubernamentales, desterrando mitos sobre la operación en otros países y exponiendo ejemplos de quienes se han atrevido a trascender fronteras. Se han superado pensamientos limitantes, como que entrar a Estados Unidos es demasiado difícil por las regulaciones, que los mercados asiáticos son inaccesibles por las diferencias culturales, que se debe pensar en exportar solo cuando ya se tenga cubierto todo México, etcétera. (2023, p.13)

En resumidas cuentas, la mediana empresa se caracteriza por el mayor número de oportunidades con los que cuenta para destacar dentro de un mercado global, (en comparación con las micro y pequeñas empresas) incluso. Se ha transformado en generadora de modernización con el transcurso de los años y debe contar inexorablemente con nuevos dispositivos para simplificar y acelerar los procesos de capacitación y asistencia técnica.

2.9.2 PEQUEÑAS EMPRESAS

La temática de las pequeñas empresas consta, como su género lo indica, en una actividad económica independiente, empero el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) considera como pequeñas a las empresas que tienen de 11 a 50 empleados, (mismo que varía entre industria, comercio o servicio) destacándolas entre el 4% del total de las empresas que existen en el país, con todo, son generadoras del 15% de empleos en México. (2023).

En ese mismo sentido, la Secretaría de Economía las destaca como “pequeños negocios generadores de ventas anuales que van de los cuatro millones a los cien millones de pesos. Son entidades independientes que se crean con el objeto de generar ingresos a través de producir, transformar o prestar servicios para satisfacer las necesidades de sus consumidores” (2023)

Evidentemente como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras, todo lo cual le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad. (Dávila, 2005, p. 22)

Debe señalarse que predominantemente es un componente familiar, con falta de formalidad e incluso liquidez, lo que deriva en problemas de solvencia, ya que operan con una muy baja escala de producción. De este modo, las actividades se integran en un solo departamento, en el cual se realizan las ventas, administración y producción, en conjunto bajo el mando de una misma persona. (Arriaga, 2017, p. 01)

Desde la posición de Fleitman: Sus características principales radican en un ritmo de crecimiento superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el

de la mediana o grande empresa. Tiene la capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional derivado de las facilidades que le ofrece la red de internet. Goza de plena competencia, su propietario debe tener un buen conocimiento del producto que ofrece y, finalmente su sistema administrativo es menos jerárquico, además de una fuerza laboral menos sindicalizada. (2000, p.22)

2.10 BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DE LA PANDEMIA

Desde el primer trimestre del año 2020, en México se suscitó una crisis sanitaria de orden mundial, misma que trajo consigo una serie de consecuencias mortales, así como el desempleo, un aislamiento total que, derivó en una gran crisis económica y, toda clase de afectaciones mentales como la depresión o la ansiedad en la que se vio inmersa gran parte de la población.

Más allá de los conflictos bélicos, la humanidad se ha visto azotada también por las diversas pandemias que, como una constante en la historia han aniquilado a un cuantioso número de personas.

En relación a la idea anterior y como consecuencia a una ruptura en el desarrollo económico tenemos a la peste negra misma que “tuvo su origen en Asia y se estima que fueron los mongoles quienes la propagaron, haciéndola extensiva por casi toda Europa, dejando más de 50.00.000 víctimas mortales”. (Ojeda, 2022, P. 14)

La peste negra fue una de las epidemias más devastadoras que, en comparación con el virus SARS-CoV-2, también tuvo su origen en Asia y de la

misma manera, han sido los viajeros de diferentes partes del mundo quienes la han propagado.

Se desarrolló en medio de tensiones por la guerra de los 100 años (1337-1453) entre Inglaterra y Francia, trayendo consigo muerte y miseria en el medievo. El mundo entero entró en recesión económica, ya que la población europea había aumentado como consecuencia del desarrollo de las fuerzas productivas. Alrededor de 48 millones de personas murieron directa o indirectamente, por contagio, por la guerra y por falta de recursos básicos. (Ojeda, 2022, p.26)

En ese tenor, la historia se repite con constantes virus que hasta el momento han cobrado miles de víctimas mortales y millones de infectados a nivel mundial. Ante esto Ojeda, C., indica que, en los inicios del siglo XX, para ser exactos en el año 1918, el mundo vivió otra pandemia, la cual también fue mortífera.

...El virus conocido como la gripe española tuvo aproximadamente 3000.000 personas fallecidas; de todos los países que la padecieron fue España el más afectado, ya que a pesar de no ser el epicentro epidemiológico tuvo alrededor de 8.000.000.000 de personas infectadas. Se desarrolló justo con el fin de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) y aparte de la disminución de la población, trajo con ella desnutrición y pobreza, dejando a los sectores más vulnerables susceptibles al contagio. La gripe española en un solo año ya había matado a más personas que las que murieron durante cuatro años de la guerra mundial. (2022, p. 26)

Por mencionar solo algunas y, si bien es cierto, esta “enfermedad del pueblo entero” no solamente ha afectado a la salud y a las vidas de las personas, sino que también ha logrado la disrupción económica de la sociedad.

A propósito de la economía dentro del constructo social de nuestra era, es conveniente desarrollar (por fragmentos) su desarrollo a lo largo de la historia, de acuerdo a la competencia del tema.

En primer lugar, la población mundial se ha notado víctima de desigualdades dentro del plano económico de cada país en el que se reside; ya sea desequilibrado por guerras, por paz, presión demográfica o tragedias ambientales que, consecuentemente derivan en una competencia por la supervivencia de la especie humana.

Empero, cuál es ese factor carente de métodos o quizás políticas económicas que da como resultado esa ausencia de calidad de vida anhelada... Si bien es cierto, el factor de producción a lo largo de nuestra historia ha sido principalmente la tierra, misma que siguiendo la teoría económica clásica se divide en tres: "tierra, mano de obra y capital". (Cameron, p.29)

Ahora bien, a lo largo de diferentes periodos históricos, el ser humano ha sido participe de "importantes descubrimientos tecnológicos" que lo sitúan en dinámicas económicas para su supervivencia. A diferencia de lo planteado por el filósofo Thomas Hobbes, quien deduce que: "la vida en estado salvaje era desagradable, brutal y breve" que, en comparación con nuestra actualidad claro está, que nos encontramos muy alejados de aquellos paleolíticos que vivían al margen de la subsistencia.

En los periodos de escasez, sólo los más fuertes sobrevivían, dada la naturaleza de su economía. Algunos puntos de partida fundamentales de la nueva era, fuera de la invención de la agricultura y la domesticación de los animales se centró básicamente en la cosecha de plantas, siendo de vital importancia, ya que permitió que el ser humano pudiera fundar asentamientos relativamente estables. (Cameron, p. 50)

Sin más detalles, la agricultura y la domesticación de animales aunado a la productividad de sus esfuerzos le dio al hombre la posibilidad de acumular mayor cantidad de bienes materiales aparejados de riqueza, con prerrogativas dirigidas hacia actividades no directamente relacionadas con la mera subsistencia, como el arte y la religión. Cameron, expone: "...entonces, tenía un suministro de alimento más asegurado (anuales y no diarios) como elemento de estabilidad psicológica y física en sus relaciones personales y sociales". (p 52)

A medida que la división del trabajo y la evolución de las nuevas artes avanzaba; "la metalurgia y la alfarería requería alguna forma de intercambio o comercio organizado, la naturaleza del mismo variaba según la distancia a la que tenían que transportarse las mercancías, (todo se planificaba mediante las costumbres)" (Cameron, p. 52)

Teniendo en cuenta lo anterior, el intercambio ha existido desde siempre, como elemento de subsistencia e introducción continua al mercado económico-social que, por mera voluntad recae en el capitalismo adoptado por el mismo.

En suma, el ser humano siempre aprovechará cualquier situación que se le brinde para maximizar su beneficio mediante el intercambio. Para culminar satisfactoriamente una materialización que le atañe naturalmente, buscará formas de mejorar la organización y herramientas para incrementar la productividad de su trabajo. (Meiksius, 2021, p.15)

De manera que la unidad básica de organización económica y social de las primeras comunidades recaía en la capacidad de agricultura y la provisión de sus

alimentos de manera regular y segura; no obstante, al mismo tiempo que la población tendía a aumentar, así también se debían incrementar los medios para “mantenerse”. Los campesinos continuaban viviendo al límite de la subsistencia, de manera que, cualquier desastre natural, como una sequía o una plaga de insectos, podía provocar estragos en toda una aldea de labradores.

En un comienzo, la mercancía fue impuesta como algo bifacético, es decir, con un valor de uso y valor de cambio. Vimos que el trabajo, al estar expresado en el valor, no poseía ya los mismos rasgos característicos que lo distinguían como generador de valores de uso, que para concretar la producción de una mercancía es imperativo determinar la finalidad de esta, el modo de operar, objeto, medio y resultado. (Marx, 1975, p. 51)

A propósito de lo anterior, es conveniente resaltar el surgimiento de los derechos y su reconocimiento aduciendo sus características, facultades y obligaciones, es decir, un individuo debe reconocer esto en otro para poder hacer un trato, dentro del concepto de compra/venta de nivel simple para lograr la circulación de mercancías. Resumiendo, se crea una capacidad total de reconocimiento y libertad. “Las mercancías vienen al mundo revistiendo la forma de valores de uso o cuerpos de mercancías: hierro, lienzo, trigo, etc., es ésta su prosaica forma natural, sin embargo, sólo son mercancías debido a su dualidad, a que son objetos de uso y, simultáneamente, portadoras de valor”. (Marx, 1975, p. 58)

Entonces, el trueque dentro del comercio como una forma de intercambio de mercancías, se muestra reflejado cuando los primeros hombres lo utilizaban para adquirir así, cualquier tipo de satisfactores. “Aquellos primeros medios de cambio

fueron ciertos granos vegetales que, con el paso del tiempo el valor cambió a los trozos de algunos metales y, ulteriormente especímenes de ganado productivo o comestible, como antecedentes remotos de la moneda”. (Díaz, 2006, p.4)

De acuerdo con lo anterior, aquel proceso en el que se generaba un intercambio de mercancías implica relaciones recíprocas, tal como lo emplea Marx, aduciendo un “metabolismo social”:

El desarrollo de la mercancía engendra la forma en que pueden moverse. En la medida en que el proceso de intercambio transfiere mercancías de manos en las cuales son *no – valores* de uso, a manos en las que son *valores de uso*; entonces el producto de una modalidad útil de trabajo reemplaza al de otra. Tan pronto como llega al lugar en que sirve como valor de uso, pasa de la esfera del intercambio mercantil a la del consumo. (1975, p. 127)

Naturalmente al verse inmiscuidos en aquél ignota “mundo comercial” mismo que, imperativamente demandaba la necesidad de operaciones reguladoras del mismo, esto a razón de la formalista insuficiencia del antiguo derecho Romano que, como relata Díaz: “fue elaborado para regular operaciones aisladas, sin eficacia para aplicarse a actos y contratos masivos, además de la inexistencia de jueces que pudieran aplicar preceptos redactados en latín”. (2006, p.6) El resultado entonces, se manifestó a través de compilaciones escritas por los propios involucrados en aquellos actos masivos de comercio en favor del desempeño de cada actividad que recaía en sus usos, prácticas y costumbres marítimas y comerciales imperando el “riesgo” en cada una de ellas, dando origen a las primeras leyes en materia comercial clasificadas en: Leyes del mar; Leyes de Olerón; Leyes de Wisby que, con el transcurso del tiempo se irán adaptando a ciertos reinos y estados nacientes

adquiriendo también una identidad propia. “Se trata de un derecho subjetivo, consuetudinario, auto elaborado y autoaplicativo”. (Díaz 2006, p.7)

Empero, aquél ser humano que intente conservar cualquier técnica, método, o patrón repetitivo de consecuencias terminará yendo a la ruina entre la gran cantidad de personas que buscarán nuevas alternativas... “quien quiera mantenerse, aprenda a no ser bueno y a practicarlo o no de acuerdo con la necesidad”. (Maquiavelo, 2019, p. 68). Dicho de otro modo, durante el proceso histórico de intercambio de mercancías se encontrará inversión e innovación tecnológica que suscitan el desarrollo de la productividad y consecuentemente un progreso económico.

En suma, los bemoles del ser humano, al encontrarse inmerso en aquél campo de desarrollo de producción y aceleramiento de la misma de acuerdo a las necesidades de cada estilo de vida que, con el transcurso del tiempo se va adoptando y que consecuentemente, dará un impulso a la industria y la economía misma que, sufrirá una metamorfosis imperativa que conlleva a la innovación de esquemas sociales y legislativos. “afirmando que el industrialismo inglés comenzó en Francia muy poco tiempo después de su surgimiento en Inglaterra ajustando así la vida de los pueblos a través de la sembradora mecánica, la lanzadera automática, la máquina de hilar y la máquina de vapor. (Díaz, 2006, p. 9)

Los impulsos fundamentales que mueven el capitalismo, provienen de nuevos objetos de consumo; nuevos métodos y procedimientos de producción y transporte, nuevos mercados, nuevos tipos de organización industrial. A partir de la revolución industrial la economía mundial muestra “pulsaciones ritmadas”, explicado en relación a las importantes innovaciones por el autor Kaplan, de la siguiente manera: I. Un ciclo largo desde fines de

siglo XVIII a mediados del XIX, con el ciclo tecnológico correspondiente del textil y del hierro. 2. Un ciclo largo desde fines del siglo XIX a la víspera de la Primera Guerra Mundial, con el acero y la expansión del transporte. 3. Un ciclo largo desde la Primera Guerra Mundial a la crisis actual, con el motor a explosión, química, petróleo, electricidad. 4. Comienzo de un nuevo ciclo, apoyado sobre las técnicas de la electrónica, el dominio de la vida, el átomo... (2000, p. 43)

En otras palabras, aquél ascenso espectacular en aras científicas, tecnológicas e inexorablemente aplicadas a partir de una fuerza social que trajo aparejada una gran influencia en beneficio del futuro de la sociedad y, que consecuentemente como expresa Kaplan: ... “El derecho se convierte en un instrumento de acción organizado y dirigido al logro del cambio y del desarrollo”. (2000, p. 64) En ese tenor, toda aquella axiología, coherencia normativa interna vista por sus protagonistas como un sistema específico elevado al nuevo mundo industrial, a los nuevos empleos, a la innovación y a la competencia, fue impulsada por este “nuevo Estado” intervenido por el capitalismo en desarrollo mismo que “se instaura y desarrolla como un sistema de producción mercantil sobre la base de la creciente división del trabajo social, de la propiedad, del régimen del trabajo asalariado, del intercambio de la mercantilización de la economía y la sociedad”. (Kaplan, 2000, p. 103).

El elemento central de aquella “red de interrelaciones” entre el capitalismo, el Estado y el derecho, fue la empresa privada y el mercado, que en disonancia trajo consigo la creación de los derechos humanos y el respeto al medio ambiente, en el entendido de la no explotación del mismo para la conservación de los recursos naturales, es decir, se exigía comerciar con responsabilidad para lograr la sustentabilidad; así mismo, se buscó generar un comercio y desarrollo económico

sin fronteras que, dicho con otras palabras, aquellos recursos naturales ya no sólo se consumirían en un solo país, sino que pasarían al mercado y consumo mundial.

A medida que surgieron documentos legislativos para regular los actos entre sujetos de derecho mercantil, el mundo y sus habitantes se tuvieron que adaptar a nuevas tecnologías, es decir, nos enfrentamos a una nueva revolución científica, en la cual resaltaron nuevas formas de consumo, pero ello no fue óbice para el derecho y su creciente regulación. Contrariamente a las vicisitudes mencionadas, no se mostraba un aumento en dicho comercio alternativo, hasta la llegada del nuevo virus, centro de la problemática establecida en este texto.

Teniendo en cuenta a Steve Jobs (Cofundador de Apple): “La tecnología no es nada. Lo importante es que tengas fe en la gente, que sean básicamente buenas e inteligentes, y si les das herramientas, harán cosas maravillosas con ellas”. (Forbesmexico, 2023). Recordemos que, las redes sociales avanzan a pasos agigantados, si bien esto abrió un amplio abanico de posibilidades para la inclusión comercial, no fue realmente “atractiva” hasta la llegada del SARS-CoV-2, en el entendido de ser la única posibilidad de comunicación e interacción con el mundo comercial para compras realmente básicas por sus usuarios.

Según datos publicados por la página oficial de la revista Forbes México, “América Latina fue la región donde más despuntó el comercio electrónico, o *e-commerce*, de todo el mundo, porque era donde más rezago había en la materia y todavía tiene un gran margen de crecimiento, la relocalización de compañías

multinacionales en México, fenómeno conocido como *nearshoring*, ayudará a potenciar el comercio digital en el país”. (Zamarrón, 2023).

Un aspecto clave fueron las nuevas formas de pago a las cuales nos tuvimos que adaptar Vgr., el CoDi vista como una forma de cobro digital utilizada por las más recientes tecnologías, como el Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) y los Códigos QR, mismos que permiten realizar pagos a través de internet o la banca móvil en cuestión de segundos; empero estas aplicaciones o funciones, en su mayoría aún se encuentran en fase de prueba (CONDUSEF, 2019, p. 16) En consecuencia, no existe un certeza jurídica de respaldo ante situaciones fraudulentas realmente veraces e inspiradoras de confianza para atraer más usuarios de los mismo e incluso ya no sólo una “adaptación obligatoria”, sino una revolución global que incrementa el mercado de las pequeñas empresas.

A título ilustrativo es necesario hacer énfasis en los antecedentes del internet y sus “sistemas computacionales” que, más allá de aquellos dispositivos electrónicos con memoria especial para el almacenamiento y procesamiento de datos, forma parte de una historia de modernidad y ventajas que conllevan a una válida afirmación en el sentido de que si “la primera revolución industrial (Inglaterra, fines del siglo XVIII) fue de orden mecánico, la segunda (principios del XIX) significó la revolución eléctrica; finalmente, a mediados del siglo XX, hizo su aparición la tercera revolución industrial, en este caso como electrónica”. (1983, p. 110) La aparición de la última, como una inminente y práctica herramienta prodigiosa.

Con todo, antes de la aparición de lo que hoy en día conocemos como internet, con anticipación existieron otros medios que permitían expresar la voluntad de las partes, en ese caso, se encuentra el telégrafo que de acuerdo con León: “fue llamado genéricamente *Telégrafo Morse* en homenaje al estadounidense Samuel P.B. Morse quien en 1838 creó los signos telegráficos mediante los cuales las personas se comunicaban y hacían pedidos de mercancías de manera abreviada”, lo que derivó también a que aquellos usos frecuentes de abreviaturas por los comerciantes en sus operaciones de compra y venta llevaran a ser un elemento propicio de acuñación y reconocimiento por parte de la Cámara Internacional del Comercio, de los términos de Comercio Internacional (INCOTERMS). (p. 169)

Siendo las cosas así, internet es una “red de redes”, por medio de la cual todos los usuarios conectados a la red lo están a través de un ordenador que controla una red local formada por un cierto número de ordenadores. El ordenador principal de cada una de estas redes locales, conocido como servidor, forma un nodo (bloques de información textual o multimedia que componen en sí mismos una unidad de sentido, es decir, interconexión entre varias redes), a su vez conectado con todos los demás servidores del mundo a través de una tupida red de enlaces por línea telefónica, fibra óptica, satélites artificiales y antenas parabólicas. (Díaz 2006, p. 61)

Esta red fue concebida, en sus inicios, como medio de conexión entre los ordenadores de diversas universidades y empresas de investigación estadounidenses, con arreglo a un proyecto del Departamento de Defensa a través de la agencia ARPA (Agencia de Programas Avanzados de Investigación). A la red, creada inicialmente con propósitos militares y de intercambio científico, se fueron adhiriendo universidades, laboratorios y empresas de todo el mundo, hasta crear una red mundial que se abrió a

grupos de usuarios cada vez más amplios, con lo que se llegó a la situación actual, en que cualquier persona o entidad puede conectarse. (Díaz, 2006 p. 61)

Buscando la evolución continua y encasillando a la tecnología como una aliada para la innovación y evolución para los negocios, además de contar con el gran impulso del aislamiento obligatorio derivado de la pandemia del 2019 y, retomando el tema inconcluso, pero necesario en destacar del *nearshoring*, que en palabras de Mario Miranda, CEO de Ecomsur: “el termino acuña a la relocalización de empresas, lo que trae consigo una mayor inversión en infraestructura, nuevas oportunidades para la logística e incluso necesidades comerciales que deben ser aprovechadas por el *ecommerce*”, en ese mismo sentido, la consultora Gartner calcula que para 2025 el 80% del comercio negocio a negocio se realizará por medios digitales. (Zamarrón, 2023).

CAPÍTULO III. MARCO LEGAL DE LA DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS (PYMES)

CAPÍTULO TERCERO. MARCO LEGAL DE LA DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS (PYMES)

PRESENTACIÓN DEL CAPÍTULO

En vista de lo anterior, en México existe un panorama dinámico – empresarial donde coexisten empresas de todos los tamaños, (micro, pequeñas y medianas empresas) representantes de un papel fundamental para la correcta circulación de la economía del país; siendo entonces, uno de los pilares esenciales dentro del mercado laboral es conveniente destacar las principales “herramientas de defensa” creadas e impulsadas para mejorar las relaciones entre particulares y entes jurídicos.

El análisis precedente se constituye en el asidero legal del derecho establecido para erradicar aquel estado de naturaleza (indicativo de Rousseau) y evitar las injusticias del libertinaje, protegiendo y prevaleciendo un orden social a partir de diversos ámbitos jurídicos formales, reales e históricos.

Dentro de ese orden de ideas, surge la necesidad de regular los actos comerciales entre aquellos mercaderes que, a base de emprendimiento y lucha constante para dirimir equitativamente sus controversias logran con gran empeño la unificación de disposiciones mercantiles contenedoras de múltiples leyes, decretos, disposiciones reguladoras de los actos de los comerciantes, jurisprudencia, aplicación supletoria, usos y costumbres, sistemas adoptados por el comercio, etcétera.

El tema que nos convoca entonces, versa sobre la ubicación del derecho mercantil, que a través de sus actos de comercio y su relación con el sector económico consta de una interconexión entre el derecho público y el derecho privado que a partir de la legislación periódicamente ampliada, revisada y corregida se ha adecuado al estado evolutivo de cada época, mediante fuentes reales (como aquellos acontecimientos sociales, políticos, culturales que dan origen a la legislación en el derecho), formales directas (leyes, tratados internacionales, usos y costumbres), formales indirectas (jurisprudencia, principios generales y la doctrina) o fuentes supletorias (interpretación, analogía, concreción) que a continuación se detallaran con más precisión.

3.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Inicialmente es menester mencionar el dinamismo con el que se desarrolla la materia mercantil, ya que el comercio, como ya se destacó, varia o evoluciona de acuerdo a las necesidades de sus intervinientes, por lo tanto, conforme a los fundamentos constitucionales inconcusos para su protección, se destaca que se dividen en dos partes, es decir, por un lado se le permite al ciudadano involucrarse en cualquier área, especialidad, profesión, industria, siempre y cuando se pueda calificar de lícito (CPEUM, 1974); se le permite tener libre capacidad de reunirse y asociarse con el mismo objetivo, la licitud. (CPEUM, 1917) Así mismo desde la otra perspectiva se le otorgan facultades al Congreso para decretar leyes que mejoren el comercio entre las

entidades federativas, así como tener el control dentro de la República sobre las diferentes ramas de la industria involucradas en el comercio, dirimir conflictos a través de la regulación en materia del trabajo, contener una correcta distribución en la innovación y tecnología dentro del comercio exterior. En ese mismo sentido, tiene la facultad de expedir leyes que regulen la integración, organización y funcionamiento de las sociedades cooperativas, previendo la protección de datos personales en posesión de particulares. (CPEUM, 1944)

Por otra parte, destaca la participación del Estado como rector del desarrollo nacional, dicho con otras palabras, es menester que este genere sustentabilidad en el país para que se adhiera la competitividad, generando un mayor crecimiento económico, promueva la inversión y, por ende, mayor oportunidad de empleo, a través de los sectores público, social y privado, por lo tanto, al ser el encargado de la correcta administración del país genera también el “Plan Nacional de Desarrollo”. (CPEUM, 2015)

En ese mismo sentido, es importante resaltar la facultad que tiene el Estado para generar normas relativas a la administración, organización, funcionamiento y procedimientos de contratación de las empresas (sector social y sector privado) productivas para el mismo, determinando así, las actividades que podrán realizar. Sujetándose así a la equidad social, productividad y sustentabilidad, que dicte el interés público, y a su factibilidad de acuerdo con los recursos productivos en beneficio general, anteponiendo siempre, al medio ambiente. (CPEUM, 1960)

Por consiguiente, mediante la ley se establecerán los mecanismos en favor de la expansión de la actividad económica del sector social, organizaciones de trabajadores, cooperativas, comunidades y empresas pertenecientes a todas las formas de organización social para la distribución y consumo de bienes y servicios necesarios.

Alguna de sus manifestaciones más incisivas al desarrollo económico nacional es promover la competitividad mediante la implementación de una política nacional para el desarrollo industrial sustentable.

En función de lo planteado, el arábigo 27 en su párrafo III., una restricción hacia las instituciones y sociedades mercantiles dependiente del número de propiedades pertenecientes a su objetivo principal, señalando el límite de su extensión para cada socio y dejando así la responsabilidad restrictiva para la ley respectiva. (CPEUM, 1960)

Subsecuentemente decreta la prohibición de los monopolios y en general todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida en favor de una persona o grupo de personas en perjuicio del público en general. De este modo, a través de las leyes se fijarán las bases hacia los precios máximos a los artículos, productos y materias necesarias para la economía nacional o el consumo popular, para así imponer modalidades dentro de la distribución, organización de los mismos con el fin de evitar desabasto y una posible alza de precios, señalando en lo esencial en su número 28 "La ley protegerá a los consumidores y proporcionará su organización para el mejor cuidado de sus

intereses”, esto a través de una Comisión Federal de Competencia Económica, así como el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Contrariamente no considera monopolio las sociedades cooperativas de productores que, en bien de la riqueza de su región exporten directamente en mercado extranjero sus productos nacionales o industriales, con la restricción de encontrarse bajo vigilancia, amparo o contar con una previa autorización por parte de la legislación respectiva. (CPEUM, 2020)

Por otra parte, dentro de su artículo 89, fracción X., hace mención a la importancia de la celebración de los Tratados Internacionales que, al ser parte de una política exterior, se encuentran sometidos a la aprobación del Senado, mismos que a continuación se aclaran con más precisión. (CPEUM, 2007)

3.2 TRATADOS INTERNACIONALES

Dentro de este apartado es preciso insistir la administración por parte del Estado, mismo que se rige por la Constitución representando así a sus nacionales, ejerciendo jurisdicción, ejecutando sanciones y estableciendo a su vez vínculos con su exterior obligándose y otorgando derechos.

Es aquí donde se reconoce la continuación del arábigo Constitucional 89 fracción X., mencionado con antelación, que establece las facultades del Poder Ejecutivo: “Dirigir la política exterior y celebrar tratados

internacionales, sometiéndolos a la aprobación del Senado”.(2024) Dicho con otras palabras, al ejecutivo tal cual como su nombre lo establece se le otorga la facultad de ejecutar, no obstante, para que el tratado internacional no se exceda en sus funciones debe estar en total conexión con el ordenamiento constitucional, así como ser aprobado por la Cámara de Senadores, como plantea Trejo: “El senado, en materia de política exterior, es siempre el contrapeso del Ejecutivo”. (2006, p.10)

Por consiguiente, el dispositivo 133 constitucional otorga reconocimiento a los tratados internacionales como parte integrante del Derecho Nacional, estableciendo que, junto con las leyes federales son la ley suprema de la unión, por lo que son reconocidos como fuente de derecho. (2024)

Es ese sentido la Convención de Viena en su numeral 2., conceptualiza a los Tratados Internacionales como “un acuerdo internacional celebrado por escrito entre un Estado y regido por el Derecho Internacional”; tal como lo expresa Trejo:

... Los Tratados Internacionales cuentan con la capacidad de regular algunas materias que tienen un impacto directo en el Derecho Nacional como el comercio, los DDHH., las relaciones contractuales, medio ambiente, entre otras, contando también con una multiplicidad de denominaciones mismas que se deben a que los mencionados presentan entre sí características muy diversas según la materia a que se refieren las partes intervinientes en su celebración, formalidad o solemnidad con que se conduzca. (2006, p. 4)

En relación a lo planteado, México ha llevado a cabo la celebración de diversos tratados internacionales, empero dentro de la materia

mercantil en el marco normativo del apartado de comercio electrónico se encuentran, por ejemplo, *La Ley Modelo de Comercio Electrónico*, misma que fue aprobada por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas, aunada a una guía en el año de 1996. Después de un extenso número de sesiones para lograr su correcta integración, se logró manifestar la problemática de la necesidad de fomentar la armonización y unificación progresiva del derecho mercantil particularmente de los países en progreso amplio del comercio internacional. De esta manera se parte de la necesidad de una seguridad jurídica para los participantes dentro de una transacción comercial electrónica que teóricamente, dentro del margen del derecho, los contratos celebrados sólo cuentan con validez cuando se realiza la manifestación de la voluntad de manera escrita y firmada a puño y letra por los contrayentes, destacando la necesidad de eliminar aquel dique, ya no jurídico, sino fáctico a su desarrollo imperativo.

De acuerdo con Rojas, fue hasta mayo del año 2000 que en México se reformaron cuatro leyes federales: El Código Civil Federal, el Código de Comercio, el Código Federal de Procedimientos Civiles y la Ley Federal de Protección al Consumidor para así, introducir normas especiales con el fin de regular el comercio electrónico. (2017, p. 15)

Se plantea entonces que su objeto principal radica en el ofrecimiento de la “propuesta” de un texto normativo ejemplar para los Estados con la función de evaluar y modernizar sus disposiciones internas que resulten aplicables a las comunicaciones electrónicas que se utilicen en el marco

de las transacciones comerciales, precisando las disposiciones esenciales que un régimen legal de comercio electrónico debe prever, erradicando la discriminación legal de los mensajes consignados en un soporte informático frente a aquellos que se encuentran en papel. (Rojas, 2017, p.20)

En ese mismo sentido y durante el transcurso del paso de los años se han implementado esfuerzos para promover y facilitar el comercio internacional; así pues, el Instituto internacional para la Unificación del Derecho Privado conocido en el ámbito internacional por su acrónimo UNIDROIT, (derivado de su denominación francesa) se dio a la tarea de establecer los *principios de los contratos internacionales del comercio*, constituyéndose en un documento escrito que establece a manera de reglas específicas generales y bilaterales las bases de la contratación internacional a usar en el derecho mercantil internacional. Dentro de este marco de condiciones generales, de usos y costumbres, diversas instituciones se han dado a la tarea de unificar los principios del derecho comercial, (Vrg., INCOTERMS, “INTERNATIONAL COMMERCIAL TERMS”, determinantes en la operatividad de los mecanismos de contratos modelo para el derecho internacional) desde su primera publicación en el año de 1994, una segunda edición publicada en 2004, una tercera en 2010 y, finalmente concluyendo con 11 capítulos en el año 2016. (2016, UNIDROIT)

De acuerdo con Sánchez, el propósito de esta *lex mercatoria* radica en “armonizar el derecho de los contratos comerciales internaciones, proveyendo a los comerciantes de un marco jurídico que les permita concluir transacciones trasnacionales, sin el temor de tener que verse sujetos a una legislación extranjera que les resulte totalmente extraña e incompatible con los resultados deseados”. (2019, p. 8)

Consiguientemente en el año de 1980 la Comisión de las Naciones Unidas proporcionó a los Estados un texto titulado “*Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa Internacional de Mercaderías*”, dividido en cuatro partes, mismas que se componen de:

- 1.- Ámbito de aplicación y disposiciones generales;
- 2.- Normas que rigen la formación de contratos de compraventa internacional de mercaderías;
- 3.- Derechos y obligaciones sustantivas de comprador y vendedor derivadas del contrato;
- 4.- Disposiciones finales de la convención relativas a su aplicación en cuanto al modo y momento de su entrada en vigor. (2011, CNUDM)

Por lo tanto, también se trata de un texto normativo sugerente para la aplicación en los contratos de compraventa de mercaderías entre las partes que tengan sus establecimientos en Estados diferentes.

Si bien es cierto y, empleando las palabras de Martínez: “Hoy en día México cuenta con una red de once tratados de libre comercio que lo vinculan con cuarenta y seis países, treinta acuerdos para la promoción

y protección recíproca de las inversiones y nueve acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la ALADI (SE, 2018)". (2019, p.50)

Por lo tanto, la implementación de los tratados internacionales genera en el país un gran número de normas y regulaciones que, en materia de comercio exterior logra la creación de vínculos con otras economías, manteniéndolo activo en la escena internacional y, por lo tanto, obteniendo beneficios comerciales de otros Estados.

3.2.1 T-MEC

Retomando el apartado de los Tratados Internacionales importantes en su aplicación dentro del derecho comercial internacional, se encuentra como uno de los más importantes acuerdos comerciales de México la transformación del TLCAN al T.MEC.

Siendo las cosas así, el 30 de noviembre del año 2018, México, Estados Unidos y Canadá firmaron un nuevo acuerdo para comenzar con el proceso de actualización de tratado en el marco del G-20 llevado a cabo en Buenos Aires. (2020, Forbes Staff) Cabe resaltar que el mismo entro

en vigor el día primero de julio del año 2020, contando con 34 capítulos, (a comparación del TLCAN que se componía de 22 capítulos) y que tendrá una vigencia de 16 años, con una revisión del mismo por cada seis años. En función de la temática planteada el T.MEC, busca la implementación de nuevas normas dentro del comercio, creando una base sólida para así fortalecer lazos económicos entre las tres naciones. Generando elementos clave para la relación comercial, incorporando disposiciones nuevas y actualizando las ya existentes, destacando nuevos preceptos como la importancia del comercio electrónico y el apoyo inexorable para las PYMES.

Para un correcto análisis de lo planteado es imperativo destacar el antecedente del T-MEC:

En 1994, las naciones en comento crearon la región de libre comercio más grande del mundo a través del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que condujo al crecimiento económico y contribuyó a elevar el nivel de vida de la población de los países miembros. (2020, Forbes México) Empero desde el declive derivado de la pandemia mundial de Covid-19, fue fundamental la novación al T-MEC, mismo que pretende mejorar la economía mexicana, comprendidos de la siguiente manera:

Algunos cambios fundamentales son mayoritariamente dentro del marco normativo del comercio internacional y la inversión extranjera, con la pretensión de reactivar la economía y salir prontamente de la recesión económica; promover el crecimiento del comercio digital y fortalecer la protección de datos de los consumidores.

- Generar un mayor acceso a servicios financieros y un mayor número de oportunidades para las instituciones financieras mexicanas.
- Establecer un acuerdo respectivo a la evolución del sector de las telecomunicaciones, a través de mecanismos de dialogo y colaboración para promover la participación de las pymes en el comercio regional.
- Pretende también reducir costos derivados de operaciones aduaneras a fin de facilitar los intercambios comerciales para una rápida circulación de mercancías.
- Dentro del comercio digital, busca fortalecer e impulsar el desarrollo del mismo mediante un esquema digital que fomente operaciones electrónicas y al mismo tiempo brinde seguridad.
- En el marco de la competencia económica se busca eliminar subsidios y apoyos que puedan causar distinciones en el marco regional.
- Promueve la transparencia de las buenas prácticas y la cooperación regulatoria en relación a la elaboración y aplicación de las normas y reglamento técnico.
- Para las PYMES, se busca promover más actividades para que sus emprendedores mexicanos incrementen sus exportaciones, así como su participación en las cadenas de valor global
- Finalmente promete garantizar el cumplimiento de las partes a los compromisos asumidos en el marco del acuerdo sobre obstáculos técnicos al consumo de la Organización Mundial del Comercio (OMC). (T-MEC, 2020)

3.3 LEGISLACIÓN FEDERAL

En función de lo planteado con antelación y retomando el numeral 133 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismo que refiere que los tratados internacionales que México haya celebrado serán considerados a nivel jerárquico como “ley suprema” de toda la unión (CPEUM, 2016), se entiende entonces, que los tratados en comento ocupan un lugar inmediatamente inferior a los preceptos constitucionales, pero superior al de las leyes federales y estatales. De esta manera las

Leyes Federales deben su creación al compromiso adquirido por México para seguir las reglas de los tratados internacionales de los que sea parte.

Ahora bien, en el margen del derecho mercantil y siguiendo la normativa del Código de Comercio en sus primeros dos numerales establece:

Artículo 1o.- Los actos comerciales sólo se regirán por lo dispuesto en este Código y las demás leyes mercantiles aplicables. (Código de Comercio, 1996)

Artículo 2o.- A falta de disposiciones de este ordenamiento y las demás leyes mercantiles, serán aplicables a los actos de comercio las del derecho común contenidas en el Código Civil aplicable en materia federal. (Código de Comercio, 1996)

En ese sentido se comprende que las leyes federales en esta materia tendrán como objetivo principal el regular y promover el comercio exterior de México, incrementar el crecimiento de la economía nacional y seguir el proceso de una integración económica a nivel mundial. Consiguientemente al pasar del tiempo y, tomando en cuenta los acontecimientos que den origen al derecho (fuentes reales) mismos que la legislación se verá obligada a atender y regular continuando con la creación de las siguientes fuentes formales:

Ley Federal de Protección al Consumidor: Desde una perspectiva general, esta ley tiene como objetivo primordial proteger al consumidor, procurando en todo momento la equidad y seguridad jurídica su relación con los proveedores de artículos y servicios. De esta manera se prioriza el derecho al consumo, mismo que debe ser estable en cuanto a las

“prerrogativas” establecidas en la constante del consumo diario que llevamos a cabo con los proveedores.

Se trata entonces de una nueva ley publicada un 24 de diciembre del año 1992 que establece disposiciones de orden público, dotando al consumidor de mecanismos de protección a través de la creación de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), que siguiendo su numeral 20, éste es un organismo descentralizado de servicio social con personalidad jurídica, misma que se encargará de promover y proteger los derechos e interés del consumidor, estableciendo multas, valiéndose de la fuerza pública así como también imponiendo arrestos administrativo de hasta por 86 horas. (LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2024)

En resumidas cuentas, los proveedores deberán abstenerse de la incrementación de precios injustificadamente para generar monopolios previos a condiciones meteorológicas o contingencias sanitarias, deberán señalar la información correcta de sus productos, respetar los precios ofertados, mismos que ya deberán incluir las debidas aportaciones fiscales, aunado a la adhesión de los derechos de los consumidores a través de las transacciones efectuadas por medios electrónicos o de cualquier otra tecnología...

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: Resulta claro establecer que la ley en comento fue publicada un 27 de junio del año 1991 para establecer las bases que deberán seguir las actividades industriales y

comerciales del país; promover y sobre todo fomentar la actividad inventiva en la rama industrial y la difusión del conocimiento de tecnologías, protegiendo también a las mismas a través de la regulación y otorgamiento de patentes de invención renovables. Culminando con el establecimiento de seguridad jurídica entre las partes para la protección de franquicias, nombres comerciales de las empresas o establecimientos industriales y de la propiedad industrial, por medio de la creación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, fungiendo como autoridad administrativa, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio. (Ley de la Propiedad industrial, 2006)

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA: En lo esencial la publicación de esta ley deviene de un complemento hacia el artículo 28 Constitucional en materia de libre comercio, competencia económica y la erradicación de prácticas monopólicas aplicable para todas las áreas de actividad económica. Publicada el 23 de mayo del año 2014 y, estableciendo principalmente como autoridad al Instituto Federal de Telecomunicaciones en materia de competencia económica de los sectores en el margen de radiodifusión y telecomunicaciones, así como también indica en su artículo 10 a la Comisión Federal de Competencia Económica como órgano autónomo con personalidad jurídica, misma que tiene como función garantizar la libre competencia y competencia económica, prevenir, investigar y combatir prácticas monopólicas,

restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, etc. (Ley Federal de Competencia Económica, 2021)

LEY ADUANERA: Las características de esta normatividad publicada el 15 de diciembre de 1995, es regular la entrada y salida de mercancías, así como los medios de transporte dentro del territorio mexicano. En lo esencial genera reglas para el sector aduanero, otorga concesiones por medio de licitaciones por parte del servicio de administración Tributaria y de la Secretaría de Economía y Crédito Público, establece reglas sobre el manejo, almacenamiento y custodia de mercancías de comercio exterior a través de los llamados recintos fiscales, obligando al cumplimiento de las mismas a quienes introduzcan o extraigan mercancías al territorio nacional. (Ley Aduanera, 2021)

LEY DE CÁMARAS EMPRESARIALES Y SUS CONFEDERACIONES: Su propósito es normar la integración y funcionamiento de las cámaras de comercio e industria, servicios y turismo, así como de las confederaciones que los agrupan, por los tanto, con base en su publicación el 20 de enero de 2005, se pretende regular el sistema empresarial mexicano, el cual se encuentra conformado por comerciantes o industriales que representan, promueven y defienden nacional e internacionalmente las actividades de la industria, el comercio, los servicios y el turismo en colaboración con el gobierno para así lograr un crecimiento socioeconómico nacional. Fungiendo entonces como órganos de consulta que fomentarán la participación gremial en

colaboración de la Secretaría de Economía. (Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, 2019)

LEY DE COMERCIO EXTERIOR: Sustancialmente esta pequeña normativa pretende regular y promover el comercio exterior, a través del incremento a la competitividad económica nacional, propiciando el uso eficiente de los recursos nacionales y lograr una correcta protección en contra del dumping por parte del comercio internacional para lograr un incremento en el bienestar de la población. (Ley de Comercio exterior, 2006)

LEY PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANSA EMPRESAS: Normatividad creada el 30 de diciembre de 2002, instituida sobre todo para promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de las empresas en comento, generando apoyo institucional a través de la promoción de información por la Secretaría de Economía, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, fomentando a la creación de empleos, bienestar social y económico, otorgando créditos y herramientas para las MIPYMES. (Ley para el Desarrollo de la Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, 2006)

3.3.1 CÓDIGO DE COMERCIO

Aunque tal vez el comercio sea tan antiguo como el origen del hombre es menester destacar a breves rasgos su iniciación en el mundo normativo de México. Esto se puede notar ante los antecedentes históricos del Código de Comercio que, durante varios intentos fallidos se trató de establecer y promulgar, empero continuaban siendo derogadas o trascendían a la abrogación.

Es en función de lo planteado que, en mayo del año 1854, aparece el primer código de comercio, primordialmente conocido como Código de Lares, copiado del Código Francés de 1808 y el español de 1829, mismos que culminó con su derogación en noviembre de ese mismo año. En ese orden, a partir de la reforma Constitucional de 1857 que, sólo facultaba al Congreso para establecer bases generales para la legislación mercantil, se otorga la facultad legislativa al Ejecutivo para expedir el Código obligatorio en toda la República (minería y comercio) expidiéndose así el precepto normativo en comento a regir el 20 de junio de 1884, corriendo con la misma suerte del primero. Finalmente, el día cuatro del mes de julio de 1887 Porfirio Díaz expide el Código de Comercio de 1889, iniciando su vigencia a partir de 1890, permaneciendo hasta ahora con las necesarias reformas implementadas a medida de la evolución del tiempo y de las necesidades de sus intervinientes. (Quintana, 1997, p. 242)

Entonces, la temática en función del Código de Comercio, es establecer una correcta regulación a partir de esta rama del Derecho privado dentro del sector económico, es así como se crea una dualidad entre el derecho público

y privado que genera incertidumbre en cuanto a la resolución de conflictos, a lo que la propia normativa responde a través de su numeral 1050: “Cuando conforme a las disposiciones mercantiles para una de las partes que interviene en un acto, éste tenga naturaleza comercial y para la otra tenga naturaleza civil, la controversia que del mismo se derive se regirá conforme a las leyes mercantiles” (Código de comercio, 1989)

Posteriormente indica a sus intervinientes los actos que se reputarán como adjetivos de la materia, incluye los derechos y obligaciones de los comerciantes en su numeral 16 Vgr., señalando que están obligados a la inscripción en el Registro Público de Comercio de los documentos, a mantener un sistema de contabilidad, a la conservación de la correspondencia lo que implica llevar una correcta contabilidad de sus ventas para sus contribuciones fiscales.

En ese mismo sentido proporciona la integración de una empresa y los mecanismos de protección para la misma, la regulación de las diferentes sociedades mercantiles, así como una regulación a las sociedades extranjeras o comerciantes extranjeros quienes deberán acatarse a las leyes mercantiles y tratados internaciones de los que sus naciones sean parte.

“El Código de Comercio contiene normas no solamente aplicables a los actos de comercio, sino además a los comerciantes en el ejercicio de su actividad de comercio peculiar, por lo tanto, el acotamiento del derecho mercantil se realiza por medio de los actos de comercio, ya que son ellos los que reclaman

un tratamiento distinto al de los actos sometidos al derecho civil.” (Maison, R, comunicación personal, 2021)

3.4 REGLAMENTO DEL ARTÍCULO 89 DEL CÓDIGO DE COMERCIO

Como parte del Título segundo signado como “Del Comercio Electrónico” adicionado el 29 de mayo del año 2000, constituyendo la nueva normativa predominantemente objetiva para regular los actos de comercio realizados por medios electrónicos a través de la teoría de la autonomía de la voluntad como característica primordial para dirimir las controversias sobre la aceptación, rechazo o correcta transmisión con la que cuenta un emisor hacia su receptor para la correcta notificación de los mensajes de datos (contenidos de claves o contraseñas del emisor o plataforma en su nombre o representación) registrados bajo la firma electrónica previamente registrada conforme al reglamento del Código de Comercio en materia de prestación de servicios de certificación, mismo que en su primero numeral indica: “... Son normas reglamentarias a las que deben sujetarse los prestadores de servicios de certificación en materia de firma electrónica y expedición de certificados para actos de comercio”. (2004)

Sucede entonces que, dicha normatividad surge como parte de la evolución del derecho para establecer parámetros de seguridad jurídica que salvaguarden los derechos de los comerciantes estableciendo en su artículo 89 bis que, no se negarán efectos jurídicos para legitimar la

validez o fuerza obligatoria a cualquier tipo de información por la sola razón de no estar contenida en papel, sino en un mensaje de datos, lo que consiguientemente lo convierte en un medio probatorio ante las autoridades legalmente establecidas y estatizando que surtirán los mismos efectos jurídicos que las anteriores siempre y cuando su emisión se ajuste a las disposiciones del Código en comento.

3.5 CONCLUSIONES

PRIMERA: En relación con el primer capítulo, se desarrolló el marco metodológico en el cual se estableció la problemática a desarrollar aunado a los alcances esperados mediante la realización de la misma, estableciendo un enfoque cualitativo por medio de la implementación de

la investigación de datos históricos, actuales e información complementaria y adecuada relacionada con las empresas, el comercio en su modalidad electrónica y la reciente pandemia por Covid-19.

SEGUNDA: En el segundo capitulado se desarrollaron las teorías principales involucradas en el marco contractual que podría definir y proporcionar un mayor entendimiento de la relación entre los consumidores y proveedores de servicios, estableciendo los derechos de cada parte, incluyendo los conceptos de relativos a la materia, incluyendo comentarios propios de los mismos, destacando la importancia de las empresas y su incursión al mundo digital, definiendo el tamaño de cada una, culminando con la historia de las pandemias radicalizadas en nuestro país y lo que trajo consigo en materia de innovación para México.

TERCERA: Dentro del último apartado se desarrollaron las diversas leyes, tratados internacionales como punto general se destacó la imperativa creación del Código de comercio y leyes federales que regulen los actos de comercio y actividades empresariales dentro del territorio nacional o extranjero debido a la demanda de comercialización en la que están incurriendo los nuevos emprendedores de la mano de las PYMES. Finalmente y en conclusión general, hablar de la historia de la humanidad es enfatizar la actividad del ser humano dentro del comercio y al hacerlo es inevitable pensar en la base del desarrollo económico de los países,

destacando la inexorable existencia del comercio siendo necesario para la satisfacción de las necesidades de la población, por lo tanto las empresas más que buscar el crecimiento deben centralizarse en su innovación y evolución continua, ya que en consecuencia lo demás vendrá por añadidura... En este proyecto se destacó que el mundo comercial es para todos, empero los que no evolucionen se verán rezagados, dejando lugar a los audaces y los que mejor se adapten a las necesidades del nuevo consumidor.

El derecho no es sólo memorizar leyes, jurisprudencia y dogmática, es entender cómo funciona el mundo a través de él; es tener aquel conocimiento extrajurídico, comprender el correcto manejo mercantil, empresarial del mundo tecnológico, su composición y regulación, debe ser evolución y respaldo.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRÁFICAS

1. García Macías P., García Zamora R., (2020). La pandemia del capitalismo global. Machdohnltd.
2. Esquivel Gerardo, (2020, julio). Los impactos económicos de la pandemia en México. <https://fec-chiapas.com.mx>
3. Domínguez Martínez, J.A., Sánchez Barroso J. A., (2012). Conmemoración de los 80 años de vigencia del código civil. <https://biblio.jurídicas.unam.mx>
4. CONEVAL, (2021, 27 de julio). Pobreza laboral con la encuesta telefónica de ocupación y empleo ante la crisis sanitaria generada por la covid-19. <https://coneval.org.mx>
5. Secretaría de Salud, (2020). Consejo de Salubridad General declara emergencia sanitaria nacional por coronavirus. <https://www.gob.mx/salus/prensa/consejo-de-salubridad-general-19-239301>
6. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Comunicado de prensa Núm. 295/20. (2020, 1° de julio). <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletin/2020/calendario/camb20>
7. Levy, S., (2020, 27 de octubre). El godín millonario. El financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/simo-ley/2021/10/07/el-godín-millonario/?fbclid=IWAR0F12>.
8. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos (1970, 1°de abril). Ley Federal del Trabajo.

9. Mares, M.A., (2021, 04 de junio). Padrón de Outsourcing, el principio del fin. <https://eleconomista.com.mx>
10. Forbes México. (2021,06 de octubre). ¿Cómo impacta la nueva ley de outsourcing a las pymes? [video]. YouTube. https://youtu.be/abtOe_7sQ5A
11. AMVO. (2021). Estudio sobre ventas online en pymes – 2021. <https://amvo.org.mx>
12. Forbes México. (2021, 12 de mayo). Del click a tu carrito de compra: la historia del eCommerce en México. [video]. YouTube. <https://youtu.be/YsdGc6PKqgM>
13. OECD, (2013). Temas y Políticas Clave Sobre PYMES y Emprendimientos en México, OECD Publishing. <https://dx.doi.org/10.1787/97892642045991-es>.
14. Secretaría de economía, (2020). Comercio Electrónico. <https://www.mipymes.economía.gob.mx>
15. Secretaría de Economía, (2020). Crea tu empresa. <https://www.mipymes.economía.gob.mx>
16. Fondo de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa, (2021). PYMES. <https://www.fondopyme.gob.mx>
17. Oropeza, D.K., (2018). La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano (1° ed.). Instituto de Investigaciones Jurídicas. <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4667-la-competencia-economica-en-el-comercio-electronico-y-su-proteccion-en-el-sistema-uridico-mexicano>
18. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (1970, 1° de abril). Ley Federal del Trabajo. DOF. <https://www.diputados.gob.mx>
19. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (19881, 31 de diciembre). Código Fiscal de la Federación. DOF. <https://www.diputados.gob.mx>

20. Forbesmexico, [página de instagram]. Instagram Consultado el 14 de abril de 2023.
<https://instagram.com/forbesmexico?gshid=YmMyMTAMZY=>
21. Zamarón, I. (2023, 5 de abril), Así impactará el nearshoring en el ecomerce en México, <https://forbes.com.mx>
22. Condusef. (2019, julio). Las redes sociales no solo te comunican.
23. (1983), Inventos que cambiaron el mundo (1° ed.) ReadisDigest
24. Delgado, A. (2016). Digitalización de empresas (1° ed.) libros de cabecera S.L. (Original publicado en marzo 2016)
25. Ramírez, L. (2023, 14 de marzo). Guía completa para digitalizar una empresa, <https://www.iebschool.com/blog/como-digitalizar-una-empresa-en-10-pasos-tecnologia/>
26. Guerrero, C.R., y Rivas T.L., (2005). Comercio electrónico en México: propuesta de un modelo conceptual aplicado a las PYMES. Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, ISSN: 1405-3543.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65415104>
27. Helgueros, Y., (2010). Comercio electrónico como estrategia impulsiva de los exportadores en México. Revista Internacional de Administración y Finanzas, IBFR, <https://www.theibbfr.com/es/download.com.mx>
28. Mendoza, E.A., (2018). Marco Jurídico de la Protección de Datos Personales en las Empresas de Servicios Establecidos en México; desafíos y cumplimientos. Revista Ius. ISSN 1870-2147. <https://www.scielo.org/mx/scielo.php?pid=S1870-21472018000100267&script=Sci-arttext>
29. Azuero, A. y Enrique A., (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. Vol. 4, N°8.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062667>

30. Rubio, H. (2019). Investigación científica en el derecho y disciplinas afines. Porrúa.
31. García M., (2009). Positivism jurídico, realismo sociológico y iusnaturalismo. Fontamara.
32. Quintana, P., (2006). Metodología de la investigación científica cualitativa. <https://ubiobio.cl/mimb/webfile/media/267/3634305-Metodología-de-la-investigación-cualitativa-A-Quintana.pdf>
33. Pérez, G., (2001). Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Métodos. La muralla.
34. Ruiz, L. (2006). Historia y evolución del pensamiento científico. <https://asodea.files.wordpress.com>
35. Cáceres, N., (2020). Pasos hacia una revolución en la enseñanza del derecho en el sistema romano germánico (1° ed., tomo 4). Instituto de investigaciones jurídicas. <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/6226-pasos-hacia-una-revolucion-en-la-enseñanza-del-derecho-en-el-sistema-germanico-romano>
36. Dávalos, T., (2010). Manual de introducción al derecho mercantil. (1° ed.). instituto de investigaciones jurídicas. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7//3259/1.pdf>
37. Vanhoose, D., (2003). E. Commerce Economics. Baylor University, South Western Thomson Learning, Trad. Oropeza.
38. Bonnecase, J. (1995). Tratado Elemental de Derecho Civil. Pedagógica Iberoamericana, (Original publicada en 1995)
39. Domínguez, G. (2011). Revista de Derecho Notarial Mexicano (N° 124), Asociación Nacional de Notarios Mexicanos, A.C.
40. Huerta, V. (2003). El negocio jurídico procesal. Instituto de investigaciones Jurídicas de la Universidad Veracruzana.

<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/1994/50905/HuertavaldesRaul.pdf?sequence=1&ISAILOWed=y>

41. León, T. (2004). Contratos Mercantiles, Oxford.
42. Borja, S. (1968). Tratados Generales de las Obligaciones, Porrúa.
43. León, T. (2006). La Firma Electrónica Avanzada, Oxford
44. Sánchez, C. (1981) introducción al Derecho Mexicano, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, <https://biblio.juridicas.unam.mx/bju/id/1598>
45. EO, 2022, (13 de octubre) ¿Cuáles son las ventajas de contar con firma electrónica avanzada? <https://www.observador.cl/cuales-son-las-ventajas-de-comercio-con-firma-electronica-avanzada/>
46. Congreso de la Unión de México. (2012, 11 de enero). Ley de la firma electrónica avanzada. Diario Oficial de la Federación.
47. León T. (2016), Derecho Mercantil, Oxford.
48. Díaz, B. (2006), Derecho Mercantil, Iure
49. Mantilla, M. (1932), Derecho Mercantil, Porrúa
50. Marx, K. (2008) E Capital (Tomo I/vol. I), Siglo XXI, editoriales S.A. de C.V. (Original publicada en 1975)
51. Maquiavelo, N. (2019). El Príncipe. Ediciones Leyenda, S.A. de C.V., (Original publicado en 1532)
52. Kaplan, M. (2000), Ciencias, Estados y Derechos en las Primeras Revoluciones Industriales, (Nº56), Instituto de Investigaciones jurídicas, <https://archivo.juridicas.unam.mx/www./bjv/libros/1/3/tc-pdf>

53. Brasdefer, G. (1976) Las empresas Públicas en México, su importancia en el sector industrial y comercial: Bases jurídicas de su acción (1° ed.). Instituto Nacional de Administración Pública.
54. Vatter, E. (1824). Derecho de gentes o principios de la ley notarial aplicados a la conducta y a los negocios y de las soberanías (T. Otarena), París, Casa de Masson.
55. Barrera, G. (2022) Instituciones de Derecho Mercantil, (41° ed.), Porrúa
56. Barrera, G. (1983), Temas de Derechos Mercantiles, Instituto de Investigaciones jurídicas, Serie G. Estudios Doctrinales, número 79, UNAM.
57. Aguilar, M. (2007), Revista Mexicana de Derecho, núm. 9, Colegio de Notarios del Distrito Federal.
58. Dávalos, T. (2010) Manual de Introducción al Derecho Mercantil. (1° ed.). Nostra Ediciones.
59. Quintana (2022) Ciencia de Derecho Mercantil. UNAM, Porrúa
60. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos (1970, 1° de abril), Ley Federal del Trabajo. Diario Oficial de la Federación.
<https://www.diputados.gob.mx/leyesBiblio/pdf/LFT.pdf>.
61. Valiñas, J. (2022). El 2022 el año del renacimiento,
<https://www.laguindefranquicias.com>
62. Saavedra, G. (2017). Calidad para la Competitividad en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de la Ciudad de México. Publicación 2°,
<https://www.radalyc.org/articulo.ou?jd=29055467002>
63. Trejo, G. (2006). Los Tratados Internacionales como Fuente de Derecho Nacional. (1° ed). Dirección General de Bibliotecas SIID. <https://www.unidroit.org/up-content/uploads/2021/06/unidroit-principales-2010-sanish-bl.pdf>

64. Sánchez, C. (2019). Los Principios de los Contratos Internacionales Comerciales, <https://www.archivos.juridicas.unam.mx>
65. Naciones Unidas, (2010), Convención de las Naciones Unidas Sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías. <https://www.uncitral.un.org>
66. Forbes Staff, (2020, 01, julio) ¿Qué es el T-MEC y por qué es importante para México?, <https://www.forbes.com.mx/economía-qué-es-el.t.mec-y-por-que-es-importante-para-mexico/>
67. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, (1981, 31 de diciembre). Código Fiscal de la Federación. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/leyesBiblio/pdf/CFF.pdf>
68. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos (1887, 04 de junio). Código de Comercio, Diario Oficial de la Federación.
69. Condusef, (2020, marzo) Proteja su dinero, Publicación 240.
70. BBVA, (2024) ¿Qué son las Pymes en México y qué tipos existen? Consultado el 21 de marzo de 2024. <https://www.bbva.mx/educación-financiera/crédito/que-son-las-pymes-en-mexico.html>
71. Coll, M. (2021, 12 de marzo). Las Pymes: El mejor aliado para la recuperación, <https://www.forbes.com.mx/las-pymes-el-mejor-aliado-para-la-recuperación/>
72. Congreso de los Estados Unidos Mexicanos (2022, 30 de diciembre). Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. Diario Oficial de la Federación.
73. Stolze, D. (1971), Capitalismo
74. Wong, D. (1996, agosto) Los Grandes Pequeños negocios: Empresas y Finanzas. <https://catarina.uollap.mx>

75. Martínez, C. (2019). Marco Jurídico del Comercio Exterior de México (1° ed.)
[https://www/libros/marcojuridico_t1.pdf](https://www.libros/marcojuridico_t1.pdf).